

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมือง
นครปฐม จังหวัดนครปฐม



นางสาวรัญญา ทองนวล

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2566

Factors Influencing the Decisions to Spend Money through the
Paotang Application in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon
Pathom Province



Miss. WARUNYA THONGNUAL

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Economics

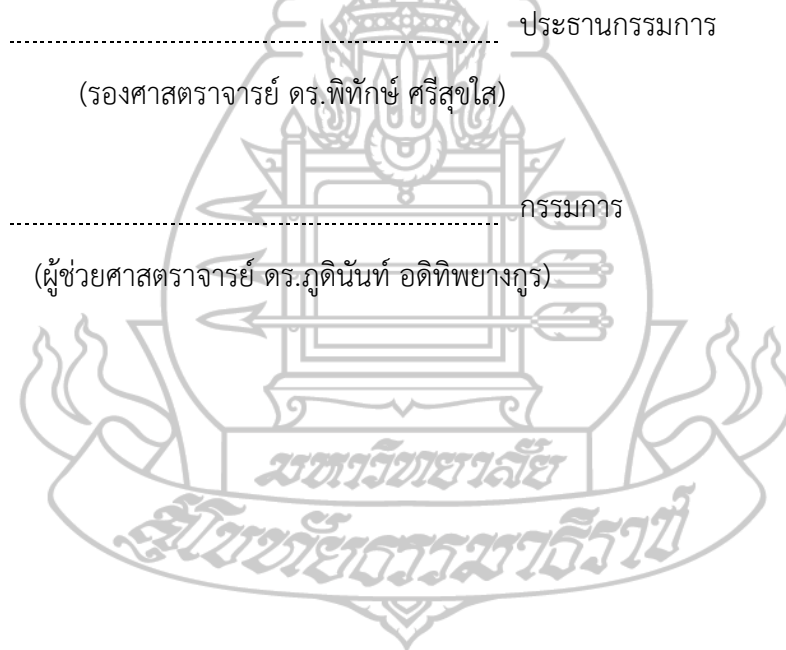
School of Economics Sukhothai Thammathirat Open University

2023

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
ชื่อและนามสกุล	นางสาววรัญญา ทองนวล
แขนงวิชา / วิชาเอก	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศรีสุขใส

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2566

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ภาสุข)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

ชื่อการศึกษา คำนวณว่าอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ผู้ศึกษา นางสาววิญญา ทองนวล รหัสนักศึกษ 2606000822

ปริญญา

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศรีสุขใส ปีการศึกษา 2566

บทคัดย่อ

การศึกษาคำนวณว่าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการจ่ายเงินโดยผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวน 400 คน เป็นตัวแทนประชากรในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีอายุระหว่าง 18 – 60 ปี ที่เคยใช้และไม่เคยใช้จ่ายเงิน ผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง การคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรใช้วิธีของ W.G. Cochran ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบสองทางเลือก

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง จำนวน 322 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 37.26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพข้าราชการหรือนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 24,948.00 บาท มีจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 2,018.45 บาท และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน 4,978.00 บาท ด้านระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง พบว่า กลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งส่วนใหญ่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยด้านความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” ที่อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง มีความคิดเห็นว่าปัจจัยด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับบริบทนิยมและความชอบ และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านสถานภาพ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านความไม่ปลอดภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ เพียงปัจจัยเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งที่ และผลการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของสมการถดถอยเชิงโลจิสติก พบว่า สมการ ฯ สามารถ พยากรณ์ กลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งได้ถูกต้องร้อยละ 79.5 ส่วนกลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 96.9 ปัจจัยที่จะส่งผลต่อโอกาสที่จะตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งเพิ่มขึ้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับบริบทนิยม และความชอบ ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์”

คำสำคัญ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชันเป่าตั้ง การถดถอยโลจิสติกแบบทวิ สมการถดถอยพหุคูณ

Independent Study title: “ Factors Influencing the Decisions to Spend Money through the Paotang Application in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province ”

Author: “Miss. WARUNYA THONGNUAL”; ID: “2606000822”;

Degree:

Independent Study Advisor: Associate Professor Pithak Srisuksai; Academic year: 2023

Abstract

This independent study aims to 1) examine the behavior of spending through the Paotang application in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province, 2) study the factors influencing the decision to spend through the Paotang application in the same area, and 3) study the factors influencing the opportunities to spend money through the Paotang application in Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom.

The samples used in this study consisted of 400 people who represented the population of Mueang Nakhon Pathom District, Nakhon Pathom Province, aged between 18 and 60 years, including those who had and had not previously used the Paotang application for payments. The calculation method of sample size for an unknown population size applied the W.G. Cochran's with a 0.05 level of statistical significance. Data was collected through convenience sampling method. The analysis uses the descriptive statistics, the multiple regression analysis, and the binary logistic regression analysis.

The study found that 1) out of 322 participants who had used the Paotang application, most were female, with an average age of 37.26 years, and were single, and held a bachelor's degree or equivalent, and worked as government officials or state enterprise employees, and had an average monthly income of 24,948.00 baht, an average monthly savings of 2,018.45 baht, and an average monthly debt of 4,978.00 baht. Regarding the importance level of factors influencing spending through the Paotang application, it was found that most users rated these factors as highly important, except for the factor concerning the security threat from "call center scams," which was rated as moderately important. For those who had never used the Paotang application, advertising and promotion for app accessibility, government economic stimulus policies, app services that match tastes and preferences, and security concerns regarding "call center scams" were rated as moderately important. 2) With regards to the factors influencing the decision to spend through the application in the same area, the hypothesis testing on demographic factors revealed that gender, age, marital status, education level, occupation, average monthly income, and average monthly savings significantly influenced the decisions to spend money through the Paotang application. Multiple regression analysis showed that the only factor significantly influencing decisions to spend money through the Paotang application was security concerns regarding "call center scams". 3) In terms of the factors influencing the opportunities to spend money through the application in the area, the logistic regression reliability test showed that the model could correctly predict the non-users at a rate of 79.5% and users at a rate of 96.9%. Factors that were found to increase the likelihood of decisions to spend money through the Paotang application included gender, age, education level, occupation (trading and general labor), average monthly income, average monthly debt, app services that match tastes and preferences, fees/service charges, the economic situation at different times, and security concerns regarding "call center scams."

Keywords : Paotang application, Binary logistic, Multiple regression analysis

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีเนื่องจากความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศรีสุขใส ท่านได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ในการให้คำปรึกษาการดำเนินงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ตลอดจนได้ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการจัดทำ ตั้งแต่เริ่มดำเนินการจนกระทั่งดำเนินการเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็น อย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ครอบครัวของข้าพเจ้า ที่ได้ให้กำลังใจ และส่งเสริมสนับสนุนให้การศึกษาเล่าเรียนครั้งนี้สำเร็จการศึกษา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุก ๆ ท่าน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นางสาววิญญา ทองนวล



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	12
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	12
2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา	15
3. กรอบแนวคิดการศึกษา	15
4. สมมติฐานในการศึกษา	18
5. ขอบเขตของการศึกษา	18
6. นิยามศัพท์เฉพาะ	19
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	19
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	20
1. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้.....	20
2. การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจ่ายเงินโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง.....	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	51
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	51
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	53
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	54
4. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	63
2. พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	65
3. พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ของคนกลุ่มตัวอย่างใน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	70
4. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม	74
5. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ...	75
6. ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression).....	83
7. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกทวิ (Binary Logistic Regression Analysis Mode).....	86
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	91
1. สรุปการศึกษา	91
2. อภิปรายผล	94
3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	95
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก ก	99
ภาคผนวก ข	125
ประวัติผู้ศึกษา	131

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1 แสดงธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking และ Mobile Banking ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2565	13
ตารางที่ 2.1 สรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	38
ตารางที่ 3.1 ข้อมูลสถิติประชากรของอำเภอเมืองนครปฐม ณ เดือน มกราคม 2566 จำนวน 5 ตำบล	52
ตารางที่ 3.2 การกำหนดความหมายตัวแปรและลักษณะตัวแปรแต่ละตัว.....	58
ตารางที่ 4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	63
ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม.....	65
ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางการชำระเงิน	66
ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านธุรกรรมที่เลือกใช้บริการ	69
ตารางที่ 4.5 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในอนาคตกรณีไม่เคยใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ	70
ตารางที่ 4.6 พฤติกรรมการการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง.....	70
ตารางที่ 4.7 สาเหตุที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง	73
ตารางที่ 4.8 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง.....	74
ตารางที่ 4.9 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง.....	75
ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์เพศกับการตัดสินใจเลือกใช้เลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง	76
ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์อายุกับการตัดสินใจเลือกใช้เลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง	77

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโอนเงินผ่านแอปพลิเคชัน เปิดตัว.....	78
ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโอนเงินผ่านแอปพลิเคชัน เปิดตัว.....	79
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์อาชีพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันเปิดตัว	80
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโอนเงินผ่านแอป พลิเคชันเปิดตัว	81
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโอนเงิน ผ่านแอปพลิเคชันเปิดตัว	82
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โอนเงินผ่านแอปพลิเคชันเปิดตัว	83
ตารางที่ 4.18 ผลวิเคราะห์ของตัวแบบจากสมการถดถอยเชิงพหุคูณ	84
ตารางที่ 4.19 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยอิสระทั้ง 7 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโอนเงินผ่านแอป พลิเคชันเปิดตัวกับระดับความพึงพอใจ	84
ตารางที่ 4.20 สมการถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างความพึงพอใจกับปัจจัยอิสระทั้ง 7 ที่มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการโอนเงินผ่านแอปพลิเคชันเปิดตัว	85
ตารางที่ 4.21 แสดงผลการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของสมการถดถอยเชิงโลจิสติก ของแบบจำลอง โดยเปรียบเทียบค่าพยากรณ์ (Predicted) กับข้อมูลจริง (Observed).....	86
ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบประมาณค่าสมการความถดถอยเชิงโลจิสติก ของแบบจำลอง ...	87

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา โดยแบบจำลองถดถอยพหุคูณ.....	16
ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา โดยแบบจำลองโลจิส.....	17
ภาพที่ 2.1 แสดงเส้นอุปสงค์.....	21
ภาพที่ 2.2 แสดงการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ.....	23
ภาพที่ 2.3 แสดงการย้ายเส้นอุปสงค์.....	24



บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากข้อมูลธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking และ Mobile Banking ของธนาคารแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ.2561-2565 พบว่า ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking มีแนวโน้มของมูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking สูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking จำนวน 23,530 พันล้านบาท แต่ในปี พ.ศ. 2565 มูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking จำนวน 32,397 พันล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 23,861,834 บัญชี ส่วนในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 41,567,039 บัญชี อีกทั้งปริมาณรายการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking ก็มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 284,771,000 รายการ ส่วนในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 603,828,000 รายการ และมูลค่ารายการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking โดยปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 23,530,000 ล้านบาท ส่วนในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 32,397,000 ล้านบาท และธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking แนวโน้มของมูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking สูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking จำนวน 17,602 พันล้านบาท ส่วนในปี พ.ศ. 2565 มูลค่าธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking จำนวน 67,700 พันล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 46,004,931 บัญชี ส่วนในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 96,699,938 บัญชี อีกทั้งปริมาณรายการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ก็มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 2,896,001,000 รายการ ส่วนในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 22,840,921,000 รายการ และมูลค่ารายการธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking โดยปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 17,602,000 ล้านบาท ส่วนในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 67,700,000 ล้านบาท ตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 แสดงธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking และ Mobile Banking ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2565

ธุรกรรมปี	2561	2562	2563	2564	2565
ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking					
1. จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ 2/	23,861,834	29,404,466	34,946,211	38,941,665	41,567,039
2. ปริมาณรายการ (พันรายการ)	284,771	458,381	429,449	580,822	603,828
3. มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	23,530	23,626	22,838	27,174	32,397
ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet Banking					
1. จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ 2/	46,004,931	60,084,145	84,291,262	84,291,262	96,699,938
2. ปริมาณรายการ (พันรายการ)	2,896,001	5,299,032	16,041,378	16,041,378	22,840,921
3. การโอนเงินและชำระเงิน	2,839,368	5,052,928	15,495,435	15,495,435	22,125,677
4. การถอนเงินสด	56,635	246,104	545,942	545,942	715,245
5. มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	17,602	27,628	57,264	57,264	67,700
6. การโอนเงินและชำระเงิน	17,501	27,171	56,170	56,170	66,231

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : 1/ ครอบคลุมรายการโอนภายในธนาคารเดียวกัน ต่างธนาคาร, ชำระค่าสินค้าและบริการ และการถอนเงินสด

2/ จำนวนบัญชีสะสมทั้งหมดที่ทำสัญญาขอใช้บริการจนถึงงวดปัจจุบัน ภายใต้บริการประเภทต่างๆ ของธนาคาร

รัฐบาลได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) เป็นโครงการที่ภาครัฐผลักดันเพื่อให้ประเทศไทยมีระบบรองรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) อย่างครบวงจร เริ่มดำเนินการอย่างชัดเจนในปี 2558 โดยโครงการ e-Payment ภาครัฐ ถือเป็นหนึ่งในโครงการที่สำคัญ เพราะเป็นการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคมและพัฒนาระบบการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยการส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมให้มีฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับสวัสดิการของภาครัฐ ควบคู่กับการจ่ายเงินให้แก่ประชาชนโดยตรงผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งให้สถาบันการเงินเป็นช่องทางจ่ายเงินและเก็บข้อมูลจากประชาชน โครงการ e-Payment ภาครัฐ ก็ถือว่าการเป็นการตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 เพื่อผลักดันให้เกิดสังคมไร้เงินสดในประเทศไทย ทำให้มีการใช้กระเป๋าเงินออนไลน์แพร่หลาย ทั้ง บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรโดยสารสาธารณะ รัฐบาลเองก็ยังมีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และมีกฎหมายรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนเลิกใช้เงินสด แล้วใช้จ่ายออนไลน์ให้ปลอดภัยและง่ายขึ้นแทน รวมถึงในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ก็เร่งพฤติกรรมการใช้

จ่ายออนไลน์ในประเทศไทยให้เป็นรูปธรรมเร็วยิ่งขึ้น เมื่อประชาชนเลี้ยงที่จะจับเงินสด เพราะเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรค แล้วหันมาพกบัตรต่าง ๆ แทนการพกเงินสด รวมถึงนิยมใช้แอปพลิเคชันของธนาคารไว้สำหรับจับจ่ายใช้สอย ร้านค้าตามท้องตลาดก็พร้อมใจกันรับชำระเงินผ่านบัตรกันมากขึ้น โดยมี QR Code หรือเลขบัญชีธนาคารให้ลูกค้าสแกนแล้วกดจ่ายเงินได้เลย ซึ่งแอปพลิเคชันอย่างหนึ่งที่รัฐบาลได้จัดให้ประชาชนทั่วไป สามารถเข้าถึงได้และใช้บริการได้อย่างสะดวกสบาย คือ แอปพลิเคชันเป๋าตัง

แอปพลิเคชันเป๋าตัง คือ แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ (E-wallet) ของธนาคารกรุงไทยที่สร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในยุค 4.0 ถือเป็นกระเป๋าเงินดิจิทัล (G-Wallet) สำหรับใช้จ่ายเงิน จากส่วนหนึ่งในแผนธุรกิจธนาคารกรุงไทยปี 2564 กล่าวว่า “แอปพลิเคชันเป๋าตังมีจำนวนผู้ใช้บริการสูงถึง 40 ล้านคน เกิดจากการใช้เพื่อรับสวัสดิการช่วยเหลือภาครัฐผ่านโครงการผู้ถือบัตรสวัสดิการรัฐ 14.6 ล้านคน, โครงการเราเที่ยวด้วยกัน 7.3 ล้านคน โดยเข้าถึงโรงแรมที่พัก 8,514 แห่ง ร้านอาหาร 67,527 แห่ง สถานที่ท่องเที่ยว 2,098 แห่ง สปาหรือร้านนวดเพื่อสุขภาพ 204 แห่ง, โครงการชิมช้อปใช้ 10 ล้านคน ร้านค้า 97,655 แห่ง และโครงการคนละครึ่ง 15 ล้านคน ร้านค้า 1.1 ล้านแห่ง” (นสพ.ฐานเศรษฐกิจ ปีที่ 40 หน้า 8 ฉบับที่ 3,644 วันที่ 14 - 16 มกราคม พ.ศ. 2564) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าแอปพลิเคชันเป๋าตังสามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการได้เกิดครั้งของประชากรของประเทศไทยที่มีประชากร 66.1 ล้านคน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองประกาศสำนักทะเบียนกลาง, 2563) และสามารถเข้าถึงได้กับหลายกลุ่มและหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะรัฐบาลที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ภาคเอกชนหรือร้านค้าก็สามารถเพิ่มความหลากหลายในรูปแบบการชำระโดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมการขายแต่อย่างใด และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ หรือประชาชนเองก็ได้รับประโยชน์จากการมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดีที่ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้ต่อไปในอนาคต โดยในการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องยืนยันตัวตนก่อนมีการเปิดใช้งาน และจะต้องเติมเงินเข้าไปก่อนการใช้งานหรือผูกบัตรเดบิต/เครดิต เพื่อใช้ในการชำระเงินโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมตามซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านอาหาร, ตู้น้ำอัตโนมัติ หรือเพื่อโอนเงินไปยังบัญชีธนาคารต่างๆในไทย เติมเงินมือถือ อีกทั้งยังสามารถใช้สิทธิในโครงการต่างๆที่รัฐบาลจัดขึ้นเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เราชนะ ยิ่งใช้ยิ่งได้ เป็นต้น ในแอปพลิเคชันเป๋าตัง ยังสามารถดำเนินการอื่นๆ ได้อีก ใช้ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ของรัฐบาล, กระเป๋าสุขภาพ ใช้สิทธิสุขภาพจาก สปสช, ใช้สำหรับโอน เติม จ่ายเงิน เป็นต้น ถือเป็นข้อดีของการไม่ใช้เงินสด คือ ใช้จ่าย ประหยัดเวลา ไม่มีค่าธรรมเนียม และยังตรวจสอบย้อนหลังได้

จะเห็นได้ว่า โอกาสที่สังคมไทยจะกลายเป็นสังคมไร้เงินสดแบบเต็มรูปแบบนั้นมีแนวโน้มเป็นไปได้สูงมาก ซึ่งถือเป็นการปรับเปลี่ยนไปตามโลกที่ทุกคนต่างต้องปรับตัวตามให้ทัน ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ของ

