

การยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภค
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Acceptance and attitudes towards the cashless society of consumers
in Bangkok

¹นงนุช หอมบุญ, ²นภัทร พงษ์ประณีต, ³พรพนา ศรีสทานนท์

Nongnuch Homboon, Napat Pongpraniti, Pornpana Srisatanon

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันรัชต์ภาคย์

Faculty of Business Administration Rajapark Institute

Email: nongfad@windowslive.com

Received May 10, 2020; Revised June 5, 2020; Accepted June 17, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับ ทัศนคติ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับสังคมไร้เงินสดของประชาชน การศึกษาครั้งนี้ศึกษาในพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยสถิติ ได้แก่ ร้อยละ, ความถี่, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-test, F-test (One Way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า การยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด 5 ด้าน คือด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลต่อสังคม ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ด้านความกังวล อยู่ในระดับมากทุกด้าน ทัศนคติการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม อยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อเปรียบเทียบการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อาชีพและรายได้ต่างกันมีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 องค์ความรู้ที่ค้นพบจากงานวิจัยนี้จะเกิดประโยชน์กับการทำธุรกิจ และนักธุรกิจที่ได้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคข้อมูลที่ได้สามารถนำข้อมูลที่ได้ปรับใช้กับการทำธุรกิจ

คำสำคัญ : การยอมรับ, ทัศนคติ, สังคมไร้เงินสด

ABSTRACT

The purposes of this research was to study the acceptance the attitudes towards and compare the personal factors related to the acceptance of the cashless society. The population in this study lives in Bangkok consisting of 400 samples. Questionnaires were used to collect data. Statistics used to analyze the data were Frequency, Percentage, Average Mean, Standard Deviation, t-test, One-Way ANOVA.

The study indicated that Acceptance factors for access to cashless societies consist of five aspects; namely, expectations for use, facilities in use, social influence, and acceptance of the modern technology. The attitude toward cashless society consists of 3 aspects; understanding, feelings, and the behavior, which showed a very high level in all aspects. Considering the acceptance of cashless access among the people in Bangkok, it found that the differences in careers and income differently showed their attitudes towards cashless society at a significant level (.05).

Keywords: Acceptance, attitudes, cashless society

บทนำ

สังคมไร้เงินสดและรูปแบบการชำระเงินที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในธุรกรรมการเงินที่เกิดขึ้นศตวรรษที่ 21 ที่นับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ได้ขยายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ผลที่ตามมาจากการเปลี่ยนมาเป็นสังคมไร้เงินสดจะส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป การซื้อสินค้าจะนิยมการสั่งซื้อผ่านเครือข่ายออนไลน์มากขึ้น ผู้บริโภคจะมีความต้องการความสะดวกรวดเร็วความทันสมัยส่งผลให้การดำเนินธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง โดยระบบคิวอาร์โค้ดจะกลายมาเป็นส่วนสำคัญในระบบการเงิน รวมถึงผู้บริโภคจะต้องระมัดระวังการใช้จ่ายให้พอดีกับรายได้ที่ได้รับมา ดังนั้นความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะช่วยทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถเตรียมพร้อมรับกับผลที่จะเกิดขึ้นตามมาในอนาคตในอันใกล้ (ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ, 2561)

สังคมโลก ณ ปัจจุบันกำลังขับเคลื่อนเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสด รัฐบาลไทยและกระทรวงการคลังได้มอบหมายให้ธนาคารแห่งประเทศไทยผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) เพื่อที่จะปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารในประเทศและพร้อมยกระดับประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลไร้เงินสดดังที่หลาย ๆ ประเทศชั้นนำทั่วโลก เช่น เกาหลีใต้ สวีเดน และจีน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการเงินที่ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล รวมถึงต้นทุนต่ำ สามารถรองรับการทำธุรกรรมทั้งของประชาชนและองค์กรธุรกิจได้อย่าง

มีประสิทธิภาพ ในปี พ.ศ.2560 ที่ผ่านมามีบริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการโอนเงิน โดยเปิดรับลงทะเบียนเข้าสู่ระบบข้อมูลกลางสำหรับธนาคารแล้วระบบจะพร้อมใช้งานได้ทันที เพียงแจ้งหมายเลขบัตรประชาชนหรือเบอร์โทรศัพท์มือถือ ซึ่ง “พร้อมเพย์” (PromptPay) นี้ทำให้ค่าธรรมเนียมการโอนมีราคาถูกลง อนึ่ง โครงการนี้เป็นเพียงขั้นแรกของแผนแม่บท “เนชั่นแนล อี-เพย์เมนท์” (National e-Payment) จากทั้งหมด 4 โครงการ ได้แก่ ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ การขยายใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ การพัฒนาระบบการจัดเก็บภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โครงการอีเพย์เมนท์ภาครัฐ (e-payment) และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนด้านความปลอดภัยของระบบ ทั้งนี้ หากโครงการทั้งหมดทำสำเร็จครบถ้วนตามที่วางไว้ แผนกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบการชำระเงินนี้จะเป็นแรงผลักดันสำคัญในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดต่อไปในอนาคต