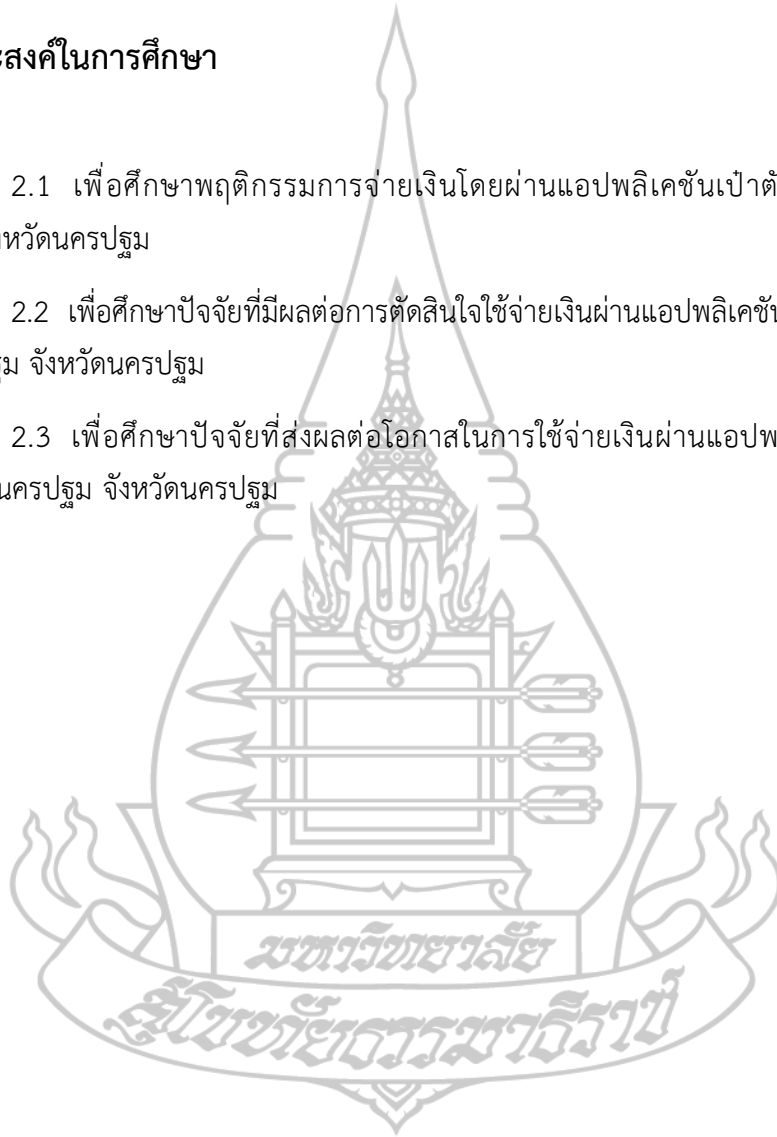
ประชาชนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จึงมีความสำคัญต่อแนวโน้มการเป็นสังคมไร้เงินสด ซึ่งเป็นแนวทางให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนา ปรับปรุง การดำเนินงาน ของผู้พัฒนาระบบ แอปพลิเคชันเป่าตั้งได้

2.วัตถุประสงค์ในการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจ่ายเงินโดยผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

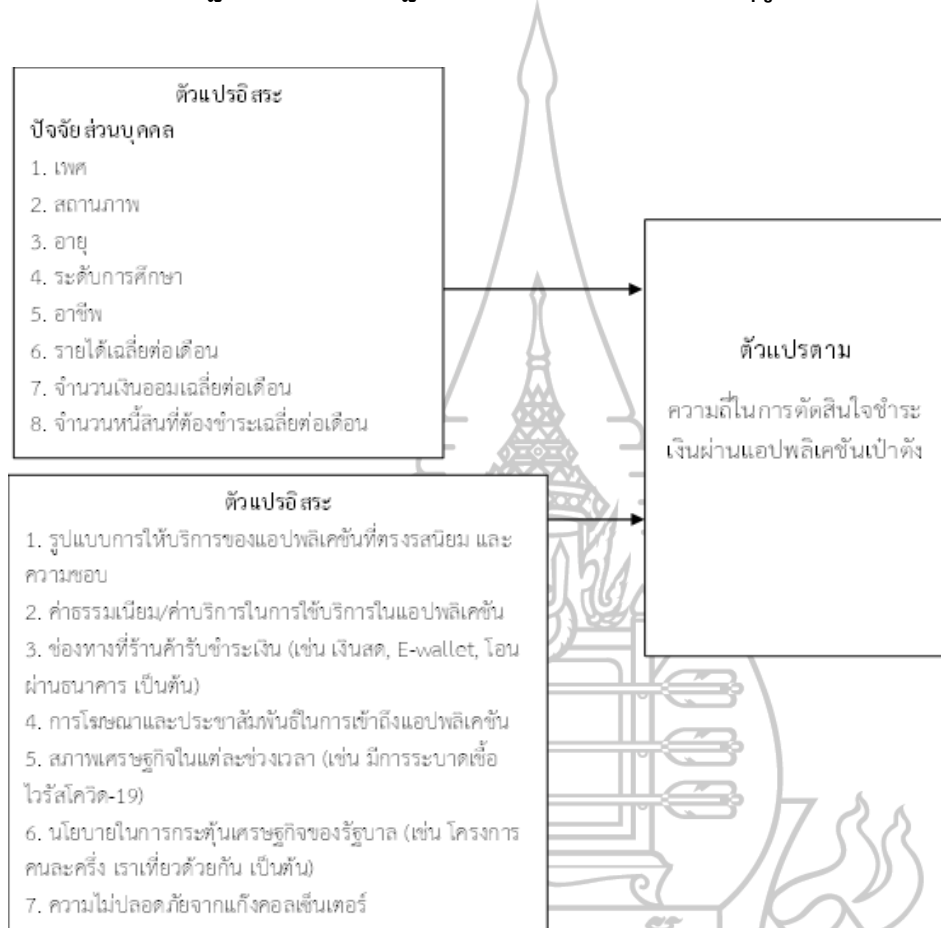
2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสในการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม



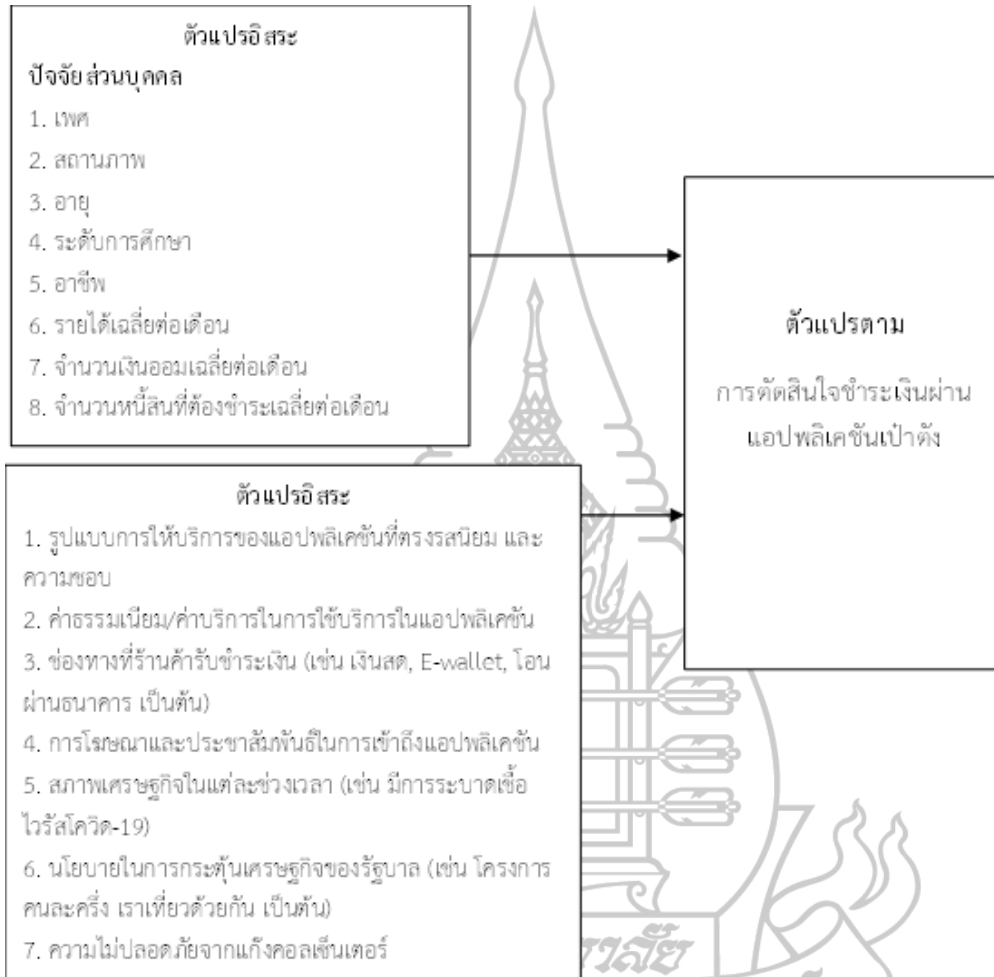
3.กรอบแนวคิดการศึกษา

3.1 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ใน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดย แบบจำลองถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา โดยแบบจำลองถดถอยพหุคูณ

3.2 การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ใน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดย แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)



ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดการศึกษา โดยแบบจำลองโลจิสต์

4.สมมติฐานในการศึกษา

4.1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีที่มผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน

4.2 ตัวแปรอิสระทุกตัวแปรส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง

5.ขอบเขตของการศึกษา

5.1 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็นตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) อาชีพ 6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7) จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 8) จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน 9) รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ 10) ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน 11) ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน 12) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน 13) สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา 14) นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล 15) ความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” และตัวแปรตาม ได้แก่ ความถี่ในการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง และการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

5.2 ขอบขอบเขตด้านพื้นที่

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรในอำเภอเมืองนครปฐม โดยตำบลที่เลือกออกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกจากตำบลที่มีประชากรหนาแน่นสูงสุด 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลนครปฐม ตำบลโพรงมะเดื่อ ตำบลบ่อพลับ และตำบลสนามจันทร์ ซึ่งเลือกกลุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างมาตำบลละ จำนวน 80 คน

5.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทางผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครปฐม ตั้งแต่เดือนมีนาคม จนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) หมายถึง สังคมไร้เงินสดเป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสด หรือสังคมเศรษฐกิจที่ไม่นิยมถือเงินสด เป็นวิสัยทัศน์ที่มองว่าความสำคัญของเงินสดในอนาคตจะลดน้อยลง และจะถูกแทนที่ โดยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน (นนทกร เท็ดทูลทวีเดช, 2589)

6.2 เงินอิเล็กทรอนิกส์ (หรือที่เป็นที่รู้จักในชื่อ Electronic Money หรือ e-Money) หมายถึง มูลค่าเงินที่บันทึกในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เช่น ชิพคอมพิวเตอร์ในบัตรเครดิต เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต) ซึ่งผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้า (Pre-paid) แก่ผู้ให้บริการ e-Money และสามารถใช้จ่ายชำระค่าสินค้าบริการได้ตามร้านค้าที่รับชำระ (ธนาคารแห่งประเทศไทย)

6.3 กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet หรือ Electronic Wallet) หมายถึง กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ กระเป๋าเงินออนไลน์ สามารถใช้งานโดยการเติมเงินเข้าแอปพลิเคชัน ซึ่งไม่มีกำหนดขั้นต่ำ โดยสมัครผ่านแอปพลิเคชัน E-Wallet เพื่อยืนยันตัวตนและติดตั้งข้อมูลส่วนบุคคลลงไป (Finance-Rumour)

6.4 เป้าตั้ง คือ แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ หรือ E-wallet ของธนาคารกรุงไทย ที่ทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในยุค 4.0 ทั้งยังเป็นแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลางในการรับเงินในโครงการของรัฐบาล เช่น “เราเที่ยวด้วยกัน” และ “คนละครึ่ง”

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้ทราบโอกาสที่จะใช้จ่ายเงินโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป้าตั้ง ของคนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

7.2 ได้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป้าตั้ง ของคนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

7.3 ได้ทราบปัจจัยที่ส่งผลต่อโอกาสที่จะใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าตั้งของคนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ได้ทำการศึกษาและค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยต่างๆ ได้แบ่งเนื้อหาและนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 4 ทฤษฎี ประกอบด้วย

1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริโภค

1.4 แอปพลิเคชันเป่าตัง

2. การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจ่ายเงินโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง

1.แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้

1.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2555: 24-30) คำว่า “อุปสงค์” อาจให้คำจำกัดความได้ว่าอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดนั้น

คำว่า “ต้องการซื้อ” ที่ปรากฏในนิยามข้างต้นมิได้หมายถึงความต้องการธรรมดา (want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) กำกับอยู่ด้วย กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีความเต็มใจ (ability and willingness) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้นได้ด้วย

ฟังก์ชันอุปสงค์ (Demand Function) คือ การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณที่ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะซื้อและมีความสามารถที่จะจ่าย (Q_x) ซึ่งเป็นตัวแปรตามกับระดับราคาต่างๆ ของสินค้านั้น (P_x) ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ ทั้งนี้ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่นที่อาจมีผลกระทบต่อปริมาณซื้ออยู่คงที่หรือไม่เปลี่ยนแปลง ก็อาจเขียนเป็นสัญลักษณ์ได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x)$$

โดยที่ : Q_x คือ อุปสงค์ของสินค้า X

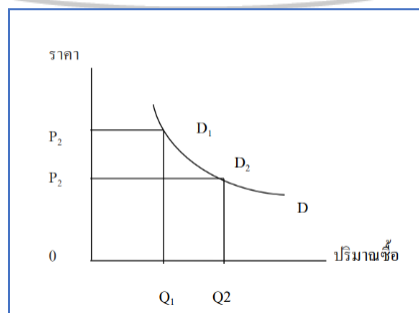
P_x คือ ราคาของสินค้า X

f คือ ความสัมพันธ์หรือฟังก์ชัน (function)

กฎแห่งอุปสงค์ระบุว่าปริมาณของสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อย่อมแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ จากกฎของอุปสงค์ดังกล่าวหมายความว่า เมื่อราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลงและเมื่อราคาลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น ผลของระดับราคาที่เปลี่ยนไป ประกอบด้วยผลตามทฤษฎี Hicks อีก 2 ประการ คือ

1) ผลทางรายได้ (income effect) คือ การเปลี่ยนแปลงรายได้ที่แท้จริง (real income) รายได้ ที่แท้จริง ได้แก่จำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคได้รับตามกฎของอุปสงค์เมื่อราคาสูงขึ้นด้วยรายได้ตัวเงิน (money income) คงเดิม ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง ในทางตรงข้ามเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น

2) ผลทางการทดแทน (substitution effect) อธิบายว่า เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าชนิดอื่นซึ่งทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาอยู่คงที่ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าสินค้านี้แพงขึ้นจึง ซื้อสินค้านี้ลดลงและหันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้แทนสินค้านั้นในทางตรงข้าม เมื่อราคาของสินค้านี้ลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้านี้ลดลง และหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อความพอใจที่นอกจากนี้กฎว่าด้วยการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Law of Diminishing Marginal Utility) ระบุว่าในขณะที่ใดขณะหนึ่งการบริโภคสินค้าหรือบริการที่เพิ่มขึ้นแต่ละหน่วยจะให้ความพอใจลดลงเรื่อย ๆ สมการและเส้นอุปสงค์ คือ การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณซื้อในรูปแบบที่ชัดเจนกว่าฟังก์ชัน สมการอุปสงค์ อาจแบ่งเป็นสมการเส้นตรงและสมการที่มีใช้เส้นตรง



ภาพที่ 2.1 เส้นอุปสงค์

จากภาพที่ 2.1 จะเห็นว่า เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อจะลดลง เมื่อราคาสินค้าลดลง ปริมาณความต้องการซื้อจะเพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์มีลักษณะทอดต่ำลงจากซ้ายมาขวาและมีค่าความชันติดลบ (negative slope) ดังภาพที่ 2.1

ตัวกำหนดอุปสงค์ (Demand Determinants) ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปร (variables) หรือปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้า ที่ผู้บริโภคต้องการซื้อปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อ (quantity demanded) มากน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่าง ดังนี้

1) ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อยแต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อจะมีมาก

2) ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจจะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วขณะหนึ่ง ซึ่งเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อสตรีภาพยนตร์และ เทปเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็ยังคงอยู่นาน เช่น รูปแบบของสิ่งก่อสร้างรถยนต์และน้ำอัดลม เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษาแฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อธุรกิจ การค้า ดังนั้นหน่วยธุรกิจจึงยอมทุ่มเงินมหาศาลโฆษณาเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยมหรือ มิฉะนั้นก็เพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง

3) ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือมักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูกและขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

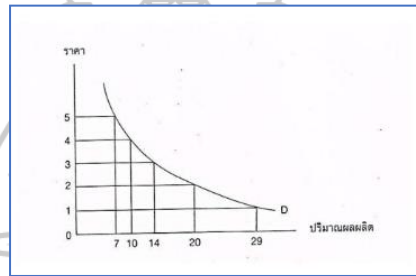
4) ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้นผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้านั้น น้อยลงและหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งใช้ทดแทนกันได้สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เช่น น้ำตาลกับกาแฟ เป็นต้น เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคกาแฟมากขึ้นก็ต้องบริโภคน้ำตาลมากขึ้นด้วย

5) ปริมาณซื้อขึ้นอยู่กับฤดูกาล ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศที่อยู่ในเขตหนาว เมื่ออย่างเข้าฤดูหนาวประชาชนจำเป็นต้องหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่างๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับตัวกำหนดอุปสงค์เหล่านี้ด้วยฟังก์ชันอุปสงค์ ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, A_1, A_2, A_3 \dots)$$

จากฟังก์ชันอุปสงค์ดังกล่าวแสดงว่า ปริมาณซื้อสำหรับสินค้า X (หรือ Q_x) เป็นตัวแปรตาม (dependent variable) ส่วนตัวต่าง ๆ เป็นตัวแปรอิสระ (independent variable) และเนื่องจากใน บรรดาตัวกำหนดทั้งหลาย P_x เป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อ Q_x มากที่สุด ดังนั้นเราจึงให้ P_x เป็น ตัวกำหนดโดยตรง (direct determinant) ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ที่เหลือให้เป็นตัวกำหนดโดยอ้อม (indirect determinant)การแบ่งตัวกำหนดออกเป็น 2 กลุ่ม เช่นนี้ จะช่วยให้เราเข้าใจความแตกต่างระหว่าง “การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ” และ “การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์” โดยสามารถอธิบายระหว่าง “การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ” และ “การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์”

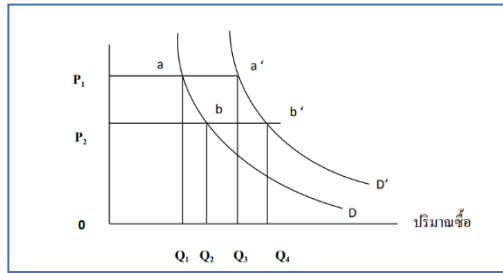
การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ (Changes in the Quantity Demanded) หมายถึง การที่ตัวกำหนด โดยตรง คือ ราคาสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไป อันมีผลทำให้ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงไป ด้วยตามกฎของอุปสงค์ส่วนตัวกำหนดโดยอ้อมทั้งหลายสมมติว่าคงที่ การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อจึงเป็นการย้ายตำแหน่งจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดิม



ภาพที่ 2.2 แสดงการเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2555)

พิจารณาภาพที่ 2.2 สมมติว่าเดิมราคาสินค้าอยู่ ณ ระดับ 5 บาท ปริมาณซื้อจะเท่ากับ 7 หน่วย ต่อมาราคาสินค้าลดลงมาอยู่ที่ 3 บาทปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น 14 หน่วย การย้ายเส้นอุปสงค์ (Shifts in the Demand Curve) หมายถึง การที่ตัวกำหนดอุปสงค์โดยอ้อมตัวใดตัวหนึ่งหรือหลายตัวได้เปลี่ยนแปลงไป เช่น รายได้ รสนิยมราคาของสินค้าอื่น เป็นต้น และมีผลทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ ระดับราคาเดิม ถ้าแสดงด้วยรูปเส้นจะเห็นได้ว่าเส้นอุปสงค์ย้ายที่ไปทั้งเส้น แต่จะย้ายไปอยู่ทางขวาหรือทางซ้ายของเส้นอุปสงค์เดิม ก็แล้วแต่ว่าตัวกำหนดอุปสงค์โดยอ้อมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นส่งผลให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม ณ แต่ระดับราคา กล่าวคือถ้าทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นเส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิม ตรงกันข้ามถ้าทำให้ปริมาณซื้อลดลงเส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางซ้ายของเส้นเดิม



ภาพที่ 2.3 แสดงการย้ายเส้นอุปสงค์

ที่มา: วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2555)

พิจารณาภาพที่ 2.3 สมมติว่า D คือเส้นอุปสงค์เดิมของนาย ก ในการซื้อนมสด ถ้านมสดราคาขวดละ P_1 บาท นาย ก จะซื้อ Q_1 ขวดในแต่ละเดือน ต่อมาสมมติว่ามีการรณรงค์ชักชวนประชาชนให้ดื่มนมสด (เหตุการณ์นี้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงตัวกำหนดโดยอ้อม) ซึ่งมีส่วนทำให้นาย ก หันมา ดื่มนมสดมากขึ้น ณ ราคานมสดขวดละ P_1 บาท นาย ก จะซื้อนมสดเพิ่มขึ้นเป็น Q_3 ขวด และหากราคา ขวดละ P_2 บาท นาย ก จะซื้อเพิ่มเป็น Q_4 ขวด เมื่อปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น ณ ทุกระดับราคาเช่นนี้จะเป็นผลให้เส้นอุปสงค์ใหม่ D ย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิม

1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภค และสังคมพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานจิตวิทยาสังคมวิทยา มานุษยวิทยาสังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อทั้งปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล พฤติกรรมผู้บริโภคศึกษาลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคปัจเจกชน อาทิ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และตัวแปรเชิงพฤติกรรม เพื่อพยายามทำความเข้าใจความต้องการของประชาชน พฤติกรรมผู้บริโภคโดยทั่วไปก็ยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง และสังคมแวดล้อมด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (Schiffman and Kanuk, 1994) Engel และผู้ร่วมงาน (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริโภค

1.3.1 ฟังก์ชันการบริโภคและการออม

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2550, หน้า 75-76) ในการบริโภคของบุคคล ประกอบไปด้วยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดหลายประการ ได้แก่ รายได้ รสนิยม สินทรัพย์ที่มีอยู่ ราคา สินค้า การคาดคะเนในอนาคต เป็นต้น ซึ่งฟังก์ชันการบริโภคเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภค และรายได้หลังหักภาษีหรือเรียกว่า รายได้สุทธิ สามารถแสดงเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ได้ ดังนี้ ฟังก์ชันการบริโภค

$$C = f(Y_d, A_1, A_2, A_3, \dots)$$

C คือ รายจ่ายเพื่อการบริโภค

Y_d คือ รายได้พึงใช้จ่าย

A_1 คือ สินทรัพย์ของผู้บริโภค

A_2 คือ สินค้าคงที่ของผู้บริโภคมีอยู่

A_3 คือ การคาดการณ์ของผู้บริโภค ฯลฯ

จากหนังสือ The general theory of employment, money and interest เคนส์ระบุว่ารายได้สุทธิเป็นตัวกำหนดที่สำคัญที่สุดในรายจ่ายเพื่อการบริโภคและการออม ซึ่งเป็นรายได้หลังจากหักภาษีแล้ว สามารถนำมาใช้จ่ายใช้สอยได้จริง ดังนั้นรายได้สุทธิจึงเป็นตัวกำหนดโดยตรง (Direct determinant) ของการบริโภคและการออม ส่วนปัจจัยอื่นถือว่าเป็นปัจจัยโดยอ้อมจะได้ฟังก์ชันการบริโภค $C = f(Y_d)$ นั่นคือ เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น การบริโภคจะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และแม้ว่าระดับรายได้เท่ากับศูนย์ก็ยังคงต้องมีการบริโภคอยู่ในระดับหนึ่ง สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคกับรายได้ในรูปสมการเส้นตรง ดังนี้

$$C = C_a + bY_d$$

C_a คือ ระดับการบริโภคเมื่อรายได้เท่ากับศูนย์

b คือ ค่าความชันของสมการ

ในกรณีที่เศรษฐกิจมีเพียง 2 ภาค คือ ภาคธุรกิจและภาคครัวเรือน รายได้สุทธิเท่ากับรายได้ประชาชาติ และตัดสินใจนำไปใช้จ่ายเพื่อการบริโภค และย่อมหมายถึงการตัดสินใจว่าจะเก็บออมในจำนวนที่เหลือจากการบริโภค ฟังก์ชันการออมจึงสามารถหาได้จากฟังก์ชันการบริโภค นั่นคือ

$$Y_d = C + S$$

$$\begin{aligned} \text{ฟังก์ชันการออม} \quad S &= f(Y_d) \\ \text{สมการการออม} \quad S &= Y_d - C = Y_d - (C_a + bY_d) \\ &= (1 - b)Y_d - C_a \end{aligned}$$

หมายความว่า ระดับการออมย่อมแปรผันตรงกับรายได้พึงใช้จ่าย ซึ่งนั่นหมายถึง ถ้ารายได้สุทธิมากจะมีระดับการออมมาก และถ้ารายได้สุทธิน้อย ก็จะมีระดับการออมที่น้อยลงไปตามลำดับ ดังนั้น ระดับการออมย่อมมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับรายได้สุทธิเพิ่มขึ้น เคนส์จึงสมมติให้ความโน้มเอียงหน่วยสุดท้ายของการบริโภค (Marginal propensity to consume: MPC) มีค่ามากกว่าศูนย์แต่น้อยกว่าหนึ่ง

1.3.2 ทฤษฎีการบริโภคตามสมมติฐานรายได้สมบูรณ์ของเคนส์ (Keynesian absolute income hypothesis)

ภายใต้สมมติฐานรายได้สมบูรณ์ การบริโภคจะถูกกำหนดโดยระดับสมบูรณ์ของรายได้ คือ การบริโภค (c) และรายได้ (y) เป็นการบริโภคที่แท้จริงและรายได้ที่แท้จริง ฟังก์ชันการบริโภค และการลงทุนขึ้นอยู่กับรายได้ในช่วงเวลาเดียวกัน เน้นความสำคัญของรายได้ปัจจุบัน คือ ความโน้มเอียงที่จะบริโภคเป็นฟังก์ชันของระดับรายได้ ใช้อธิบายการบริโภคในระยะสั้น อธิบายโดยข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-section data) รูปแบบสมการคือ $C = C_a - bY$ (นั่นคือ $APC > MPC$) และสมการการบริโภคในระยะยาวได้มาจากการศึกษาข้อมูลระยะยาว (Time series data) รูปแบบสมการคือ $C = bY$ (นั่นคือ $APC = MPC$) ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อรายได้บุคคลเพิ่มขึ้นภายใต้สมมติฐานปัจจัยอื่นคงที่ ผู้บริโภคมีแนวโน้มการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น แต่มากในอัตราที่ต่ำกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น หรือความโน้มเอียงในการออมเฉลี่ย (APS) เพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

1.3.3 ทฤษฎีการบริโภคตามสมมติฐานรายได้สัมพัทธ์ (Relative income hypothesis)

สมมติฐานรายได้สัมพัทธ์หรือรายได้เปรียบเทียบจะดูที่ความโน้มเอียงที่จะบริโภคขึ้นอยู่กับรายได้เปรียบเทียบ เช่น เปรียบเทียบช่วงเวลา (Time series) เปรียบเทียบกับรายได้ของกลุ่มอ้างอิงกรณีข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-section data) ซึ่งผู้บริโภคมักจะเลียนแบบการบริโภคของผู้ที่มีรายได้ระดับเฉลี่ยในสังคมยิ่งกว่าการบริโภคของตนเองโดยเอกเทศ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมผลักดันให้ผู้บริโภคถูกรอบงำด้วยสินค้าและบริการต่างๆ ดังนั้นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยของสังคมจะมีค่า APC สูงกว่าผู้ที่มีรายได้สูง เนื่องจากผู้บริโภคเหล่านั้นพยายามรักษาระดับการบริโภคให้ใกล้เคียงกับกลุ่มคนในสังคมทั่วไป ในระยะยาวการบริโภคจะเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนคงที่กับรายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น APC ในระยะยาวจึงมีค่าคงที่ แต่เนื่องด้วยความเคยชินต่อระดับการบริโภคในอดีตเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการบริโภคในปัจจุบัน ผู้บริโภคมักยึดอยู่กับการบริโภคในระดับสูงเท่าเดิม หากแม้รายได้ในปัจจุบันลดลงก็จะไม่ลดการบริโภคลง แต่กลับจะยังบริโภคในระดับ

เดิมที่ผ่านมา นั่นคือลดการออมลงมากกว่าการลดการบริโภค นั่นคือ APS จะเพิ่มขึ้นก็ต่อเมื่อระดับรายได้อัตราปัจจุบันเพิ่มสูงขึ้น จะใส่สมการการออม ดังนี้

$$S = \frac{a_0}{Y} + \frac{a_1 Y}{\hat{Y}}$$

S คือ การออมที่แท้จริง

Y คือ รายได้สุทธิแท้จริงปัจจุบัน

\hat{Y} คือ รายได้สุทธิแท้จริงสูงสุดที่ผ่านมา

1.3.4 ทฤษฎีการบริโภคตามสมมติฐานรายได้ถาวร (Permanent income hypothesis)

ผู้บริโภคจะวางแผนการใช้จ่ายไม่ได้ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ที่ได้รับระยะสั้นในปัจจุบันเพียงอย่างเดียว แต่จะคำนึงถึงรายได้ที่คาดหวังระยะยาวในอนาคตหรือตลอดชีวิต นั่นคือ การบริโภคในปัจจุบันขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันและรายได้ที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับในอนาคตมิลตัน ฟรีดแมน (Milton Friedman) ได้เสนอทฤษฎีนี้ ใน ค.ศ.1957 โดยมีสมมติฐานสำคัญ 3 ข้อ ดังนี้

1) รายได้และการบริโภคที่เกิดขึ้นจริงในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง จะแบ่งออกเป็น

(1) รายได้ถาวร (Permanent income) หมายถึง รายได้ประจำรวมทั้งรายได้ที่มาจากผลตอบแทนของสินทรัพย์รายได้ส่วนนี้สามารถนำไปใช้จ่ายเพื่อการบริโภครักษาความมั่นคงมั่งคั่งไว้ โดยไม่กระทบถึงทรัพย์สินที่สะสมไว้ ฟรีดแมนได้หมายถึงมูลค่าปัจจุบันของกระแสรายได้ในอนาคต เนื่องจากรายได้ถาวรบางส่วนมีพื้นฐานอยู่บนรายได้ในอนาคต นั่นคือ

$$Y_p = rPV$$

r คือ อัตราผลตอบแทน

PV คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสรายได้หรือความมั่งคั่ง ซึ่งเป็นรายได้เฉลี่ยที่จะได้รับเป็นระยะยาว

(2) รายได้ชั่วคราว (Transitory income) หมายถึง รายได้ที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดหมายหรือเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวครั้งชั่วคราว จะไม่มีผลต่อรายได้ถาวรและการบริโภคถาวรและการบริโภคชั่วคราวเลข ฟรีดแมนเชื่อว่าการบริโภคที่แท้จริงของครัวเรือนแบ่งออกเป็นการบริโภคถาวร ถูกกำหนดโดยรายได้ถาวร และการบริโภคระยะสั้น คือ การบริโภคที่มีได้คาดหมายมาก่อน

2) การบริโภคถาวรมีสัดส่วนคงที่ (k) เมื่อเทียบกับรายได้ถาวร โดยขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ย รสนิยม และปัจจัยอื่น ๆ

3) รายได้ชั่วคราวไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ถาวร การบริโภคชั่วคราวไม่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคถาวร อีกทั้งไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ชั่วคราว

1.4 แอปพลิเคชันเป๋าตัง

เป๋าตัง คือ แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ หรือ E-wallet ของธนาคารกรุงไทย ที่ทำขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนในยุค 4.0 ทั้งยังเป็นแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลางในการรับเงินในโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล เช่น โครงการคนละครึ่ง เรารักกัน เราชนะ ยิ่งใช้ยิ่งได้ ฯลฯ และถึงแม้ว่าจะไม่มีบัญชีธนาคารกรุงไทย ก็สามารถที่จะสมัครใช้งานแอปฯได้ แต่จำเป็นต้องยืนยันตัวตนเหมือนกับกระเป๋าเงินออนไลน์เจ้าอื่นๆ เช่น True Money Wallet, Rabbit Line Pay, AirPay โดยแอปพลิเคชันเป๋าตังสามารถใช้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ เช่น รับเงิน โอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงใช้สิทธิเยียวยาโครงการต่างๆ ของภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นโครงการคนละครึ่ง เรารักกัน เราชนะ ยิ่งใช้ยิ่งได้ ฯลฯ ทำให้ G-Wallet เปรียบเสมือนกระเป๋าเงินออนไลน์ที่ใช้จ่ายแทนเงินสด แต่การจะใช้ G-Wallet ได้นั้น ผู้ใช้จะต้องเติมเงินของตัวเองเข้า G-Wallet ในแอปฯ เป๋าตัง เสียก่อน หลังจากนั้นก็นำไปใช้จ่ายซื้อของตามร้านค้าที่รับสแกนจ่ายเงินผ่านแอปฯ เป๋าตัง โดยไม่จำเป็นต้องพกเงินสด

1) วิธีติดตั้งและเปิดใช้งานแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า "เป๋าตัง" (Paotang)

(1) เปิดแอปฯ APP Store หรือ Google Play หรือ Play Store ร่องรับโทรศัพท์ที่ใช้ Android 5.0+ ขึ้นไป หรือ iPhone ที่มี iOS 9.0+ ขึ้นไป

(2) พิมพ์ค้นหา "เป๋าตัง" ในช่องค้นหา

(3) เลือก "GET" หรือ เลือก "ติดตั้ง"

(4) ระบุ เบอร์มือถือ

(5) ยืนยัน OTP 6 หลักที่ได้รับจาก SMS ตามเบอร์ที่กรอกในหน้าแรก

(6) กดเลือกยอมรับเงื่อนไขการใช้บริการ และกด ตกลง

(7) ระบุ PIN เป็นตัวเลข 6 หลักเป็นรหัสที่ต้องใช้ในการทำรายการทุกครั้ง

(8) ยืนยันการตั้งค่ารหัส PIN 6 หลัก

(9) ผูกบัญชี หรือเปิด G-Wallet ได้จากหน้านี้

2) เมื่อทำการติดตั้งแอปพลิเคชันเรียบร้อยแล้วต่อมาต้องมีการยืนยันตัวตน ดังนี้

(1) เลือก G-Wallet เพื่อยืนยันตัวตน

- (2) เลือกเข้าใช้งาน G-Wallet เพื่อยืนยันตัวตน
- (3) ยอมรับข้อตกลงการให้ข้อมูล และการให้ความยินยอมข้อมูลส่วนบุคคล
- (4) ยืนยันด้วยบัตรประชาชน กรณียืนยันด้วย Krungthai NEXT ต้องทำการระบุ PIN 6 หลัก และข้ามไปขั้นตอนที่ (6)
- (5) สแกนและกรอกข้อมูลบัตรประชาชน
- (6) ยืนยันรหัส OTP กรณียืนยันด้วย Krungthai NEXT ข้ามไปขั้นตอนที่ 8
- (7) สแกนใบหน้า
- (8) ยืนยันตัวตนสำเร็จ จะแสดงหน้า Home G-Wallet
- 3) วิธีเติมเงินเข้า G-Wallet เป้าตัง สามารถทำได้ผ่าน 3 วิธี ได้แก่
- (1) เติมเงินผ่านระบบ Mobile Banking
- (2) เติมเงินผ่านคิวอาร์โค้ด พร้อมเพย์
- (3) เติมเงินผ่านตู้ ATM มีวิธีการ ดังนี้
- ก) เข้าแอปพลิเคชันเป้าตัง เลือกแถบเมนู G-wallet หลังจากนั้นให้เลือก "หน้าหลัก"
- ข) เมื่อเข้าสู่หน้า G-Wallet จะปรากฏข้อมูลชื่อ-นามสกุล ยอดเงินคงเหลือใน G-Wallet หากต้องการเติมเงินให้เลือก "เติมเงินเข้า G-Wallet"
- ค) เลือกว่าเราต้องการโอนเงินจากบัญชีของธนาคารใดเข้าสู่ G-Wallet
- ง) ทุกธนาคารจะมี 3 ช่องทางการเติมเงิน จากตัวอย่างได้เลือกธนาคารไทยพาณิชย์ โดยเลือกเติมเงินผ่านระบบ Mobile Banking
- จ) ระบบจะนำไปสู่หน้าที่ปรากฏ G-Wallet ID หรือหมายเลข G-Wallet จำนวน 15 หลักสำหรับเติมเงิน ให้เลือก "คัดลอก" หมายเลขดังกล่าว หลังจากนั้นกดเลือกเมนู "เปิดแอปฯ เพื่อเติมเงิน" ซึ่งอยู่ด้านล่างสุดของหน้าจอ
- ฉ) หลังเข้าสู่แอปฯ Mobile Banking ของธนาคารแล้ว ให้เลือกเมนู "Top up" (เติมเงิน) แล้วตามด้วย "PromptPay Topup" (เติมเงินพร้อมเพย์)
- ช) วางหมายเลข ID จำนวน 15 หลักที่เราได้ทำการคัดลอกไว้ก่อนหน้านั้น แล้วใส่จำนวนเงินที่ต้องการเติม หลังจากนั้นกดโอนเงินตามปกติ

ข) เมื่อโอนเงินเสร็จแล้ว ให้เข้าไปตรวจสอบที่ G-Wallet ในแอปฯ เป่าตั้ง จะเห็นได้ว่าจำนวนเงินได้ถูกเติมเข้ามาเรียบร้อยแล้ว

นอกจากการโอนเงินผ่านระบบ Mobile Banking ของธนาคารแล้ว ยังมีวิธีเติมเงินผ่าน "คิวอาร์โค้ด พร้อมเพย์" โดยให้นำคิวอาร์โค้ดที่ได้ ไปใช้โอนเงินในแอปฯ ธนาคารได้ตามปกติ สะดวกกว่าตรงที่ไม่ต้องคัดลอกหมายเลขจี-วอลเล็ต แต่ใช้คิวอาร์โค้ดได้เลย รวมถึงวิธีเติมเงินผ่าน "ตู้ ATM" ของธนาคารต่างๆ ซึ่งเมื่อกดเลือกวิธีการดังกล่าว จะมีคำอธิบายที่ละเอียดขั้นตอนไว้อย่างชัดเจน

4) ประโยชน์ของแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า "เป่าตั้ง" (Paotang)

หลังจากทำการเปิดใช้งาน หรือผูก G-Wallet เข้ากับข้อมูลของเราเรียบร้อยแล้ว ก็สามารถใช้งานต่างๆ ในการทำธุรกรรมแบบออนไลน์ ที่นอกจากจะเป็นช่องทางในการรับเงินจากโครงการเราเที่ยวด้วยกันและคนละครึ่งแล้ว นอกจากนี้ยังสามารถใช้ฟีเจอร์ต่างๆ ของแอปพลิเคชันได้อย่างหลากหลาย เช่น เติมเงินค้ายมือถือ, จ่ายบิลค่าน้ำ (นครหลวง, ภูมิภาค) ค่าไฟฟ้า (นครหลวง, ภูมิภาค) ค่าโทรศัพท์ ค่าบัตรเครดิต รวมไปถึงบิลภาครัฐต่างๆ และการสร้าง QR Code เพื่อรับเงิน เป็นต้น

2.การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจ่ายเงินโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

อารยา แท้สูงเนิน (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีทั้งหมด 405 คน ข้อมูลโดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น 2 วิธี มีสถิติที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) แผนภูมิวงกลม (Pie chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar chart)) และสถิติเชิงอนุมาน เพื่ออธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การทดสอบ Chi-Square ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และความปลอดภัย