ในอดีตหลาย ๆ ประเทศรวมถึงไทยด้วยมีการเริ่มเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสด ไปสู่การใช้ระบบบัตรเครดิตและเดบิต หรือการบริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในการใช้จ่ายชำระค่าบริการในชีวิตประจำวัน แต่ระบบการเงินของธนาคารพาณิชย์ทั่วโลกก็ยังคงเป็นสังคมเงินสด ถึงแม้ว่าแนวคิดสังคมไร้เงินสดนี้จะมีเทคโนโลยีมารองรับและได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินระดับโลกตั้งแต่ 52 ปีก่อน แต่ทว่ายังคงเป็นเรื่องยากที่จะทำให้ประชาชนยอมรับตัวเลขในหน้าจอ แทนเงินสดที่ถืออยู่ในมือ ถึงแม้หลาย ๆ คนจะมองเงินสดว่าล้าสมัย แต่ความสำคัญของเงินสดในชีวิตประจำวันจะยังคงมีอยู่ อนึ่งอุปสรรคของสังคมไร้เงินสด คือ การสูญเสียความเป็นส่วนตัวในธุรกรรมทางการเงิน อันเนื่องมาจากความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของธนาคาร เจ้าของกิจการและรัฐบาล กลุ่มคนบางส่วนคิดว่าหน่วยงานรัฐเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางการเงินได้จะทำให้สูญเสียอิสรภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การควบคุมอย่างเต็มรูปแบบของระบบการเงินการธนาคาร รวมถึงการสงสัยในระบบรักษาความปลอดภัยของระบบการเงินออนไลน์ต่าง ๆ เนื่องจากการนำข้อมูลการเงินทุกอย่างเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ อาจจะทำให้การโจรกรรมข้อมูลและทำลายข้อมูลได้ง่าย อุปสรรคประการที่สองคือจะทำให้การบริโภคสินค้าและบริการพุ่งเพื่อเกินความจำเป็น เพราะว่าความสะดวกสบายจะเป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีการใช้สอยจับจ่ายมากขึ้น หากไม่ได้ถือเงินสดอยู่ในมือก็สามารถใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือจ่ายสินค้าได้โดยไม่ต้องกังวลว่าจะมีเงินสดหรือไม่

การศึกษาเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการใช้จ่ายที่ไม่ใช้เงินสด แต่เป็นการใช้จ่ายระบบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิเช่น การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิตและบัญชีออนไลน์ เช่น PayPal, Paysbuy QR Code, Cash On Delivery (COD), Internet Banking และผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร ผลจากการศึกษาจะเป็นองค์ความรู้ที่ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะเกิดประโยชน์กับธุรกิจ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับเปลี่ยนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ในการควบคุมสร้างเงื่อนไขความปลอดภัย ความสะดวกสบายต่อการให้บริการที่นับวันจะมีพฤติกรรมการใช้เงินสดน้อยลงและหันมาใช้ช่องทางต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับสังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

การยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาการยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครสามารถทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังต่อไปนี้

1.รูปแบบของสังคมไร้เงินสด

กล่าวคือการโอนเงินผ่านบัญชีธนาคารและผ่านตู้เอทีเอ็ม เป็นช่องทางการชำระรูปแบบดั้งเดิมที่ผู้นิยมซื้อสินค้าออนไลน์ใช้เนื่องจากเห็นหลักฐานได้ชัดเจน คือเมื่อทำการโอนเงินเข้าบัญชีของผู้ขายแล้วก็จะได้รับสลิปการโอนเงินไว้เป็นหลักฐานสำคัญในการซื้อขาย

Internet Banking และผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร เป็นรูปแบบหนึ่งของการชำระเงินกับร้านค้าออนไลน์ที่ได้รับความนิยม คือการโอนเงินผ่านระบบออนไลน์ของธนาคารอย่าง Internet Banking ซึ่งสามารถเข้าไปยังหน้าเว็บไซต์ของธนาคารที่ใช้บริการอยู่แล้วทำธุรกรรมโอนเงินเข้าไปยังบัญชีที่ต้องการแบบออนไลน์ได้เลย นอกจากนี้ธนาคารในประเทศไทยมีให้บริการแอปพลิเคชันที่สามารถทำธุรกรรมการเงินแบบออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตได้ทันที

การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิตและบัญชีออนไลน์ เช่น PayPal, Paysbuy เป็นต้น การชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตนั้นมีข้อดีก็คือผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องแจ้งชำระเงินกับผู้ขายอีกให้ยุ่งยาก เพราะระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตและบัตรเดบิตนั้นจะมีการแจ้งชำระเงินให้แบบอัตโนมัติ ส่วนระบบบัญชีออนไลน์นั้นจะเป็นการเปิดบัญชีผ่านผู้ให้บริการระบบบัญชีออนไลน์ โดยผู้ซื้อสามารถเชื่อมต่อบัญชีเข้ากับบัตรเครดิต หรือบัตรเดบิต เมื่อต้องการใช้ชำระเงินผ่านการซื้อสินค้าออนไลน์ก็ทำการกรอกข้อมูลบัญชีออนไลน์นั้น ระบบก็จะทำการเชื่อมต่อเพื่อทำการชำระเงินให้ทันทีแบบไม่ยุ่งยากและไม่ต้องกลัวเรื่องอาชญากรรมไซเบอร์

เคาน์เตอร์เซอร์วิส การชำระเงินที่ถือว่าเป็นช่องทางที่สะดวก เพราะตอนนี้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต่างก็หันมาเปิดให้บริการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ไม่เพียงแต่เฉพาะการชำระเงินค่าสาธารณูปโภค เท่านั้น แต่ทั้งค่าโทรศัพท์มือถือ ค่าโทรศัพท์บ้าน ค่าบัตรเครดิต หรือค่าสินค้าที่สั่งซื้อออนไลน์ก็สามารถชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสได้เช่นกัน นอกเหนือจากนั้นแล้วยังมีเคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ให้บริการเจ้าอื่นด้วย เช่น ผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้แล้วระบบการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสยังมีการพัฒนามากขึ้นโดยเริ่มมีการนำเอาระบบ QR Code เข้ามาใช้งานแล้ว ซึ่งกระบวนการก็คือผู้ขายจะส่ง QR Code ให้กับผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อจะเก็บ QR Code ไว้ในโทรศัพท์มือถือแล้วนำไปสแกนที่เคาน์เตอร์เซอร์วิสที่ต้องการชำระเงินได้ทันที โดยไม่ต้องใช้หมายเลขอ้างอิงหรือบาร์โค้ดบนกระดาษ ส่วน Cash On Delivery (COD) คือ การเก็บเงินปลายทางสามารถชำระสินค้ากับพนักงานส่งสินค้าของเมื่อได้รับสินค้า

2. กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

Roger and Shoemaker (1983) ให้ความหมายของกระบวนการยอมรับว่า เป็นกระบวนการใช้ความคิดของบุคคล เริ่มตั้งแต่ได้รับรู้ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ จนถึงการยอมรับ โดยสามารถสรุปเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ (awareness stage) เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ วิธีการใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประกอบการอาชีพ หรือกิจกรรมของบุคคลนั้น ยังไม่มีความรู้สึกซึ่งเกี่ยวกับเนื้อหาหรือคุณประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น ๆ ทำให้เกิดความอยากรู้นั้นต่อไป

ขั้นที่ 2 สนใจ (interest stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจ หารายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มเติม จะทำให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่ ๆ หรือสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพและค่านิยม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคมหรือประสบการณ์เก่า ๆ ของบุคคลนั้น

ขั้นที่ 3 ประเมินค่า (evaluation stage) เป็นขั้นที่จะได้ไตร่ตรองถึงประโยชน์ในการลองใช้วิธีการหรือวิทยาการใหม่ ๆ ดีหรือไม่ เมื่อนำมาใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ โดยบุคคลนั้นมักจะคิดว่าการใช้วิทยาการใหม่ ๆ เป็นการเสี่ยงทำให้ไม่แน่ใจถึงผลที่จะได้รับ ในขั้นนี้จึงเป็นการสร้างแรงเสริม (reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจยิ่งขึ้นว่าสิ่งที่เขาตัดสินใจเพื่อเป็นการสร้างความรู้สึกที่ดีต่อวัตกรรมการมีคุณค่า และมีประโยชน์

ขั้นที่ 4 ทดลอง (trial stage) เป็นขั้นที่ใช้วิทยาการใหม่ ๆ นั้น กับสถานการณ์ตนเองเป็นการทดลองบางส่วนก่อนเพื่อจะได้ดูว่าผลลัพธ์และประโยชน์ที่จะได้รับว่าดีจริงอย่างที่คิดไว้ในขั้นประเมิน ซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