พรรณฉัตร พชรสิงห์วัฒน์ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้นาการอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มเป้าหมายที่ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นประชาชนที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ทั้งกลุ่มที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มที่ไม่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ (Paper Base) และแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ข้อมูลที่ได้ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอย Binary Logistic Regression Analyisist ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้นาการอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มี 8 ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพพนักงานเอกชน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ช่องทางการให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการ และทักษะทางการเงินของประชาชน

โชติรส นพเกล้า (2563) ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้บริการผ่านสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด ใช้วิธีวิจัยรูปแบบการสำรวจ (Survey Research) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาถึง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) กับ การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเขตพื้นที่สมุทรสาคร ที่เคยใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 400 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้แบบสอบถามทั้งหมดมาบันทึกและลงรหัสโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, F-test และใช้สมการถดถอยหลายพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์ (Mobile Banking) ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการหลากหลายตรงกับความต้องการ 2. ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าธรรมเนียมในใช้บริการ 3. ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ธุรกรรมออนไลน์บนมือถือสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง 4. ปัจจัยด้านบุคคลที่มีการอบรมพนักงาน เช่น ให้นักเรียนเรียน E-learning เพื่อจะได้แนะนำการใช้งาน ได้แม่นยำถูกต้อง 5. ปัจจัยด้านกระบวนการ ระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า รหัสเข้าใช้งานทุกครั้ง 6. ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ รูปลักษณ์ภายนอก การออกแบบแอปพลิเคชัน มีฟังก์ชันการใช้งาน รายละเอียดที่ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก และ 7. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขาของธนาคาร ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สาขาผลิตภัณฑ์และบริการที่ปรับให้ตรงกับความต้องการ มีคำสั่งกำกับดูแลให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน 2. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ มีเวลาในการทำธุรกรรมที่เหมาะสม สาขาจำนวนมากให้ใช้บริการทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ สถานที่ให้บริการมีความกว้างขวางและปลอดภัย

ทำเลที่ตั้งเหมาะสม มีอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3. ปัจจัยด้านบุคคล ทั้งนี้ พนักงานธนาคาร มีความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารเป็นอย่างดีและสามารถให้คำแนะนำ คำปรึกษา มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพและมีความเต็มใจในการให้บริการ 4. ปัจจัยด้านกระบวนการ มีระเบียบและขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการที่ถูกต้อง ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลาไม่นานอนุมัติเร็ว 5. รูปลักษณ์ภายนอก การตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัยและสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ให้บริการธุรกรรมการเงินที่สาขาธนาคารตลอด 24 ชั่วโมง และ 6. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

สุรียพร เหมือนหลิ่ง (2558) จุฑามาศ กิจจรัส (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 418 ชุด หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบของตารางและแผนภูมิ และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ได้แก่ 1. อายุ 2. ระดับรายได้ 3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ การมี Application ทำงานได้ง่ายและถูกต้อง 4. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ เช่น ฟังก์ชันการใช้งานสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย การมีร้านค้าจำนวนมากที่รองรับการทำรายการผ่าน Mobile Banking Application และมีช่องทางในการแจ้งปัญหาได้อย่างรวดเร็ว 5. ปัจจัยด้านราคา เช่น ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อครั้งของผู้ใช้บริการ และ 6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเกี่ยวกับระบบการรักษาความปลอดภัยของบริการอย่างต่อเนื่อง

ปັນรส สุวาท (2563) ศึกษาพฤติกรรมการพึงพอใจและปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) กรณีศึกษาธนาคารออมสินเขตอุทัยธานี เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบของตารางและแผนภูมิ และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) ประเภท Binary Logistic Regression Analysis Model ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รูปแบบของ Application

มีความทันสมัย และสวยงาม เมนูการใช้งานชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และ 2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีช่องทางในการช่วยแก้ปัญหา กรณีมีเหตุขัดข้อง สามารถติดตั้งได้ทุกระบบปฏิบัติการ (IOS , Android) มีการแจ้งเตือนเพื่ออัปเดต Application ให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง

กัลยกร แก่นพรมมา (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบของตารางและแผนภูมิ และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยใช้ Chi-square test ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกธนาคารที่จะใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ ด้านการเลือกใช้บริการจากรูปแบบการบริการ เช่น การชำระบิล การโอนเงิน เป็นต้น ด้านค่าธรรมเนียมในการสมัคร และค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ด้านช่องทางการสมัครใช้บริการ โพรโมชันที่ดึงดูดใจ เช่น มีส่วนลดเมื่อมีการใช้บริการผ่าน Mobile Banking หรือ มีการแลกเปลี่ยนสะสม ด้านการมีช่องทางการรับข่าวสารที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ และรูปแบบความปลอดภัย รวมถึงความเสถียรของระบบ

สุกัญญา จงเจตน์ดี (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบของตารางและแผนภูมิ และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยใช้ Chi-square test ในการทดสอบความสัมพันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ธนาคารพาณิชย์ที่สร้างรูปลักษณ์ของแถบสแกนระบบคิวอาร์โค้ดให้มีความน่าสนใจและดึงดูดที่จะใช้งาน มีรูปแบบการตัดชำระเงินที่ใช้งานสะดวกและรวดเร็ว การคิดค่าธรรมเนียมในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันและค่าธรรมเนียมในการชำระเงินในแต่ละครั้ง การให้เครดิตเงินคืนหรือส่วนลดในการซื้อสินค้าหรือบริการ กระบวนการชำระระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย การแสดงข้อมูลการชำระเงินและข้อมูลของแถบสแกนคิวอาร์โค้ดที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือ การจัดส่งหลักฐานการชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว และธนาคารที่ออกแถบคิวอาร์โค้ดมีชื่อเสียงและมีความมั่นคง

ศฤศร จันทร์ศร (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิง

ปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 332 ชุด หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบของตารางและแผนภูมิ และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเคยซื้อสินค้าออนไลน์มาก่อน ปัจจัยด้านความถี่ในการไปใช้บริการที่ธนาคาร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านสถานภาพ ปัจจัยด้านรายได้ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ธนาตล อุดมสิน (2563) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet กรณีศึกษา TrueMoney Wallet และ rabbit Line Pay เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มาจากผู้ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ e-Wallet ผ่านช่องทาง Truemoney Wallet และ rabbit Line Pay ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (non-Probability Sampling) แบบการเลือกเจาะจง (Purposive Sampling) แล้วนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1. ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) งานวิจัยครั้งนี้จะนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และ 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) งานวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เครื่องมือการทดสอบ Chi-Square ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร โดยการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ผลการศึกษา พบว่า 1. กลุ่มบุคคลอ้างอิง มีผลต่อการเลือกใช้บริการ e-Wallet เนื่องจากมีการบอกต่อจากผู้ให้บริการรายเดิมที่มีความประทับใจต่อผู้ให้บริการรายนั้นๆ โดยส่วนใหญ่เป็นการบอกต่อจากเพื่อนร่วมเรียนหรือเพื่อนร่วมงาน 2. โปรโมชัน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ e-Wallet กล่าวคือ ผู้ให้บริการสามารถดึงดูดผู้ให้บริการได้โดยการวางกลยุทธ์ทางด้านโปรโมชันต่างๆ หรือกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดในรูปแบบอื่นๆ 3. ปัจจัยด้านประเภทสินค้าและบริการ พบว่า เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความถี่และจำนวนเงินในการชำระสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet และ 4. ปัจจัยในด้านค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ e-Wallet เป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้

มนัสชนก อังกาพย์ละออง (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา: ผ่านผู้ให้บริการที่มีใบอนุญาตการเงิน (Nonbank) เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ตัวอย่าง หลังจากดำเนินการเก็บรวบรวม

ข้อมูลครบถ้วนแล้วนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติดังนี้ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในรูปแบบ ค่าร้อยละ (Percentage) ตารางแจกแจงความถี่ และค่าเฉลี่ย (Mean) 2. การวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณ (Quantitative Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (4P) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็นในรูปแบบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบสมมติฐานและความสัมพันธ์ของตัวแปรในปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อ มูลค่าการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผ่านผู้ให้บริการที่มีใช้สถาบันการเงิน (Nonbank) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ E-wallet คือ เพศ, ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความถูกต้องในการชำระเงิน ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใช้E-Wallet เพื่อชำระค่าบริการสาธารณูปโภค บัตรเครดิต, ปัจจัยด้านความคิดเห็นพบว่าการคุ้มครองเงินฝากใน E-wallet จากหน่วยงานภาครัฐ และความรู้สึกว่าทันสมัยเมื่อใช้บริการ E-Wallet

จุฑามาศ กิจจรัส (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย และนำผลสำรวจมาศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตของธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ผ่านแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 420 ชุด หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว โดย ผู้ศึกษาจะดำเนินการประมวลผลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบของตารางและแผนภูมิ และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ได้แก่ 1. อายุ 2. รายได้ 3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณสมบัติต่าง ๆ ของบัตรเครดิต 4. การส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชั่นสำหรับผู้สมัครบัตรใหม่ที่ น่าสนใจ 5. ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น กระบวนการให้บริการที่จะต้องมีการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ มีขั้นตอนการติดต่อเจ้าหน้าที่ไม่ซับซ้อน 6. ด้านกระบวนการ เช่น การติดต่อทำบัตรเครดิตได้สะดวกและมีขั้นตอนการสมัครบัตรเครดิตที่ไม่ยุ่งยาก 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น ธนาคารผู้ ออกบัตรเครดิตมีความน่าเชื่อถือ

รัตนาภรณ์ วิเชียรศิลป์ (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมไร้เงินสดของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย

การแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 400 ชุด หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้ศึกษาจะดำเนินการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในรูปแบบของตารางและแผนภูมิ และวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณโดยใช้ Chi-square test ในการทดสอบความสัมพันธ์ และประมวลผลการวิเคราะห์ผ่านโปรแกรม SPSS Statistics V.17 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่อายุ , เพศ, ระดับการศึกษาสูงสุด, อาชีพ และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมไร้เงินสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าปัจจุบันผู้ใช้บริการมีความต้องการในการใช้บริการที่ครอบคลุมรูปแบบการให้บริการทางการเงินมากยิ่งขึ้น โดยมีตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ฯลฯ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7 Ps ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ นอกจากนี้ยังตัวแปรต่างๆ อีกที่ได้มีการนำมาใช้ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ความสะดวกในการใช้งาน ความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงค่าใช้จ่าย ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การปรับตัวกับวิถีชีวิต ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ เป็นต้น และเครื่องมือ วิธีและเทคนิค การศึกษา พบว่า ผู้วิจัยส่วนใหญ่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมือนกัน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ มีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นต้น สถิติเชิงปริมาณ เช่น F-Test, T-Test และ Chi-Square เป็นต้น แต่ พรณฉัตร พัทธสิงห์วัฒน์ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ปณรรส สุวาท (2563) ศึกษาพฤติกรรมความพึงพอใจและปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) กรณิศศึกษา ธนาคารออมสินเขตอุทัยธานี และศฤศร จันทรศร (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้เห็นถึงความแตกต่าง ซึ่งงานวิจัยส่วนมากที่ทำการศึกษาคือเฉพาะเจาะจงเป็นรายธนาคาร สำหรับงานศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาโดยใช้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่รัฐบาลมีส่วนร่วมในการดำเนินการ และมีการนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในทางเศรษฐศาสตร์ คือ ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริโภค ทำให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคในภาพรวมที่ชัดเจนมากขึ้น และทำให้การศึกษาในเล่มนี้สามารถเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง ในการนำไปปรับปรุง พัฒนาในด้านบริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ในการศึกษาเป็นแบบปฐมภูมิจากการตอบแบบสอบถาม โดยมีตัวแปรปัจจัยที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยกำหนดอุปสงค์ในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยใช้แบบจำลองจำนวน 2 แบบจำลอง ได้แก่

แบบจำลองโลจิท (Logit model) เพื่ออธิบายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ โดยค่าพยากรณ์จะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 เพื่อเป็นการพยากรณ์หาความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง $Pr(Y=1)$ และ ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะไม่ตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง $Pr(Y=0)$ โดยตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, สถานภาพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, เงินออมเฉลี่ยต่อเดือน และหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนรวมทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย และปัจจัยกำหนดอุปสงค์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ, ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน, ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน, การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน, สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา, นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” ส่วนตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง

แบบจำลองการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีผลต่อตัวแปรตาม เพื่อพยากรณ์โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ โดยใช้สมการที่สร้างขึ้นจากตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยมีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, สถานภาพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน, เงินออมเฉลี่ยต่อเดือน และหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนรวมทั้งเงินต้นและดอกเบี้ย และปัจจัยกำหนดอุปสงค์ในการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ, ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน, ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน, การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน, สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา, นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” ส่วนตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎี การศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
		5. แนวคิดเกี่ยวกับ เจเนอเรชันเบบี้บูม เมอร์		
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ การเลือกใช้บริการ อิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภค	1. แนวคิดด้าน ประชากรศาสตร์ 2. ทฤษฎีพฤติกรรม ผู้บริโภค 3. ทฤษฎีส่วน ประสมทาง การตลาดธุรกิจ บริการ	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ การถดถอย Binary Logistic Regression Analysis	ปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพพนักงาน เอกชน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ช่องทางการ ให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการ และทักษะทางการ เงินของประชาชน เป็นปัจจัยที่ทำให้ประชาชน เลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎี การศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
3. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ e-Wallet	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ e-Wallet	1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค 3. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบ Chi-Square	ปัจจัยด้านกลุ่มบุคคลอ้างอิง, ด้านโปรโมชัน, ด้านประเภทสินค้าและบริการ และค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ e-Wallet เป็นที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ e-Wallet สำหรับด้านประเภทสินค้าและบริการ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎีการศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ E-Wallet	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ E-Wallet อีเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กรณีศึกษา : ผ่านผู้ให้บริการที่ไม่มีใช้สถาบันการเงิน (Nonbank)	1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต 3. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ 4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) 5. แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการศึกษา	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ E-wallet คือ เพศ, ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับความถูกต้องในการชำระเงิน ปัจจัยทางด้านรูปแบบการดำเนินการชีวิตที่ใช้ E-Wallet เพื่อชำระค่าบริการ การสาธารณสุขภาคบัตรเครดิต, ปัจจัยด้านความคิดเห็นพบว่า การคุ้มครองเงินฝากใน E-wallet จากหน่วยงานภาครัฐ และ ความรู้สึกที่ว่าทันสมัยเมื่อใช้บริการ E-Wallet

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎีการศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
5. การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือสำหรับการโอนเงินผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	ศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือสำหรับการโอนเงินผ่านสาขาที่ใช้บริการไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าสำหรับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือที่เคลื่อนที่กับการใช้บริการผ่านสาขาของธนาคาร 2. แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) 3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ 4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ T-test, F-test และ ใช้สมการถดถอยถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์ (Mobile Banking) ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2. ปัจจัยด้านราคา 3. ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย 4. ปัจจัยด้านบุคคลที่มีการอบรมพนักงาน 5. ปัจจัยด้านกระบวนการ ระบบการป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า 6. ปัจจัยลักษณะทางกายภาพ รูปลักษณ์ภายนอก และ 7. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขาของธนาคาร ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3. ปัจจัยด้านบุคคล 4. ปัจจัยด้านกระบวนการ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
	การศึกษากิจการ	5. แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของทางการเงินของธนาคาร		5. รูปลักษณะภายนอก การตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม เครื่องมือและอุปกรณ์สำนักงานในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัยและสามารถให้บริการที่รวดเร็ว ให้บริการธุรกรรมการเงินที่สาขาธนาคารตลอด 24 ชั่วโมง และ 6. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี
		6. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี		
		7. แนวคิดและทฤษฎีการให้บริการ		
		8. แนวคิดเกี่ยวกับ Mobile Banking ของธนาคารไทยพาณิชย์		

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎีการศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
6. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของกรุงเทพมหานคร	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของกรุงเทพมหานคร	1. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 2. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและความคิดเห็น ความพึงพอใจ	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - วิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของกรุงเทพมหานคร 1. อายุ 2. รายได้ 3. ปัจจัยด้านปริมาณรถโดยสารสาธารณะ 4. ผลกระทบของการส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชั่นสำหรับผู้สมัครใช้บริการที่นำเสนอใจ 5. ปัจจัยด้านบุคลากร เช่น กระบวนการให้บริการที่จะต้องมีจำนวนพนักงานเพียงพอให้บริการ มีขั้นตอนการติดต่อเจ้าหน้าที่ไม่ซับซ้อน 6. ด้านกระบวนการ เช่น การติดต่อใช้บริการรถโดยสารได้สะดวกและมีขั้นตอนการสมัครบริการที่ไม่ยุ่งยาก 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น ธนาคารผู้ให้บริการรถโดยสารมีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎีการศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
7. ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น 2. แนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's)	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น	ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ได้แก่ 1. อายุ 2. ระดับรายได้ 3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ การมี Application ทำงานได้ง่าย และถูกต้อง 4. ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ เช่น ฟังก์ชันการใช้งานสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลาย การมีร้านค้าจำนวนมากที่รองรับการทำรายการผ่าน Mobile Banking Application และมีช่องทางในการแจ้งปัญหาได้อย่างรวดเร็ว 5. ปัจจัยด้านราคา เช่น ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อครั้งของผู้ใช้บริการ และ 6. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเกี่ยวกับระบบการรักษาความปลอดภัยของบริการอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎีการศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
8. พฤติกรรมความพึงพอใจและปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) กรณีศึกษาธนาคารออมสินเขตอุทัยธานี	ศึกษาปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการ Mobile Banking	1. ทฤษฎีการวัดทัศนคติของผู้บริโภค 2. ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (6W1H) 3. ทฤษฎีและแนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการ	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) ประเภท Binary Logistic Regression	ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น รูปแบบของ Application มีความทันสมัย และสวยงาม เมื่อนำมาใช้งานชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และ 2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น มีช่องทางในการช่วยแก้ปัญหา กรณีที่เผชิญข้อสงสัยสามารถติดต่อได้ทุกระบบปฏิบัติการ (IOS , Android) มีการแจ้งเตือนเพื่ออัปเดต Application ให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎี การศึกษา	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
		5. ทฤษฎี และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4P's)		
9. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมไร้เงินสดของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร	ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมไร้เงินสดของประชากรวัยทำงาน	1. ทฤษฎีเกี่ยวกับเงิน 2. ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม 3. ทฤษฎีอัตราการยอมรับ	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ Chi-square test	ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่อายุ, เพศ, ระดับการศึกษา, สูงสุด, อาชีพ และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมไร้เงินสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่สำหรับสถานภาพไม่พบความสัมพันธ์

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
10. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking	ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking	1. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค 2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 3. แนวคิดด้านลักษณะการตัดสินใจ	1. แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน - สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ Chi-square test	ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกธนาคารที่จะใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ ด้านการเลือกใช้บริการจากรูปแบบการบริการ เช่น การชำระบิล การโอนเงิน เป็นต้น ด้านค่าธรรมเนียมในการสมัคร และค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ ด้านช่องทางสมัครใช้บริการ ไปรษณีย์ที่ดึงดูดใจ เช่น มีส่วนลดเมื่อมีการใช้บริการผ่าน Mobile Banking หรือมีการแลกคะแนนสะสม ด้านการมีช่องทางบริการรับข่าวสารที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ และรูปแบบความปลอดภัย รวมถึงความเสถียรของระบบ
11. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด	ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด	1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์	1. แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด พบว่า ธนาคารพาณิชย์ที่สร้างรูปแบบลักษณะของแถบสแกนระบบคิวอาร์โค้ดให้มีความน่าสนใจและดึงดูดที่จะใช้งาน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เรื่อง	ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
		แนวคิด และ ทฤษฎีพฤติกรรม ผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	มีรูปแบบการตัดชำระเงินที่ใช้งานสะดวกและ รวดเร็ว การคิดค่าธรรมเนียมในการดาวน์โหลด แอปพลิเคชันและค่าธรรมเนียมในการชำระเงินใน แต่ละครั้ง การให้เครดิตเงินคืนหรือส่วนลดในการซื้อ สินค้าหรือบริการ กระบวนการชำระระบบการชำระ เงินที่ปลอดภัย การแสดงข้อมูลการชำระเงินและ ข้อมูลของแถบแอสกินคิวอาร์โค้ดที่ ครบถ้วน น่าเชื่อถือ การจัดส่งหลักฐานการชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว และธนาคารที่ออกแถบคิวอาร์โค้ดมีชื่อเสียง และมีความมั่นคง
12. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ของธนาคารพาณิชย์ในเขต กรุงเทพมหานคร	ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการธนาคารทาง โทรศัพท์มือถือ	1. แนวคิดลักษณะ ทางด้านการตลาด และการตลาด	- ใช้แบบสอบถาม - สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่า ร้อยละ	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารพาณิชย์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเคยซื้อสินค้าออนไลน์มาก่อน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ปัญหาทางวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
การศึกษ	3. แนวคิดและ ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วน ประกอบต่าง ๆ - สถิติเชิงอนุมาน การทดสอบค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ แบบจำลองโลจิสติก (Logit model)	ปัจจัยด้านความถี่ในการไปใช้บริการที่ธนาคาร ปัจจัยด้านโครงสร้างและนำเสนอลักษณะทาง กายภาพ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้าน สถานภาพ ปัจจัยด้านรายได้ และปัจจัยด้านช่อง	
การศึกษ	4. แนวคิดและ ทฤษฎีการยอมรับ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ		ทางการจัดจำหน่าย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ประชากรในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ที่ทำงานหรือมีถิ่นที่อยู่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีอายุตั้งแต่ 18 - 60 ปี ที่เคยใช้และไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป๋าตัง เนื่องจากเป็นระดับอายุที่สามารถตัดสินใจในการบริโภคอย่างมีเหตุผลและมีคุณสมบัติในการเข้าร่วมโครงการคนละครึ่งได้

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม ตามวิธีของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2} n$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 P = ค่าสัดส่วนของประชากร ในที่นี้กำหนดให้ $P=0.05$ เนื่องจากไม่ทราบสัดส่วนประชากร โดยค่า $P(1 - P)$ จะมีค่ามากที่สุดเมื่อสัดส่วนประชากรเท่ากับร้อยละ 50
 Z = ณ ความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 ค่า Z มีค่าเท่ากับ 1.96
 e = ร้อยละความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ($e = 0.05$)
ดังนั้น จะได้

$$n = \frac{0.05 \times 0.05 \times 1.96^2}{0.05^2}$$

$$= \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$= 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

จากผลการคำนวณขนาดประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 385 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม ขนาดของตัวอย่างที่เก็บควรมีค่ามากกว่าขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากร เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง

1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างของประชากรในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เนื่องจากเป็นจังหวัดที่เศรษฐกิจของจังหวัดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมั่นคง ประชาชนมีรายได้เพียงพอต่อการดำรงชีพและพ้นจากขีดความยากจน จำนวน 25 ตำบล จากจำนวน 277,833 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เป้าหมายที่เป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน โดยตำบลที่เลือกออกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกจากตำบลที่มีประชากรหนาแน่นสูงสุด 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลนครปฐม ตำบลโพรงมะเดื่อ ตำบลบ่อพลับ และตำบลสนามจันทร์ โดยมีประชากรดังกล่าวแสดงดังตาราง

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลสถิติประชากรของอำเภอเมืองนครปฐม ณ เดือน มกราคม 2566 จำนวน 5 ตำบล

ตำบล	จำนวนประชากร (คน)
1. ตำบลพระปฐมเจดีย์	26,323
2. ตำบลนครปฐม	21,695
3. ตำบลโพรงมะเดื่อ	17,043
4. ตำบลบ่อพลับ	15,691
5. ตำบลสนามจันทร์	13,909

ที่มา : ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหาร สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การใช้แบบสอบถาม โดยแบ่งส่วนประกอบของแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยตัวแปรที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) และเป็นคำถามที่มีลักษณะการตอบแบบเลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง เป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) และเป็นคำถามที่มีลักษณะการตอบแบบเลือกตอบ (Checklist)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง เป็นแบบสอบถามแบบให้ระดับความสำคัญ (Likert Scales)

การกำหนดการวัดประเมินค่าแบบสอบถามแบบให้ระดับความสำคัญ (Likert Scale) แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
5	สำคัญมากที่สุด
4	สำคัญมาก
3	สำคัญปานกลาง
2	สำคัญน้อย
1	สำคัญน้อยที่สุด

โดยการกำหนดระดับในการแปรผลระดับความสำคัญหาได้จากการหาค่าพิสัย (Rang) ช่วงคะแนน คือ

$$\text{สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

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

$$= 0.8$$

คะแนนเฉลี่ย	ความพึงพอใจ
4.21-5.00	สำคัญมากที่สุด
3.41-4.20	สำคัญมาก
2.61-3.40	สำคัญปานกลาง
1.81-2.60	สำคัญน้อย
1.00-1.80	สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

3.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอนการสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือ ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นจากผู้ให้บริการที่จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป๋าตัง ผู้วิจัยใช้วิธีการทำแบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยแบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Form) และแบบสอบถามที่มีคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Form) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากการเก็บ

ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ (Paper Base) และแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire)

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านงานศึกษาค้นคว้าอิสระให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด

ขั้นที่ 3 ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์ หาความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbachs' Alpha Coefficient) ที่ค่าใกล้เคียงกับ 1 มาก แสดงว่าความเชื่อมั่นสูง (กัลยาวันิชย์บัญชา, 2561: 34 - 36)

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 370 ชุด เพื่อได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ซึ่งมีจำนวน 400 ตัวอย่าง

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชัน เป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ชุดที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังต่อไปนี้

4.1 การประมวลผลข้อมูล ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน ได้แก่

4.1.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing)

เป็นการนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มาทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล

4.1.2 การลงรหัสข้อมูล (Coding)

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาแปรเป็นสัญลักษณ์ตัวเลข เพื่อแทนค่าตัวแปรต่าง ๆ ที่ได้ทำการลงรหัสกำหนดไว้

4.1.3 การบันทึกข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ผ่านการลงรหัสข้อมูลบันทึกข้อมูลลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณค่าทางสถิติและวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางการแจกแจงความถี่ (Frequency) เช่น การหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นต้น เพื่อประเมินลักษณะข้อมูลภาพรวมก่อนการทดสอบตัวแปรในลำดับถัดไป และเพื่อค้นหาคำตอบของวัตถุประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็น

การวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ดังนี้

1) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

(1) มีการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้สถิติ *t-test* และ *One way ANOVA (F-test)* เพื่อทดสอบความแตกต่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน

(2) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (*Multiple Regression*) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตาม โดย ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง และตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตังโดยทดสอบว่า ปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง

(3) การวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิส (*Logit Model*) เพื่ออธิบายการประมาณค่าหรือทำนายเหตุการณ์ที่สนใจว่าจะเกิดหรือไม่เกิดเหตุการณ์ภายใต้อิทธิพลของตัว ปัจจัย และนำสมการที่ได้มาพยากรณ์ค่าตัวแปรตาม ซึ่งจะมีค่าได้เพียง 2 ค่า (*Dichotomous Variable*) คือ 1 (เหตุการณ์ที่สนใจ) และ 0 (ไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมือง นครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยค่าพยากรณ์จะมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 เพื่อเป็นการพยากรณ์หาความ น่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง $Pr(Y=1)$ และโอกาสที่กลุ่มตัวอย่าง ไม่เลือกใช้บริการการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง $Pr(Y=0)$ การวิเคราะห์แบบจำลองโล จิต (*Logit Model*) สามารถเขียนสมการโลจิสได้ ดังนี้

โอกาสที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง

$$\text{- โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ } P_y = \frac{e^z}{1+e^z} \text{ หรือ } P_y = \frac{e^z}{1+e^{-z}}$$

$$\text{- โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างไม่เลือกใช้บริการ } Q_y = 1 - P_y$$

$$\text{เมื่อ } Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p$$

β = ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้จากข้อมูล

X = ตัวแปรอิสระ

e = Exponential Function มีค่าประมาณ 2.71828

P_y = ความน่าจะเป็นของการเลือกใช้บริการ ($Y=1$)

Q_y = ความน่าจะเป็นของการไม่เลือกใช้บริการ ($Y=0$)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง นั้น กำหนดให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการเป็น ตัวแปรตาม (Y) ที่มีเพียง 2 ค่า ดังนี้

$Y = 0$ คือ ไม่การตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง

$Y = 1$ คือ การตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง

ในส่วนของตัวแปรอิสระ (X) ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง และเนื่องจากแบบจำลองโลจิสติกไม่ได้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้น จึงไม่สามารถวัดผลกระทบที่มีต่อปัจจัยที่จะตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ได้จากค่าสัมประสิทธิ์แบบจำลองโลจิสติก ดังนั้นจึงต้องใช้ Marginal Effect ในการวัดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยแต่ละตัวว่ามีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง หรือไม่

$$\text{จาก } P\{\text{ใช้บริการ } Y = 1\} = P_i = e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_{p1}}$$

$$\text{จะได้ค่า Marginal Effect } \frac{\partial P}{\partial X_i} = \beta(P)(1 - P)$$

เมื่อค่าเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วย จะทำให้ความน่าจะเป็น $\beta X_i \beta(P)(1 - P)$ เปลี่ยนแปลงไป โดยขนาดของ Marginal Effect จะแปรผันตามค่า βX_i ดังนั้น การแสดงผลของค่า Marginal Effect จึงคำนวณ ณ ระดับ X_i เฉลี่ยของแต่ละตัวแปร โดยแบบจำลองโลจิสติกนั้นสามารถเขียนในรูปแบบ ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

เมื่อ Y คือ การตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง

β_0 คือ ค่าคงที่ (Constant)

β_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ

X_p คือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านอุปสงค์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง เป็นตัวแปรอิสระ (X) ว่าปัจจัยใด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันเป่าตังดังกล่าว สามารถแสดงความสัมพันธ์ของสมการตัวแปรแบบโลจิสติกได้ดังต่อไปนี้

สมการแบบจำลองการถดถอยพหุคูณและสมการโลจิสติก เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{SEX} + \beta_2 \text{AGE} + \beta_3 \text{STA} + \beta_4 \text{EDU} + \beta_5 \text{OCC} + \beta_6 \text{INC} + \beta_7 \text{SAV} + \beta_8 \text{DEP} + \beta_9 \text{D1} + \beta_{10} \text{D2} + \beta_{11} \text{D3} + \beta_{12} \text{D4} + \beta_{13} \text{D5} + \beta_{14} \text{D6} + \beta_{15} \text{D7}$$

เมื่อ β_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอย

β_{1-15} คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

การกำหนดความหมายตัวแปรและลักษณะตัวแปรแต่ละตัว อธิบายได้ดังนี้ ตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 การกำหนดความหมายตัวแปรและลักษณะตัวแปรแต่ละตัว

สัญลักษณ์	ตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร
		Logit Model	Multiple Regression
Y	การตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง	ใช่ = 1 ไม่ใช่ = 0	ความถี่ในการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง
SEX	เพศ	ชาย = 0 หญิง = 1	ชาย = 0 หญิง = 1
AGE	อายุ		
EDU	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี = 1 ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี = 0	ต่ำกว่าปริญญาตรี = 1 ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี = 0

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร
		Logit Model	Multiple Regression
OCC1	อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา = 1 อื่น ๆ = 0	นักเรียน/นักศึกษา = 1
OCC2		พนักงานบริษัทเอกชน = 1 อื่น ๆ = 0	พนักงานบริษัทเอกชน = 2
OCC3		ค้าขาย = 1 อื่น ๆ = 0	ค้าขาย = 3
OCC4		รับจ้างทั่วไป = 1 อื่น ๆ = 0	รับจ้างทั่วไป = 4
OCC5		เกษตรกร = 1 อื่น ๆ = 0	เกษตรกร = 5
		สำหรับข้าราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ เป็นอาชีพ กลุ่มฐาน (OCC1 = OCC2= OCC3= OCC4 = OCC5= 0)	
STA	สถานภาพ	สมรส = 0 โสด = 1	สมรส = 0 โสด = 1
INC	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
SAV	เงินออมเฉลี่ยต่อเดือน		
DEP	หนี้สินที่ต้องชำระ เฉลี่ยต่อเดือนรวมทั้ง เงินต้นและดอกเบี้ย		
D1	รูปแบบการให้บริการ ของแอปพลิเคชันที่ ตรงกับรสนิยม และ ความชอบ	0 = ไม่สำคัญ 1= สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด	0 = ไม่สำคัญ 1= สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร
		Logit Model	Multiple Regression
D2	ค่าธรรมเนียม/ ค่าบริการในการใช้ บริการในแอปพลิเคชัน	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด
D3	ช่องทางที่ร้านค้ารับ ชำระเงิน	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด
D4	การโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ในการ เข้าถึงแอปพลิเคชัน	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร	การกำหนดค่าตัวแปร
		Logit Model	Multiple Regression
D5	สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด
D6	นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด
D7	ความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์”	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด	0 = ไม่สำคัญ 1 = สำคัญน้อยที่สุด 2 = สำคัญน้อย 3 = สำคัญปานกลาง 4 = สำคัญมาก 5 = สำคัญมากที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยประชากรที่ทำการศึกษาคือ ผู้ที่เคยและไม่เคยชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ดังกล่าวในบทที่ 3 นี้ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลผ่านโปรแกรมทางสถิติ และวิเคราะห์ค่าทางสถิติ อ้างอิงจากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยสามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- 1.2 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ของกลุ่มตัวอย่างคนในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
- 1.3 พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ของคนกลุ่มตัวอย่างใน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
- 1.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระ ที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ของคนของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
- 1.5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง
- 1.6 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)
- 1.7 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ของในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกทวิ (Binary Logistic Regression Analysis Model)

จากการวิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามประเภทระดับความคิดเห็นของตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่ง ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคของตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร มีค่า 0.847 สรุปได้ว่าแบบสอบถามดังกล่าวมีความเชื่อมั่นสูง กล่าวคือ ค่าครอนบาคอัลฟาที่ใกล้เคียงกับ 1 ดังนั้นแบบสอบถามสามารถนำไปเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ เนื่องจาก ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาคเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จะต้องมามีค่าในช่วง 0.80 – 1 จึงจะถือว่ายอมรับได้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 1 เดือน (ระหว่างเดือนมิถุนายน 2566) ผ่านการส่งและกระจายแบบสอบถามผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามได้ จำนวน 400 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเก็บข้อมูลได้มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากรศาสตร์	เคยใช้		ไม่เคยใช้	
	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เพศ				
- ชาย	129	40.06	42	53.85
- หญิง	193	59.94	36	46.15
รวม	322	100.00	78	100.00
2. สถานภาพ				
- โสด	176	54.66	21	26.92
- สมรส	146	45.34	57	73.08
รวม	322	100.00	78	100.00
3. ระดับการศึกษา				
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	95	29.50	51	65.38
- ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	169	52.48	27	34.62
- ปริญญาโท	52	16.15	0	0.00
- สูงกว่าปริญญาโท	6	1.86	0	0.00
รวม	322	100.00	78	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	เคยใช้		ไม่เคยใช้	
	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
4. อาชีพ				
- นักเรียน/นักศึกษา	14	4.35	0	0.00
- ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	102	31.68	18	23.08
- พนักงานบริษัทเอกชน	75	23.29	8	10.26
- ค้าขาย	83	25.78	10	12.82
- รับจ้างทั่วไป	41	12.73	37	47.44
- เกษตรกร	7	2.17	5	6.41
รวม	322	100.00	78	100.00
5. อายุโดยเฉลี่ย (ปี)	37.26		46.24	
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	24,948.00		18,043.59	
7. จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	2,018.45		608.33	
8. จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	4,978.00		185.90	

ตารางที่ 4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 และไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง มีจำนวนทั้งหมด 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50 การศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 59.94 อายุเฉลี่ย 37.26 ปี สถานภาพโสด จำนวน 17 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.28 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 169 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 52.48 มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 102 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.68 มี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 24,948.00 บาท จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 2,018.45 บาท และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน 4,978.00 บาท ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง มีจำนวนทั้งหมด จำนวน 78 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.50 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 อายุเฉลี่ย 46.24 ปี สถานภาพสมรส มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 73.08 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 65.38 มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด มีจำนวน 37 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 47.44 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,043.59 บาท จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 608.33 บาท และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน 185.90 บาท

2. พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	เคยใช้		ไม่เคยใช้	
	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ประเภทการมีโทรศัพท์มือถือที่ใช้งาน				
สมาร์ทโฟน (Smartphone)	322	100.00	74	94.87
อื่น ๆ	0	0.00	4	5.13
การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ				
ใช้	322	100.00	73	93.59
ไม่ใช้	0	0.00	5	6.41
การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ				
ใช้	322	100.00	39	50.00
ไม่ใช้	0	0.00	39	50.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งทุกคนมีใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน (Smartphone) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน (Smartphone) มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 94.87 การใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งทุกคนมีใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 93.59 และการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการสุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งทุกคนใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง พบว่า มีการใช้และไม่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือจำนวนเท่ากัน คือ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางการชำระเงิน (เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ	เคยใช้		ไม่ใช้	
	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. ช่องทางการชำระเงินทางการชำระเงิน				
แอปพลิเคชันของธนาคาร	321	99.69	39	50.00
ธนาคารกรุงเทพ	90	28.04	2	5.13
ธนาคารไทยพาณิชย์	90	28.04	9	23.08
ธนาคารกสิกรไทย	107	33.33	13	33.33
ธนาคารกรุงไทย	241	75.08	26	66.67
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	27	8.41	1	2.56
ธนาคารออมสิน	97	30.22	5	12.82
ธนาคารทหารไทยธนชาติ	22	6.85	1	2.56

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ	เคยใช้		ไม่ใช่	
	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. ช่องทางการชำระเงินทางการชำระเงิน (ต่อ)				
แอปพลิเคชันของธนาคาร	321	99.69	39	50.00
ธนาคารทีสโก้	3	0.93	0	0.00
ธนาคารเกียรตินาคินภัทร	4	1.25	0	0.00
ธนาคารยูโอบี	6	1.87	0	0.00
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร (ธกส.)	10	3.12	0	0.00
เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ e- Money)	322	100.00	18	23.08
เป๋าตัง	322	100.00	0	0.00
Rabbit Line Pay	102	31.68	10	55.56
True Money	140	43.48	11	61.11
Apple Pay	77	23.91	9	50.00
Lazada Wallet	87	27.02	13	72.22
Shopee Pay	61	18.94	0	0.00
Dolfin Wallet	6	1.86	0	0.00
บัตรเครดิต/เดบิต	232	72.05	20	25.64
บัตรเครดิต	202	87.07	20	100.00
เดบิต	46	19.83	0	0.00