ขั้นที่ 5 ยอมรับ (adoption stage) เป็นขั้นที่บุคคลรับวิทยาการใหม่ ๆ นั้น ไปใช้ในการปฏิบัติกิจกรรมของตนอย่างเต็มที่ หลังจากได้ทดลองปฏิบัติดูและเห็นประโยชน์แล้วยอมรับนวัตกรรมเหล่านั้น

Klonglan and Coward (1970) ได้อธิบายกระบวนการยอมรับ โดยแบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 2 ส่วน 1) การยอมรับในระดับความคิด 2) การยอมรับในภาคปฏิบัติ กล่าวคือ การใช้วิทยาการแผนใหม่หรือนวัตกรรม กระบวนการยอมรับในส่วนที่หนึ่ง เริ่มเมื่อมีการเผยแพร่วัตกรรมการเข้าไปชุมชนและ

บุคคล ในชุมชนเกิดการรับรู้ ทำความเข้าใจและศึกษารายละเอียดเพื่อนำไปประเมิน เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่า มีประโยชน์ก็จะยอมรับ การยอมรับในขั้นนี้เป็นการยอมรับในด้านความคิดเท่านั้น กระบวนการในส่วนที่สอง จะเริ่มที่ทดลอง ทั้งนี้ เพื่อยืนยันว่าวิทยาการแผนใหม่หรือ นวัตกรรมที่ตนคิดเห็นว่าเป็นดีนั้น โดยเนื้อแท้จะเป็นสิ่งที่ดีและมีคุณค่าจริง ๆ หรือไม่ การยอมรับ หรือไม่ยอมรับในขั้นนี้ขึ้นอยู่กับผลการทดลอง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการนำไปใช้หรือการยอมรับภาคปฏิบัติในเวลาต่อมา

องค์ประกอบของทัศนคติ ประกอบไปด้วย

1) ด้านความคิดความเข้าใจ (Cognitive Component) ความคิดความเข้าใจนี้จะเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อ การรับรู้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ในประสบการณ์ต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมอันเป็นเรื่องของปัญญาในระดับที่สูงขึ้นเช่น นักบริหารหรือผู้บังคับบัญชามีความคิดหรือความเชื่อที่ผู้ใต้บังคับบัญชาของเขานั้นมีลักษณะของความเป็นผู้ใหญ่ สามารถปกครองตนเองได้ ดังนั้นเขาจึงให้ความเป็นอิสระในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา หรือเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการทำการวินิจฉัยสั่งการ เป็นต้น สิ่งสำคัญขององค์ประกอบนี้ก็คือ จะประกอบด้วยความเชื่อที่ได้ประเมินค่าแล้วว่าน่าชื่นชมหรือไม่ชื่นชม ดีหรือไม่ดี และยังรวมไปถึงความเชื่อในใจว่าควรจะมีปฏิกริยาตอบโต้อย่างไรต่อเป้าหมายทัศนคตินั้นจึงจะเหมาะสมที่สุด

2) ด้านความรู้สึก (Affective Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึกนี้จะป็นสภาพทางอารมณ์ (Emotion) ประกอบกับการประเมิน (Evaluation) ในสิ่งนั้น ๆ อันเป็นผลจากการเรียนรู้ในอดีต ดังนั้นองค์ประกอบด้านนี้จึงประกอบด้วยการประเมินความรู้สึก ความชอบ หรือการตอบสนองทางอารมณ์ที่มีต่อสิ่งของหรือบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

(1) ความรู้สึกทางบวก (ความพึงพอใจ) เช่น ความเคารพนับถือ ความชอบพอ ความเห็นอกเห็นใจ เป็นต้น

(2) ความรู้สึกทางลบ (ความไม่พึงพอใจ) เช่น ความกลัว ความรู้สึกรังเกียจ ถูกขยี้ ขยะแขยง เป็นต้น
ในบรรดาองค์ประกอบของทัศนคติ องค์ประกอบทางด้านความรู้สึกนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติ หรือศูนย์กลางของทัศนคติเนื่องจากความรู้สึกจะเกี่ยวข้องกับการกระทำ ยกตัวอย่างเช่น ความรู้สึกทางบวกทำให้บุคคลเข้าใกล้สิ่งนั้น เช่น เราชอบพอใคร เราก็พยายามจะเข้าใกล้ มีความสัมพันธ์อันยาวนานกับคนๆ นั้น ในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกทางลบทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงหรือห่างจากสิ่งที่เขาไม่ชอบ หรือตัดความสัมพันธ์กับสิ่งนั้นไปเลย