ตารางที่ 4.3 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางการชำระเงิน ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางการชำระเงินผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ e-Money) กลุ่มตัวอย่างทุกคน จำนวน 322 คน คิดเป็น ร้อยละ 100.00 โดยทุกคนใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง รองลงมา คือ True Money, Rabbit Line Pay และ Lazada Wallet มีจำนวน 140 คน, 102 คน และ 87 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.48, ร้อยละ 31.68 และ ร้อยละ 27.02 ตามลำดับ รองลงมา คือ แอปพลิเคชันของธนาคาร จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 99.69 โดยมีการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยมากที่สุด จำนวน 241 คน หรือคิดเป็น ร้อยละ 75.08 รองลงมา คือ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารออมสิน ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงเทพ ตามลำดับ มีจำนวน 107 คน, 97 คน, 90 คน และ 90 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 33.33, ร้อยละ 30.22, ร้อยละ 28.04 และ ร้อยละ 28.04 ตามลำดับ และผ่านบัตรเครดิตและเดบิต จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 72.05 โดยใช้ช่องทางผ่านบัตรเครดิตมากที่สุด จำนวน 202 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 87.07 รองลงมา คือ เดบิต มีจำนวน 46 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 19.83

กลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านช่องทางการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารมากที่สุด จำนวน 39 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 50.00 โดยมีการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยมากที่สุด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมา คือ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารออมสิน ตามลำดับ มีจำนวน 13 คน, 9 คน และ 5 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 33.33, 23.08 และ 12.82 ตามลำดับ รองลงมา คือ ผ่านบัตรเครดิตและเดบิต จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 25.64 โดยทุกคนใช้ช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ e-Money) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 โดยมีการใช้จ่ายเงินผ่าน Lazada Wallet มากที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 72.22 รองลงมา คือ True Money, Rabbit Line Pay และ Apple Pay ตามลำดับ มีจำนวน 11 คน, 10 คน และ 9 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 61.11, 55.56 และ 50.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านธุรกรรมที่เลือกใช้บริการ
(เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

2. ธุรกรรมที่เลือกใช้บริการ	เคยใช้		ไม่ใช่	
	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
โอนเงิน	311	96.58	34	43.59
ฝาก/ถอนเงิน	253	78.57	35	44.87
บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี	169	52.48	23	29.49
ชำระค่าสินค้าและบริการ	295	91.61	22	28.21
บริการด้านสินเชื่อ	42	13.04	0	0.00
บริการด้านการลงทุน	21	6.52	0	0.00

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านธุรกรรมที่เลือกใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง แสดงผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง พบว่า มีการใช้ธุรกรรมการโอนเงินมากที่สุด จำนวน 311 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 96.58 รองลงมา คือ ชำระค่าสินค้าและบริการ, ฝาก/ถอนเงิน และ บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี มีจำนวน 295 คน, 253 คน และ 169 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 91.61, ร้อยละ 78.57 และ ร้อยละ 52.48 ตามลำดับ

กลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง พบว่า มีการฝาก/ถอนเงิน มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 44.87 รองลงมา คือ โอนเงิน, บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี และ ชำระค่าสินค้าและบริการ ตามลำดับ มีจำนวน 34 คน, 23 คน และ 22 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 43.59, 29.49 และ 28.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในธนาคารพาณิชย์ไม่เคยใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ

ใช้บริการ	0
ไม่ใช้บริการ	39

จากตารางที่ 4.5 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในธนาคารพาณิชย์ไม่เคยใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการสุ่มตัวอย่าง พบว่าทุกคนที่ไม่เคยใช้ธุรกรรมทางโทรศัพท์มือถือจะไม่ใช้บริการธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือในธนาคารอีก

3.พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ของคนกลุ่มตัวอย่างใน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.6 พฤติกรรมการการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง (เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

การใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. สาเหตุใดที่เลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง		
มีความสะดวกรวดเร็ว	260	80.75
ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย	171	53.11
มีร้านค้าหลากหลายให้ใช้จ่าย	182	56.52
ควบคุมการใช้จ่ายได้ เพราะใช้ได้ไม่เกินมูลค่าเงินที่เติมเข้าไปในแอปพลิเคชัน	178	55.28

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
2. ช่องทางที่ใช้การเติมเงินเข้าแอปพลิเคชันเป่าตั้ง		
โมบายแบงก์กิ้ง	266	82.61
QR Code พร้อมเพย์	189	58.70
ตู้เอทีเอ็ม	125	38.82
3. ความถี่ในการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา (ครั้ง/สัปดาห์)	3	ครั้ง/ สัปดาห์
4. จำนวนเงินที่ท่านใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่อครั้งโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา (บาท/วัน)	239	บาท/วัน
5. ธุรกิจที่เลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง		
ชำระค่าสินค้าและบริการ	300	93.17
โอนเงิน	179	55.59
บริการด้านการออมและการลงทุน	88	27.33
ซื้อสลากดิจิทัล	159	49.38
บริการเติมเงิน เช่น เติมเงินมือถือ, Easy Pass, M-Pass	17	5.28
6. พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเมื่อมีแอปพลิเคชันเป่าตั้ง		
ใช้จ่ายเงินมากกว่าเดิม	60	18.63
ใช้จ่ายเงินน้อยกว่าเดิม	30	9.32
ไม่เปลี่ยนแปลง	232	72.05
7. การลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน		
เคย	316	98.14
ไม่เคย	6	1.86

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

การใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
8. โครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง		
มีผลต่อการตัดสินใจ	299	92.86
ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ	23	7.14
9. การตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ถ้าหากไม่มีโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน		
ตัดสินใจใช้ต่อไป	276	85.71
ไม่ใช่	46	14.29

ตารางที่ 4.6 พฤติกรรมการการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม (เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ) พบว่า

สาเหตุที่เลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งส่วนใหญ่มีความสะดวกรวดเร็ว มีจำนวน 260 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 80.75 รองลงมา คือ มีร้านค้าหลากหลายให้ใช้จ่าย, ควบคุมการใช้จ่ายได้ เพราะใช้ได้ไม่เกินมูลค่าเงินที่เติมเข้าไปในแอปพลิเคชัน และความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย มีจำนวน 182 คน 178 คน และ 171 หรือคิดเป็นร้อยละ 56.52 55.28 และ 53.11 ตามลำดับ

ช่องทางที่ใช้การเติมเงินเข้าแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ส่วนใหญ่ใช้โมบายแบงก์กิ้ง มีจำนวน 266 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 82.61 รองลงมา คือ QR CODE พร้อมเพย์ และตู้เอทีเอ็ม มีจำนวน 189 คน และ 125 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 58.70 และ 38.82 ตามลำดับ

ความถี่ในการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา พบว่าโดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง จำนวน 3 ครั้งต่อสัปดาห์

จำนวนเงินที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่อครั้งโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า โดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง จำนวน 239 บาทต่อครั้ง

ธุรกรรมที่เลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ส่วนใหญ่ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ มีจำนวน 300 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 93.17 รองลงมา คือ โอนเงิน และซื้อสลากดิจิทัล มีจำนวน 179 คน และ 159 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 55.59 และ 49.38 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเมื่อมีแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายเงินไม่เปลี่ยนแปลง จำนวน 232 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 72.05 ส่วนใช้จ่ายเงินมากกว่าเดิม มีจำนวน 60 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.63

การลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างเคยลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการดังกล่าว มีจำนวน 316 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 98.14

โครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ส่วนใหญ่มีผลต่อการตัดสินใจ มีจำนวน 299 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 92.86

การตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ถ้าหากไม่มีโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่อไป มีจำนวน 276 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 85.71

ตารางที่ 4.7 สาเหตุที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง (เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

เหตุผล	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวเงินในบัญชีและความถูกต้องของรายการ	52	66.67
มีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน	50	64.10
ใช้บัตรสวัสดิการ	9	11.54
ประเภทธุรกรรมการให้บริการยังไม่ตอบสนองความต้องการ	2	2.56

จากตารางที่ 4.7 แสดงสาเหตุที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สาเหตุที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง มากที่สุด คือ ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวเงินในบัญชีและความถูกต้องของรายการ จำนวน 52 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ มีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน จำนวน 50 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 64.10

4.ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ของกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 4.8 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง (กรณีที่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	\bar{x}	S.D.	การแปลค่า
1. รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ	163 (50.62%)	131 (40.68%)	26 (8.08%)	1 (0.31%)	1 (0.31%)	322	4.41	0.679	สำคัญมากที่สุด
2. ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน	171 (53.10%)	112 (34.78%)	28 (8.70%)	10 (3.10%)	1 (0.31%)	322	4.37	0.796	สำคัญมากที่สุด
3. ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน (เช่น เงินสด E-wallet โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น)	164 (50.93%)	132 (41.00%)	24 (7.45%)	1 (0.31%)	1 (0.31%)	322	4.42	0.671	สำคัญมากที่สุด
4. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน	166 (51.55%)	124 (38.51%)	29 (9.01%)	2 (0.62%)	1 (0.31%)	322	4.40	0.705	สำคัญมากที่สุด
5. สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา (เช่น มีการระบาดซื้อไวรัสโควิด-19)	184 (57.14%)	122 (37.89%)	15 (4.66%)	0 (0.00%)	1 (0.31%)	322	4.52	0.618	สำคัญมากที่สุด
6. นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล (เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น)	195 (60.56%)	115 (35.71%)	9 (2.80%)	2 (0.62%)	1 (0.31%)	322	4.56	0.615	สำคัญมากที่สุด
7. ความไม่ปลอดภัยจาก "แก๊งคอลเซ็นเตอร์"	101 (31.37%)	114 (35.40%)	40 (12.42%)	66 (20.50%)	1 (0.31%)	322	3.76	1.112	สำคัญมาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ของกลุ่มตัวอย่าง (กรณีที่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง) แสดงผลการศึกษา ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ส่วนใหญ่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เช่น นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล, สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา และช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56, 4.52 และ 4.42 ตามลำดับ ส่วนความไม่ปลอดภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.76

ตารางที่ 4.9 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง (กรณีที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	\bar{x}	S.D.	การแปลค่า
1. รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยมและความชอบ	14 (17.95%)	22 (28.21%)	21 (26.92%)	21 (26.92%)	0 (0.00%)	78	3.37	1.070	สำคัญปานกลาง
2. ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน	15 (19.23%)	21 (26.92%)	23 (29.49%)	19 (24.36%)	0 (0.00%)	78	3.41	1.062	สำคัญมาก
3. ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน (เช่น เงินสด E-wallet โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น)	15 (19.23%)	21 (26.92%)	24 (30.77%)	18 (23.08%)	0 (0.00%)	78	3.42	1.051	สำคัญมาก
4. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน	7 (8.97%)	35 (44.87%)	17 (21.97%)	19 (24.36%)	0 (0.00%)	78	3.38	0.957	สำคัญปานกลาง
5. สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา (เช่น มีการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19)	9 (11.54%)	33 (42.31%)	19 (24.36%)	17 (21.97%)	0 (0.00%)	78	3.44	0.961	สำคัญมาก
6. นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล (เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น)	10 (12.82%)	31 (39.74%)	16 (20.51%)	21 (26.92%)	0 (0.00%)	78	3.38	1.022	สำคัญปานกลาง
7. ความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์”	5 (6.41%)	18 (23.08%)	20 (25.64%)	35 (44.87%)	0 (0.00%)	78	2.91	0.969	สำคัญปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ของกลุ่มตัวอย่าง (กรณีที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง) มีผลการศึกษา ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง พบว่า สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา (เช่น มีการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19) ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน (เช่น เงินสด E-wallet โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น) และค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44, 3.42 และ 3.41 ตามลำดับ ส่วนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน, นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล (เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น), รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยมและความชอบ และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38, 3.38, 3.37 และ 2.91 ตามลำดับ

5. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง

วัตถุประสงค์หนึ่งของงานวิจัยนี้ คือ การศึกษาว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านเพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงิน

ออมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง กันหรือไม่ ซึ่งการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยในส่วนนี้ใช้การวิเคราะห์ t-test และความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับการทดสอบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันทั้งด้าน เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน

5.1 เพศกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง และกำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์เพศกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง

Model	t-test for Equality of Means		
	t	df	Sig
Equal variances assumed	-.282	320	.778
Equal variances not assumed	-.285	282.969	.776

จากตารางที่ 4.10 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ
 H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังแตกต่างกัน

จากการทดสอบเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.778 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 ซึ่งหมายความว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 สอดคล้องกับงานของของธนาดล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าเพศของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

5.2 อายุกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง และกำหนดสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์อายุกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	138.248	41	3.372	1.073	.359
Within Groups	879.531	280	3.141		
Total	1017.780	321			

จากตารางที่ 4.11 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ

H₀ : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังไม่แตกต่างกัน

H₁ : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังแตกต่างกัน

จากการทดสอบอายุกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.359 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ H₀ ซึ่งหมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 สอดคล้องกับงานของของชนาดล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าอายุของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

5.3 สถานภาพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง และกำหนดสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ภาพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน
เป๋าตัง

Model	t-test for Equality of Means		
	t	df	Sig.
Equal variances assumed	-1.740	320	.083
Equal variances not assumed	-1.715	286.535	.087

จากตารางที่ 4.12 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ

H0 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังไม่แตกต่างกัน

H1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังแตกต่างกัน

จากการทดสอบสถานการณ์ภาพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.083 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 ซึ่งหมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 แตกต่างจากกับงานของของธนาตล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าสถานภาพของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

5.4 ระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง และกำหนดสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.693	3	1.564	.491	.689
Within Groups	1013.086	318	3.186		
Total	1017.780	321			

จากตารางที่ 4.13 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ

H0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังไม่แตกต่างกัน

H1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังแตกต่างกัน

จากการทดสอบระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.689 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 ซึ่งหมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 สอดคล้องกับงานของของธนาตล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

5.5 อาชีพกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง และกำหนดสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์อาชีวะกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	73.088	5	14.618	4.890	.000
Within Groups	944.691	316	2.990		
Total	1017.780	321			

จากตารางที่ 4.14 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ

H0 : อาชีวะที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกัน

H1 : อาชีวะที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกัน

จากการทดสอบอาชีวะกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 ซึ่งหมายความว่า อาชีวะที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 สอดคล้องกับงานของอารยา แท้สูงเนิน (2562) ที่พบว่าอาชีวะของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code แตกต่างกันไป

5.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง และกำหนดสมมติฐานที่ 6 ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	341.094	67	5.091	1.911	.000
Within Groups	676.685	254	2.664		
Total	1017.780	321			

จากตารางที่ 4.15 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ

H0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกัน

H1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกัน

จากการทดสอบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 ซึ่งหมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 สอดคล้องกับงานของ อารยา แท้สูงเนิน (2562) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code แตกต่างกัน และงานของธนาตล อุดมสิน (2563) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet แตกต่างกัน

5.7 จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน กับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง และกำหนดสมมติฐานที่ 7 ดังนี้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	133.921	29	4.618	1.526	.045
Within Groups	883.858	292	3.027		
Total	1017.780	321			

จากตารางที่ 4.16 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ

H0 : จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกัน

H1 : จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกัน

จากการทดสอบจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.045 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 ซึ่งหมายความว่า จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

5.8 จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน กับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง และกำหนดสมมติฐานที่ 8 ดังนี้

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้เลือกใช้
จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	81.986	34	2.411	.740	.855
Within Groups	935.793	287	3.261		
Total	1017.780	321			

จากตารางที่ 4.17 มีการตั้งสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์ผล คือ

H0 : จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกัน

H1 : จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกัน

จากการทดสอบจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.855 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 ดังนั้นจึงยอมรับ H0 ซึ่งหมายความว่า จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1

6.ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง โดยงานวิจัยนี้มีปัจจัยที่จะนำมาวิเคราะห์จากการจัดกลุ่มการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) จำนวน 7 ปัจจัย และใช้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วจำนวน 322 ชุด เพื่อมาพิจารณาว่าปัจจัยใดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.18 ผลวิเคราะห์ของตัวแบบจากสมการถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.310a	.096	.076	1.712

ตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R Square) มีค่าเท่ากับ 0.096 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรทั้ง 7 ปัจจัยสามารถอธิบายระดับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งได้ร้อยละ 9.60 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 90.40 เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยอื่นๆ

สมมติฐานในการวิเคราะห์ผลจากตารางที่ 4.18 คือ

H0 : ปัจจัยจากการวิเคราะห์ทั้ง 7 ปัจจัยไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

H1 : มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยจากการวิเคราะห์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

ตารางที่ 4.19 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยอิสระทั้ง 7 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งกับระดับความพึงพอใจ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	97.813	7	13.973	4.769	.000 ^b
Residual	919.966	314	2.930		
Total	1017.780	321			

ผลจากการทดสอบตามตารางที่ 4.19 ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 ที่กำหนดดังนั้นจึงปฏิเสธ H0 ซึ่งหมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.20 สมการถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างความพึงพอใจกับปัจจัยอิสระทั้ง 7 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.560	.859		1.815	.070
1. รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และ ความชอบ	-.227	.218	-.087	-1.041	.299
2. ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน	.129	.168	.058	.770	.442
3. ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน	-.130	.258	-.049	-.503	.615
4. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน	.168	.228	.066	.734	.463
5. สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา	.031	.268	.011	.117	.907
6. นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล	-.075	.240	-.026	-.315	.753
7. ความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์”	.475	.087	.296	5.437	.000

จากตารางที่ 4.20 เมื่อพิจารณาค่า Sig. สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ มีจำนวน 1 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านความไม่ปลอดภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์ โดยผลจากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 ทำให้ยอมรับสมมติฐานทางเลือกที่ว่า ปัจจัยด้านความไม่ปลอดภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานของอารยา แห่สูงเนิน (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยของการให้บริการ ส่งผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code

สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง มีทั้งหมด 8 ปัจจัย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาที่ อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน เงินออมเฉลี่ยต่อเดือน และความไม่ปลอดภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์

7.การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Binary Logistic Regression Analysis Model)

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของสมการถดถอยเชิงโลจิสติก ของแบบจำลอง โดยเปรียบเทียบค่าพยากรณ์ (Predicted) กับข้อมูลจริง (Observed)

Classification Table ^b				
Observed	Predicted			Percentage Correct
	ใช้บริการหรือไม่			
	ไม่ใช่	ใช่		
Step 1 ใช้บริการหรือไม่	ไม่ใช่	62	16	79.5
	ใช่	10	312	96.9
Overall Percentage				93.5

a. The cut value is .500

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของสมการถดถอยเชิงโลจิสติก ของแบบจำลองโดยเปรียบเทียบค่าพยากรณ์ (Predicted) กับข้อมูลจริง (Observed) สามารถอธิบายได้ ดังนี้ จากข้อมูลจริง (Observed) กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง จำนวน 78 ตัวอย่าง แต่สมการถดถอยเชิงโลจิสติกสามารถพยากรณ์ (Predicted) ได้เท่ากับ 62 ตัวอย่าง นั่นคือพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 79.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง จำนวน 322 ตัวอย่าง แต่สมการถดถอยเชิงโลจิสติกสามารถพยากรณ์ (Predicted) ได้เท่ากับ 312 ตัวอย่าง นั่นคือพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 96.9

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบประมาณค่าสมการความถดถอยเชิงโลจิสติก

Variables in the Equation		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	เพศ	.878	.503	3.053	1	.081	2.407
	อายุ	-.187	.041	20.466	1	.000	.829
	สถานภาพ	-1.088	.675	2.601	1	.107	.337
	ระดับการศึกษา	1.989	.790	6.335	1	.012	7.306
	อาชีพ(1)	19.730	8837.411	.000	1	.998	370468841.689
	อาชีพ(2)	1.409	.917	2.360	1	.124	4.092
	อาชีพ(3)	3.599	1.213	8.798	1	.003	36.562
	อาชีพ(4)	2.025	1.141	3.152	1	.076	7.576
	อาชีพ(5)	2.416	1.483	2.653	1	.103	11.204
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.000	.000	9.670	1	.002	1.000
	จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน	.000	.000	.375	1	.540	1.000
	จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน	.002	.000	12.568	1	.000	1.002
	รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยมและความชอบ	1.019	.587	3.019	1	.082	2.771

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

Variables in the Equation		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	ค่าธรรมเนียม/ ค่าบริการในการใช้ บริการในแอปพลิเคชัน	-.795	.431	3.401	1	.065	.451
	ช่องทางที่ร้านค้า รับชำระเงิน	.011	.550	.000	1	.984	1.011
	การโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์ใน การเข้าถึงแอป พลิเคชัน	.022	.572	.002	1	.969	1.023
	สภาพเศรษฐกิจใน แต่ละช่วงเวลา	1.546	.737	4.397	1	.036	4.694
	นโยบายในการ กระตุ้นเศรษฐกิจ ของรัฐบาล	.447	.590	.576	1	.448	1.564
	ความไม่ปลอดภัย จาก “แก๊งคอลเซ็น เตอร์”	1.323	.327	16.414	1	.000	3.756
	Constant	-10.738	2.734	15.421	1	.000	.000

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงโลจิสติก

ค่า Exp(B) จะอธิบายถึงทิศทางของโอกาสตัวอย่างที่จะตัดสินใจใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ซึ่งพิจารณาได้ 3 กรณี ดังนี้

ถ้า $\text{Exp}(B) > 1$: ทำให้โอกาสตัวอย่างที่จะตัดสินใจใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ($Y=1$) มีโอกาสมากกว่าที่จะตัดสินใจไม่ใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ($Y=0$)

ถ้า $\text{Exp}(B) < 1$: ทำให้โอกาสตัวอย่างที่ตัดสินใจไม่ใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ($Y=0$) มีโอกาสมากกว่าที่จะตัดสินใจใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ($Y=1$)

ถ้า $\text{Exp}(B) = 1$: ทำให้โอกาสตัวอย่างที่จะตัดสินใจใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ($Y=1$) เท่ากันกับโอกาสที่จะตัดสินใจไม่ใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ($Y=0$) (จักรกฤษณ์ ชันติ ลม, 2557, น.1993)

ดังนั้น จากตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาค่า $\text{Exp}(B)$ สามารถแสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงโลจิสติก ดังนี้

จากผลการศึกษา พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” เป็นปัจจัยที่มีโอกาสต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง กล่าวคือ ถ้าปัจจัยดังกล่าวเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลต่อการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งเพิ่มขึ้น $\text{Exp}(B)$ เท่า ได้แก่ เพศ อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” ปัจจัยที่ส่งผลไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการตัดสินใจจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง กล่าวคือ ถ้าปัจจัยดังกล่าวเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลต่อการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งลดลง $\text{Exp}(B)$ เท่า ได้แก่ อายุ และค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน ดังนี้

ถ้าเพศหญิง จะมีโอกาสการตัดสินใจจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งมากกว่าเพศชาย 2.407 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.1

ถ้าอายุที่เปลี่ยนแปลงไป 1 ปี กลุ่มตัวอย่างจะมีโอกาสที่จะตัดสินใจจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ลดลง 0.829 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี จะมีโอกาสการตัดสินใจจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งได้มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 7.306 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ถ้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย จะมีโอกาสการตัดสินใจจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งมากกว่าอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ 36.562 เท่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ถ้ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จะมีโอกาสการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งมากกว่าอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ 7.576 เท่าของอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1

ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง เปลี่ยนแปลงไป 1 บาท โอกาสของการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งเท่ากับโอกาสที่จะตัดสินใจไม่ใช้ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01

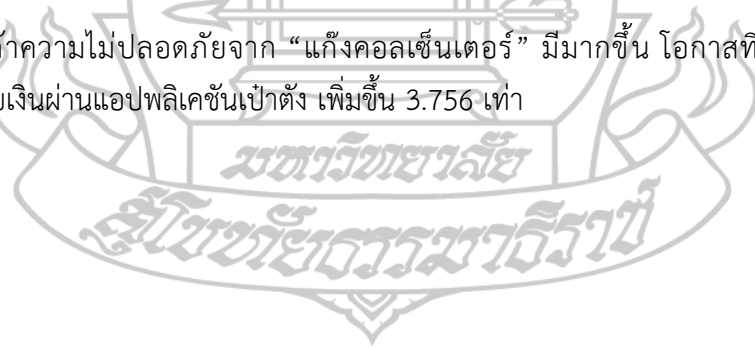
ถ้าจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้โอกาสการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งเพิ่มขึ้น 1.002 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01

ถ้ารูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับบรรณนิยม และความชอบ แก่กลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง เพิ่มขึ้น 2.771 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.1

ถ้าค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้แอปพลิเคชัน เพิ่มขึ้น โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ลดลง 0.451 เท่า

ถ้าสภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง เพิ่มขึ้น 4.694 เท่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

ถ้าความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” มีมากขึ้น โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง เพิ่มขึ้น 3.756 เท่า



บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1.สรุปการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมือง นครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจ่ายเงินโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม วิธีการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาจำนวน 400 ชุด ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ซึ่งประกอบไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน มีการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้สถิติ t-test และ One way ANOVA (F-test) การวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติกแบบทวิ (Binary Logistic Regression Analysis) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง 400 คน เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง จำนวน 322 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 37.26 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 24,948.00 บาท มีจำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 2,018.45 บาท และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน 4,978.00 บาท ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง จำนวน 78 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 18,043.59 บาท จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน 608.33 บาท และจำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน 185.90 บาท

พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

กลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตัง มีพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยกลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone)

ใช้อินเตอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ใช้ช่องทางการชำระเงินผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ e-Money) ซึ่งแอปพลิเคชันที่ใช้มากที่สุด คือ เป๋าตัง ที่ ส่วนแอปพลิเคชันของธนาคาร โดยธนาคารที่ใช้มากที่สุด คือ ธนาคารกรุงไทย และช่องทางการชำระเงินทางบัตรเครดิตและเดบิต มีการใช้ช่องทางผ่านบัตรเครดิตมากที่สุด อีกทั้งธุรกรรมที่เลือกใช้ บริการ ส่วนใหญ่ใช้ธุรกรรมโอนเงินมากที่สุด

กลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง มีพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) ใช้อินเตอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือ มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยผ่านช่องทางการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารมากที่สุด จะใช้บริการธนาคารกรุงไทยมากที่สุด ส่วนช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตและเดบิต โดยใช้บริการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตมากที่สุด ส่วนช่องทางเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ e-Money) มีการใช้จ่ายเงินผ่าน Lazada Wallet ธุรกรรมที่เลือกใช้บริการ ส่วนใหญ่จะใช้บริการฝาก/ถอนเงิน และอีกทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ในอนาคตก็จะไม่เข้ามาใช้บริการธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ

พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

สาเหตุใดที่เลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังส่วนใหญ่มีความสะดวกรวดเร็ว ช่องทางที่ใช้การเติมเงินเข้าแอปพลิเคชันเป๋าตัง ส่วนใหญ่ใช้โมบายแบงก์กิ้ง ความถี่ในการใช้จ่ายเงินโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินที่ใช้ต่อครั้งโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 239 บาทต่อครั้ง ธุรกรรมที่เลือกใช้จ่าย ส่วนใหญ่ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการ พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเมื่อมีแอปพลิเคชันเป๋าตัง ส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายเงินไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน ส่วนใหญ่เคยลงทะเบียนเข้าร่วม โดยโครงการดังกล่าวจะมีส่วนต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านเป๋าตัง แต่ถ้าหากไม่มีโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังต่อไป

สาเหตุที่ไม่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวเงินในบัญชีและความถูกต้องของรายการ

ด้านระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

กลุ่มที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตัง ส่วนใหญ่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ นโยบายใน

การกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล, สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา และช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน (เช่น เงินสด, E-wallet, โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น)

กลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง พบว่า สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา (เช่น มีการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19), ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน (เช่น เงินสด, E-wallet, โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น) และค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน, นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล (เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น), รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยมและความชอบ และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

จากสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งข้างต้น พบว่าสมมติฐานที่งานศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ยอมรับ พบว่า มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 7 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ปัจจัยด้านอายุ ปัจจัยด้านสถานภาพ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยด้านเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน กล่าวคือ ปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาปัจจัยกับการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง พบว่า ปัจจัยด้านความไม่ปลอดภัยจากแก๊งคอลเซ็นเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

ผลการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของสมการถดถอยเชิงโลจิสติก ของแบบจำลองโดยเปรียบเทียบค่าพยากรณ์ (Predicted) กับข้อมูลจริง (Observed) สามารถอธิบายได้ว่าสมการถดถอยเชิงโลจิสติกสามารถพยากรณ์ (Predicted) ได้เท่ากับ 62 ตัวอย่าง นั่นคือ พยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 79.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง สมการถดถอยเชิงโลจิสติกสามารถพยากรณ์ (Predicted) ได้เท่ากับ 312 ตัวอย่าง นั่นคือ พยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 96.9 และตัวแปรอิสระที่เปลี่ยนแปลงไปที่จะส่งผลต่อโอกาสที่จะตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งเพิ่มขึ้น

พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพค้าขาย อาชีพรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา และความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์”

2.อภิปรายผล

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมนั้น ของกลุ่มที่ตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง และกลุ่มที่ไม่เคยใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ผลการศึกษาดังกล่าว มีตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของของขนาดล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าเพศของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของของขนาดล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าอายุของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แตกต่างจากกับงานของของขนาดล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าสถานภาพของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของของขนาดล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าระดับการศึกษาของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet ไม่แตกต่างกัน

อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของอารยา แท้สูงเนิน (2562) ที่พบว่าอาชีพของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน เป้าตั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานของอารยา แท้สูงเนิน (2562) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code แตกต่างกันไป และงานของธนาตล อุดมสิน (2563) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet แตกต่างกันไป

ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน และรูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ ที่ส่งผลต่อโอกาสในการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าตั้ง สอดคล้องกับงานของธนาตล อุดมสิน (2563) ที่พบว่าค่าธรรมเนียมของกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกัน ใช้ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ แบบ e-Wallet แตกต่างกันไป

ความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์ การวิเคราะห์แบบจำลองทั้ง 2 แบบจำลอง คือ วิเคราะห์โดยใช้ Multiple Linear Regression และ Binary Logistic Regression Analysis Model จะเห็นได้ວ່ามีความแตกต่างกัน แต่ก็มีปัจจัย ความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” ที่มีนัยสำคัญทางสถิติของทั้ง 2 แบบจำลอง ซึ่งสอดคล้องกับสภาพการปัจจุบันที่มีข่าวแก๊งคอลเซ็นเตอร์หลอกให้ประชาชนโอนเงินในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่เป็นข่าวในปัจจุบัน

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

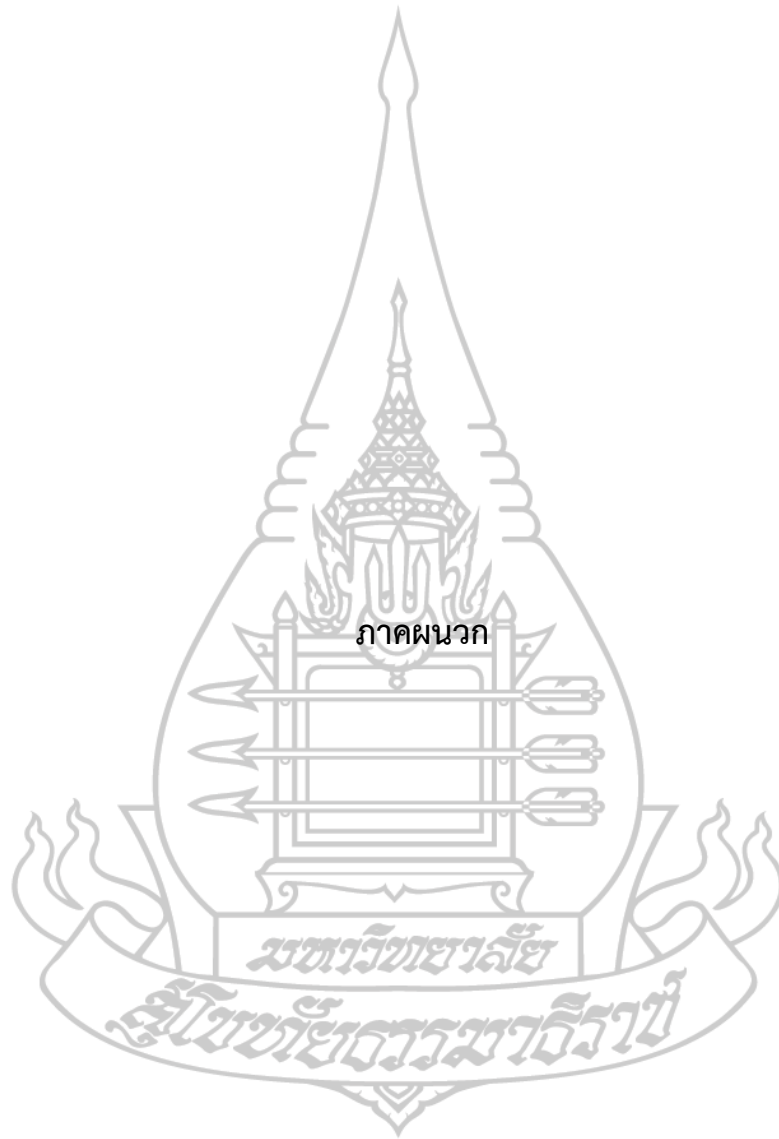
3.1 ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป้าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ขนาดเล็กเมื่อเทียบกับประชาชนที่ใช้แอปพลิเคชันเป้าตั้งที่ใช้กันทั่วประเทศ ในการศึกษาครั้งต่อไป จึง ควรขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ดีขึ้น เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างกันระหว่างผู้บริโภคที่หลากหลายยิ่งขึ้น

3.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรพัฒนาแบบจำลอง ให้มีปัจจัยอื่น ๆ ที่หลากหลายขึ้นอีก นอกเหนือจากปัจจัยที่กำหนดไว้ในงานศึกษานี้ เช่น ศึกษาความมั่นใจต่อระบบการให้บริการการเข้าใจและการยอมรับนวัตกรรม เป็นต้น เพื่อที่จะอธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป้าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยกร แก่นพรมมา. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจใช้บริการ *Mobile Banking* [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จักรกฤษณ์ ชันติลม. (2557). การวิเคราะห์ความเสี่ยงในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจบริการจังหวัดชลบุรี โดยวิธีมีลติเลเวล โลจิสติก รีเกรสชัน. *The 15th Graduate Research*, 15(1), 1993.
- จุฑามาศ กิจจรัส. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ ของลูกค้าในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โชติรส นพเกล้า. (2563). การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับบริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้บริการผ่านสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ธุรกรรมชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking*. สืบค้น 29 มีนาคม 2566, จาก <https://shorturl.asia/qxMl6>
- ขนาดล อุดมสิน. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ e-Wallet กรณีศึกษา TrueMoney Wallet และ rabbit Line Pay [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (ม.ป.ป.). *รพท.เปิดสถิติสำคัญ คนไทยถอนเงินสดลดลงต่อเนื่อง*. สืบค้น 29 มีนาคม 2566, จาก <https://shorturl.asia/TJbQ9>
- ปิ่นรส สุวาท. (2563). พฤติกรรมความพึงพอใจและปัจจัยที่มีต่อการใช้บริการ *Mobile Banking (MyMo)* กรณีศึกษาธนาคารออมสินเขตอุทัยธานี [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปรียญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- พรณฉัตร พิชรสิงห์วัฒน์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มนัสชนก อังกาพย์ละออง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา : ผ่านผู้ให้บริการที่ไม่มีใช้สถาบันการเงิน (Nonbank) [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รัตนภรณ์ วิเชียรศิลป์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมไร้เงินสดของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศฤศกร จันทรรศ. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักบริหารการทะเบียนกลาง. (ม.ป.ป.). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร. สืบค้น 28 มีนาคม 2566, จาก <https://shorturl.asia/TJbQ9>
- สุกัญญา จงเจตน์ดี. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์โค้ด [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุรีย์พร เหมือนหลิ่ง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารยา แต้สูงเนิน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ของผู้บริโภคเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร [รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศรี

นครินทรวิโรฒราชวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ผลการประมาณค่าจากโปรแกรม SPSS

มหาวิทยาลัย

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1. T-Test (เพศ)

Group Statistics

	SEX	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Y	1	193	2.85	1.815	.131
	2	129	2.91	1.734	.153

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Y	Equal variances assumed	.463	.497	-.282	320	.778	-.057	.203	-.456	.342
	Equal variances not assumed			-.285	282.969	.776	-.057	.201	-.453	.338

2. สถานภาพ

Group Statistics

	STA	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Y	1	176	2.72	1.642	.124
	2	146	3.06	1.923	.159

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Y	Equal variances assumed	.393	.531	-1.740	320	.083	-.346	.199	-.737	.045
	Equal variances not assumed			-1.715	286.535	.087	-.346	.202	-.743	.051

3. ระดับการศึกษา

One-way

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	5.678	3	318	.001
	Based on Median	4.351	3	318	.005
	Based on Median and with adjusted df	4.351	3	262.160	.005
	Based on trimmed mean	5.011	3	318	.002

ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.693	3	1.564	.491	.689
Within Groups	1013.086	318	3.186		
Total	1017.780	321			



Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Y

	(i) EDU	(j) EDU	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	1	2	.209	.229	.798	-.38	.80
		3	.320	.308	.726	-.48	1.12
		4	-.135	.751	.998	-2.08	1.81
	2	1	-.209	.229	.798	-.80	.38
		3	.111	.283	.980	-.62	.84
		4	-.344	.741	.967	-2.26	1.57
	3	1	-.320	.308	.726	-1.12	.48
		2	-.111	.283	.980	-.84	.62
		4	-.455	.770	.935	-2.44	1.53
	4	1	.135	.751	.998	-1.81	2.08
		2	.344	.741	.967	-1.57	2.26
		3	.455	.770	.935	-1.53	2.44
Scheffe	1	2	.209	.229	.841	-.43	.85
		3	.320	.308	.782	-.55	1.19
		4	-.135	.751	.998	-2.25	1.98
	2	1	-.209	.229	.841	-.85	.43
		3	.111	.283	.985	-.68	.91
		4	-.344	.741	.975	-2.43	1.74
3	1	-.320	.308	.782	-1.19	.55	
	2	-.111	.283	.985	-.91	.68	

		4	-.455	.770	.950	-2.62	1.71
	4	1	.135	.751	.998	-1.98	2.25
		2	.344	.741	.975	-1.74	2.43
		3	.455	.770	.950	-1.71	2.62
LSD	1	2	.209	.229	.362	-.24	.66
		3	.320	.308	.299	-.29	.93
		4	-.135	.751	.857	-1.61	1.34
	2	1	-.209	.229	.362	-.66	.24
		3	.111	.283	.695	-.45	.67
		4	-.344	.741	.643	-1.80	1.11
	3	1	-.320	.308	.299	-.93	.29
		2	-.111	.283	.695	-.67	.45
		4	-.455	.770	.555	-1.97	1.06
	4	1	.135	.751	.857	-1.34	1.61
		2	.344	.741	.643	-1.11	1.80
		3	.455	.770	.555	-1.06	1.97



Homogeneous Subsets

Y

		EDU	N	Subset for alpha = 0.05
				1
Tukey HSD ^{a,b}		3	52	2.71
		2	169	2.82
		1	95	3.03
		4	6	3.17
		Sig.		.854
Scheffe ^{a,b}		3	52	2.71
		2	169	2.82
		1	95	3.03
		4	6	3.17
		Sig.		.887

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 19.769.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.



4. อาชีพ

One-way

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	2.682	5	316	.022
	Based on Median	1.412	5	316	.220
	Based on Median and with adjusted df	1.412	5	254.220	.220
	Based on trimmed mean	1.911	5	316	.092



ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	73.088	5	14.618	4.890	.000
Within Groups	944.691	316	2.990		
Total	1017.780	321			



Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Y

	(I) OCC1	(J) OCC1	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	1	2	1.021	.503	.329	-.42	2.46
		3	.196	.500	.999	-1.24	1.63
		4	1.178	.535	.240	-.36	2.71
		5	.143	.800	1.000	-2.15	2.44
		6	1.263	.493	.109	-.15	2.68
	2	1	-1.021	.503	.329	-2.46	.42
		3	-.825*	.275	.035	-1.61	-.03
		4	.157	.336	.997	-.81	1.12
		5	-.878	.683	.793	-2.84	1.08
		6	.242	.263	.941	-.51	1.00
	3	1	-.196	.500	.999	-1.63	1.24
		2	.825*	.275	.035	.03	1.61
		4	.981*	.330	.037	.04	1.93
		5	-.053	.681	1.000	-2.00	1.90
		6	1.067*	.256	.001	.33	1.80
	4	1	-1.178	.535	.240	-2.71	.36
		2	-.157	.336	.997	-1.12	.81
		3	-.981*	.330	.037	-1.93	-.04
		5	-1.035	.707	.688	-3.06	.99

		6	.086	.320	1.000	-.83	1.00
	5	1	-.143	.800	1.000	-2.44	2.15
		2	.878	.683	.793	-1.08	2.84
		3	.053	.681	1.000	-1.90	2.00
		4	1.035	.707	.688	-.99	3.06
		6	1.120	.676	.560	-.82	3.06
	6	1	-1.263	.493	.109	-2.68	.15
		2	-.242	.263	.941	-1.00	.51
		3	-1.067*	.256	.001	-1.80	-.33
		4	-.086	.320	1.000	-1.00	.83
		5	-1.120	.676	.560	-3.06	.82
Scheffe	1	2	1.021	.503	.534	-.66	2.71
		3	.196	.500	1.000	-1.48	1.87
		4	1.178	.535	.437	-.61	2.97
		5	.143	.800	1.000	-2.54	2.82
		6	1.263	.493	.258	-.39	2.91
	2	1	-1.021	.503	.534	-2.71	.66
		3	-.825	.275	.114	-1.75	.10
		4	.157	.336	.999	-.97	1.28
		5	-.878	.683	.895	-3.17	1.41
		6	.242	.263	.974	-.64	1.12
	3	1	-.196	.500	1.000	-1.87	1.48
		2	.825	.275	.114	-.10	1.75
		4	.981	.330	.119	-.12	2.09
		5	-.053	.681	1.000	-2.33	2.23
		6	1.067*	.256	.004	.21	1.92

4	1	-1.178	.535	.437	-2.97	.61	
	2	-.157	.336	.999	-1.28	.97	
	3	-.981	.330	.119	-2.09	.12	
	5	-1.035	.707	.829	-3.40	1.33	
	6	.086	.320	1.000	-.99	1.16	
	5	1	-.143	.800	1.000	-2.82	2.54
2		.878	.683	.895	-1.41	3.17	
3		.053	.681	1.000	-2.23	2.33	
4		1.035	.707	.829	-1.33	3.40	
6		1.120	.676	.738	-1.14	3.38	
6		1	-1.263	.493	.258	-2.91	.39
	2	-.242	.263	.974	-1.12	.64	
	3	-1.067*	.256	.004	-1.92	-.21	
	4	-.086	.320	1.000	-1.16	.99	
	5	-1.120	.676	.738	-3.38	1.14	
	LSD	1	2	1.021*	.503	.043	.03
3			.196	.500	.695	-.79	1.18
4			1.178*	.535	.028	.12	2.23
5			.143	.800	.858	-1.43	1.72
6			1.263*	.493	.011	.29	2.23
2			1	-1.021*	.503	.043	-2.01
	3	-.825*	.275	.003	-1.37	-.28	
	4	.157	.336	.641	-.50	.82	
	5	-.878	.683	.200	-2.22	.47	
	6	.242	.263	.357	-.28	.76	
	3	1	-.196	.500	.695	-1.18	.79

	2	.825*	.275	.003	.28	1.37
	4	.981*	.330	.003	.33	1.63
	5	-.053	.681	.938	-1.39	1.29
	6	1.067*	.256	.000	.56	1.57
4	1	-1.178*	.535	.028	-2.23	-.12
	2	-.157	.336	.641	-.82	.50
	3	-.981*	.330	.003	-1.63	-.33
	5	-1.035	.707	.144	-2.43	.36
	6	.086	.320	.789	-.54	.71
5	1	-.143	.800	.858	-1.72	1.43
	2	.878	.683	.200	-.47	2.22
	3	.053	.681	.938	-1.29	1.39
	4	1.035	.707	.144	-.36	2.43
	6	1.120	.676	.098	-.21	2.45
6	1	-1.263*	.493	.011	-2.23	-.29
	2	-.242	.263	.357	-.76	.28
	3	-1.067*	.256	.000	-1.57	-.56
	4	-.086	.320	.789	-.71	.54
	5	-1.120	.676	.098	-2.45	.21

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Homogeneous Subsets

Y

				Subset for alpha = 0.05
		OCC1	N	1
Tukey HSD ^{a,b}		6	102	2.45
		4	41	2.54
		2	75	2.69
		3	83	3.52
		5	7	3.57
		1	14	3.71
		Sig.		.153
Scheffe ^{a,b}		6	102	2.45
		4	41	2.54
		2	75	2.69
		3	83	3.52
		5	7	3.57
		1	14	3.71
		Sig.		.324

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 21.909.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

Oneway

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	2.219	30	254	.000
	Based on Median	1.492	30	254	.054
	Based on Median and with adjusted df	1.492	30	149.971	.062
	Based on trimmed mean	2.002	30	254	.002



ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	341.094	67	5.091	1.911	.000
Within Groups	676.685	254	2.664		
Total	1017.780	321			



6. เงินออมเฉลี่ยต่อเดือน

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	5.381	18	292	.000
	Based on Median	2.835	18	292	.000
	Based on Median and with adjusted df	2.835	18	135.253	.000
	Based on trimmed mean	4.834	18	292	.000



ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	133.921	29	4.618	1.526	.045
Within Groups	883.858	292	3.027		
Total	1017.780	321			



7. หนี้สินเฉลี่ยต่อเดือน

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	1.986	25	287	.004
	Based on Median	1.048	25	287	.405
	Based on Median and with adjusted df	1.048	25	116.441	.414
	Based on trimmed mean	1.834	25	287	.010



ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	81.986	34	2.411	.740	.855
Within Groups	935.793	287	3.261		
Total	1017.780	321			



8. อายุ

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Y	Based on Mean	1.285	39	280	.129
	Based on Median	.861	39	280	.707
	Based on Median and with adjusted df	.861	39	148.208	.701
	Based on trimmed mean	1.115	39	280	.303

ANOVA

Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	138.248	41	3.372	1.073	.359
Within Groups	879.531	280	3.141		
Total	1017.780	321			

การทดสอบปัญหา Heretoscrdasticity

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377.531	7	53.933	1.102	.361 ^b
	Residual	15365.250	314	48.934		
	Total	15742.781	321			

a. Dependent Variable: sqres

b. Predictors: (Constant), D7, D1, D6, D2, D4, D5, D3

Multiple regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	D7, D1, D6, D2, D4, D5, D3 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.



Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.310 ^a	.096	.076	1.712	.096	4.769	7	314	.000

a. Predictors: (Constant), D7, D1, D6, D2, D4, D5, D3

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	97.813	7	13.973	4.769	.000 ^b
Residual	919.966	314	2.930		
Total	1017.780	321			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), D7, D1, D6, D2, D4, D5, D3



Coefficients

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	1.560	.859		1.815	.070
D1	-.227	.218	-.087	-1.041	.299
D2	.129	.168	.058	.770	.442
D3	-.130	.258	-.049	-.503	.615
D4	.168	.228	.066	.734	.463
D5	.031	.268	.011	.117	.907
D6	-.075	.240	-.026	-.315	.753
D7	.475	.087	.296	5.437	.000

a. Dependent Variable: Y

D1 รูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ

D2 ค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน

D3 ช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน

D4 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน

D5 สภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา

D6 นโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล

D7 ความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์”

Reliability

Scale: ALL VARIABLES



Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.845	.844	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
D1	4.33	.711	30
D2	4.47	.629	30
D3	4.27	.691	30
D4	4.20	.714	30
D5	4.40	.621	30
D6	4.60	.563	30
D7	4.13	.730	30

Inter-Item Correlation Matrix

	D1	D2	D3	D4	D5	D6	D7
D1	1.000	.565	.444	.611	.156	.172	.443
D2	.565	1.000	.418	.399	.477	.156	.235
D3	.444	.418	1.000	.796	.867	.460	.405
D4	.611	.399	.796	1.000	.590	.548	.542
D5	.156	.477	.867	.590	1.000	.473	.258
D6	.172	.156	.460	.548	.473	1.000	.134
D7	.443	.235	.405	.542	.258	.134	1.000



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
D1	26.07	8.547	.553	.747	.832
D2	25.93	9.030	.510	.640	.837
D3	26.13	7.775	.804	.916	.791
D4	26.20	7.545	.840	.800	.784
D5	26.00	8.621	.643	.903	.819
D6	25.80	9.545	.428	.427	.847
D7	26.27	8.823	.460	.348	.847

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.40	11.352	3.369	7

Logistic Regression

Case Processing Summary

Unweighted Cases ^a		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	400	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	400	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		400	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.



Dependent Variable

Encoding

Original Value	Internal Value
0	0
1	1

Block 0: Beginning Block

Classification Table^{a,b}

		Predicted		Percentage Correct
		Y		
Observed	0	0	78	.0
	1	0	322	100.0
Overall Percentage				80.5

a. Constant is included in the model.

b. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0	Constant	1.418	.126	126.225	1	.000	4.128

Variables not in the Equation^a

			Score	df	Sig.
Step 0	Variables	SEX	4.875	1	.027
		AGE	43.724	1	.000
		STA	19.325	1	.000
		EDU	34.879	1	.000
		OCC1	3.514	1	.061
		OCC2	6.488	1	.011
		OCC3	5.906	1	.015
		OCC4	48.172	1	.000
		OCC5	3.872	1	.049
		INC	13.098	1	.000
		SAV	10.439	1	.001
		DEP	27.666	1	.000
		D1	89.106	1	.000
		D2	66.790	1	.000
		D3	85.431	1	.000
		D4	90.175	1	.000
		D5	108.612	1	.000
		D6	119.601	1	.000
		D7	36.008	1	.000

a. Residual Chi-Squares are not computed because of redundancies.

Block 1: Method = Enter

Omnibus Tests of Model Coefficients

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	265.825	19	.000
	Block	265.825	19	.000
	Model	265.825	19	.000

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	128.889 ^a	.486	.774

a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.

Classification Table^a

		Predicted		Percentage Correct
		Y		
Observed	Y	0	1	
	Step 1	Y	0	62
		1	10	96.9
Overall Percentage				93.5

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	SEX	.878	.503	3.053	1	.081	2.407
	AGE	-.187	.041	20.466	1	.000	.829
	STA	-1.088	.675	2.601	1	.107	.337
	EDU	1.989	.790	6.335	1	.012	7.306
	OCC1	19.730	8837.411	.000	1	.998	370468841.689
	OCC2	1.409	.917	2.360	1	.124	4.092
	OCC3	3.599	1.213	8.798	1	.003	36.562
	OCC4	2.025	1.141	3.152	1	.076	7.576
	OCC5	2.416	1.483	2.653	1	.103	11.204
	INC	.000	.000	9.670	1	.002	1.000
	SAV	.000	.000	.375	1	.540	1.000
	DEP	.002	.000	12.568	1	.000	1.002
	D1	1.019	.587	3.019	1	.082	2.771
	D2	-.795	.431	3.401	1	.065	.451
	D3	.011	.550	.000	1	.984	1.011
	D4	.022	.572	.002	1	.969	1.023
	D5	1.546	.737	4.397	1	.036	4.694
	D6	.447	.590	.576	1	.448	1.564
	D7	1.323	.327	16.414	1	.000	3.756
		Constant	-10.738	2.734	15.421	1	.000

a. Variable(s) entered on step 1: SEX, AGE, STA, EDU, OCC1, OCC2, OCC3, OCC4, OCC5, INC, SAV, DEP, D1, D2, D3, D4, D5, D6, D7.

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง
ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม



แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง ใน
อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง

1. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

3. โปรดตอบทุกข้อตามความเป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ช่วงอายุ 18-60 ปี จัดทำโดยนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำโครงการค้นคว้าอิสระ ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้ ประโยชน์เพื่องานวิจัยนี้เท่านั้น

4. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการจ่ายเงินโดยผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แอปพลิเคชันเป่าตั้ง ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ e-Money) คือ บริการที่ลูกค้าสามารถเติมเงินเข้ากระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และสามารถใช้เงินหรือมูลค่าที่เก็บไว้ในกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์นั้นในการชำระค่าสินค้าหรือบริการของร้านค้าที่กำหนดไว้ เช่น เป่าตั้ง, Rabbit Line Pay, True Money, Apple Pay และ Lazada Wallet เป็นต้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง

2. อายุ

3. สถานภาพ โสด สมรส

อื่น ๆ (โปรดระบุ)

4. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท
5. อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน
 ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย
 รับจ้างทั่วไป เกษตรกร
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท
7. จำนวนเงินออมเฉลี่ยต่อเดือน บาท
8. จำนวนหนี้สินที่ต้องชำระเฉลี่ยต่อเดือน บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

9. ท่านใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือไม่
 ใช่ ไม่ใช่
10. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือหรือไม่
 ใช่ ไม่ใช่
11. ท่านเคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือหรือไม่
 เคย ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 14)
12. ช่องทางการชำระเงินทางใดบ้าง ที่ท่านใช้บริการ
 แอปพลิเคชันของธนาคารใดบ้าง (เลือกตอบได้หลายข้อ)
 ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์
 ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย
 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารอมสิน
 ธนาคารทหารไทยธนชาติ ธนาคารทีเอสโก้
 ธนาคารเกียรตินาคินภัทร ธนาคารยูโอบี
 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ e-Money) (เลือกตอบได้หลายข้อ)
 เป๋าตัง Rabbit Line Pay
 True Money Apple Pay

- Lazada Wallet
 Shopee Pay
 Dolfin Wallet
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- บัตรเครดิต/เดบิต
 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
13. รุกรกรมใดบ้างที่ท่านเลือกใช้บริการ (เลือกตอบได้หลายข้อ)
- โอนเงิน
 ผาก/ถอนเงิน
 บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี
 ชำระค่าสินค้าและบริการ
 บริการด้านสินเชื่อ
 บริการด้านการลงทุน
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
14. เหตุผลที่ท่านไม่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (เลือกตอบได้หลายข้อ)
- มีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน
 ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว
 เงินในบัญชีและความถูกต้องของรายการ
 ชำระสินค้าโดยเงินสดเท่านั้น
 ร้านค้าให้ชำระเฉพาะเงินสด
 ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการไม่ชัดเจน
 ไม่มีโทรศัพท์มือถือ/อินเทอร์เน็ตในการใช้
 บริการ
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....
15. ท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในอนาคตหรือไม่
- ใช่
 ไม่ใช่
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง**
16. ท่านเคยใช้บริการการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง หรือไม่
- เคย
 ไม่เคย (ข้ามไปทำข้อ 26)
17. สาเหตุใดที่ทำให้ท่านเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง (เลือกตอบได้หลายข้อ)
- มีความสะดวกรวดเร็ว
 ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย
 มีร้านค้าหลากหลายให้ใช้จ่าย
 ควบคุมการใช้จ่ายได้ เพราะใช้ได้ไม่เกิน
 มูลค่าเงินที่เติมเข้าไปในแอปพลิเคชัน
 อื่นๆ โปรดระบุ
18. ท่านใช้ช่องทางใดในการเติมเงินเข้าแอปพลิเคชันเป่าตั้ง
- โอนแบบงักกิ้ง
 QR Code พร้อมเพย์
 ตู้เอทีเอ็ม

19. ความถี่ในการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา ครั้ง/สัปดาห์
20. จำนวนเงินที่ท่านใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้งต่อครั้งโดยเฉลี่ยในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาบาท/วัน
21. ธุรกิจใดบ้างที่ท่านเลือกใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง (เลือกตอบได้หลายข้อ)
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ชำระค่าสินค้าและบริการ | <input type="checkbox"/> โอนเงิน |
| <input type="checkbox"/> บริการด้านการออมและการลงทุน | <input type="checkbox"/> ซื้อสลากดิจิทัล |
| <input type="checkbox"/> บริการเติมเงิน เช่น เติมเงินมือถือ, Easy Pass, M-Pass | |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
22. เมื่อมีแอปพลิเคชันเป่าตั้งท่านมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน อย่างไร
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ใช้จ่ายเงินมากกว่าเดิม | <input type="checkbox"/> ใช้จ่ายเงินน้อยกว่าเดิม |
| <input type="checkbox"/> ไม่เปลี่ยนแปลง | |
23. ท่านเคยลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน หรือไม่
- | | |
|------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> เคย | <input type="checkbox"/> ไม่เคย |
|------------------------------|---------------------------------|
24. ท่านคิดว่าโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง หรือไม่
- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> มีผลต่อการตัดสินใจ | <input type="checkbox"/> ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ |
|---|--|
25. ถ้าหากไม่มีโครงการคนละครึ่ง/เราเที่ยวด้วยกัน ท่านจะยังตัดสินใจใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง หรือไม่
- | | |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ตัดสินใจใช้ต่อไป | <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ |
|---|---------------------------------|
26. เหตุผลที่ท่าน**ไม่ใช้**การจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง (เลือกตอบได้หลายข้อ)
- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> มีขั้นตอนและกระบวนการลงทะเบียนที่ยุ่งยาก |
| <input type="checkbox"/> ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวเงินในบัญชีและความถูกต้องของรายการ |
| <input type="checkbox"/> ประสิทธิภาพการให้บริการยังไม่ตอบสนองความต้องการ |
| <input type="checkbox"/> โปรโมชั่นไม่น่าสนใจที่น่าสนใจ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง

หากท่าน**ต้องตัดสินใจ**ใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป่าตั้ง ปัจจัยดังข้อต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจในระดับใด

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเงิน	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชันที่ตรงกับรสนิยม และความชอบ ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าต้งระดับใด					
2. ท่านคิดว่าค่าธรรมเนียม/ค่าบริการในการใช้บริการในแอปพลิเคชัน ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าต้งระดับใด					
3. ท่านคิดว่าช่องทางที่ร้านค้ารับชำระเงิน (เช่น เงินสด, E-wallet, โอนผ่านธนาคาร เป็นต้น) ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าต้งระดับใด					
4. ท่านคิดว่าการณ์โฆษณาและประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงแอปพลิเคชัน ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าต้งระดับใด					
5. ท่านคิดว่าสภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลา (เช่น มีการระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19) ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าต้งระดับใด					
6. ท่านคิดว่านโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล (เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น) ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าต้งระดับใด					
7. ท่านคิดว่าความไม่ปลอดภัยจาก “แก๊งคอลเซ็นเตอร์” ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันเป้าต้งระดับใด					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อสกุล	นางสาววรรัญญา ทองนวล
วัน เดือน ปี เกิด	17 มีนาคม 2537
สถานที่เกิด	อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
ที่อยู่ปัจจุบัน	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีที่สำเร็จการศึกษา 2559
ประวัติการทำงาน	นักวิชาการตรวจเงินแผ่นดินปฏิบัติการ สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน