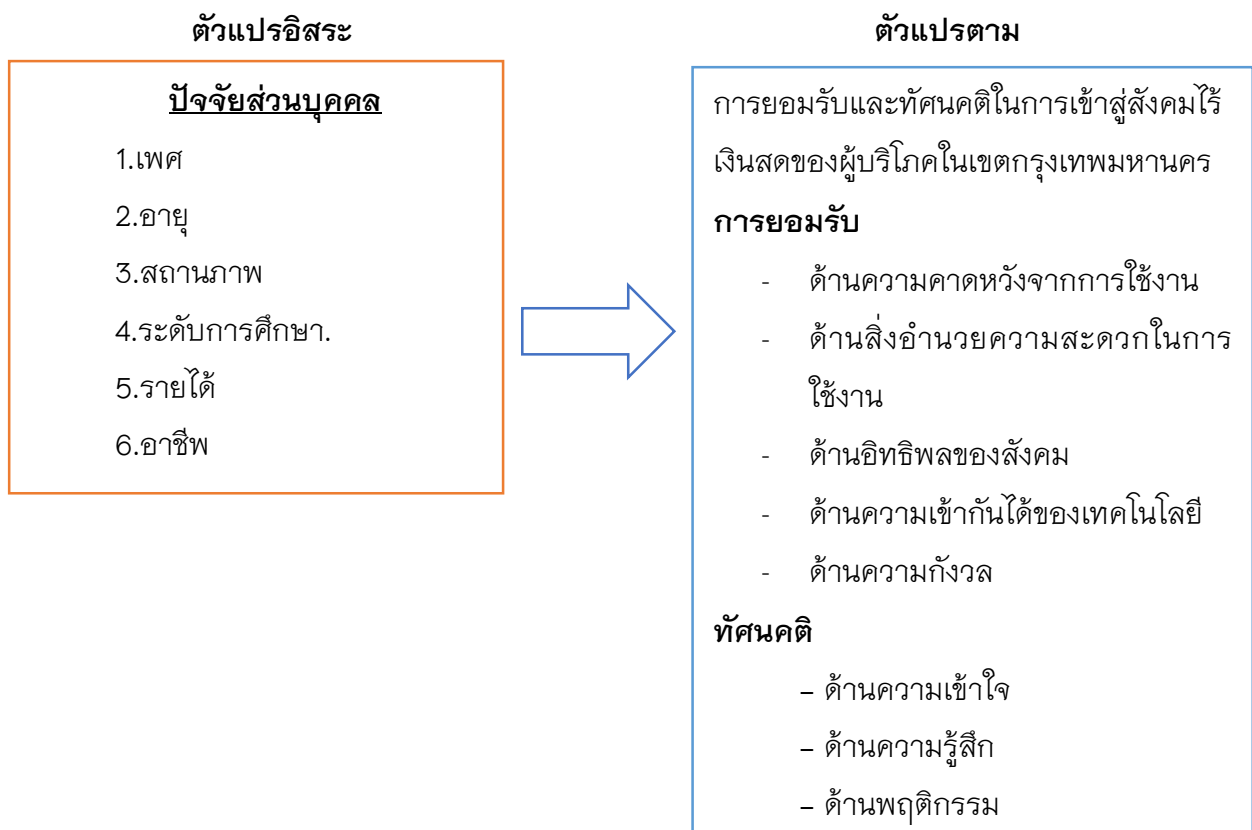
3) ด้านแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavioral Tendency Component) หมายถึง แนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมหรือปฏิบัติต่อสิ่งที่ตนชอบหรือเกลียดอันเป็นการตอบสนองหรือการกระทำในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเรานั้น ๆ เช่น บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อระบอบประชาธิปไตย หรือมีความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกที่ดีต่อระบอบประชาธิปไตย บุคคลผู้นั้นก็มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมหรือการแสดงออกใด ๆ ที่เป็นการสนับสนุนหรือส่งเสริมระบอบ

ประชาธิปไตย อันเป็นพฤติกรรมแบบเข้าหาหรือหากแสวงหาตรงกันข้ามมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นๆ แตกต่างกัน หรือจะเกิดพฤติกรรมในการถอยหนีหรือหลีกเลี่ยง

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมพบแนวคิดที่ดังกล่าวข้างต้นนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า กระบวนการยอมรับว่า เป็นกระบวนการใช้ความคิดของบุคคลมีเกี่ยวข้องกับการใช้งานผ่านช่องทางต่างๆ การชำระเงินผ่านบัตรเครดิต บัตรเดบิตและบัญชีออนไลน์ เช่น PayPal, Paysbuy QR Code, Cash On Delivery (COD), Internet Banking และผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร

กรอบแนวความคิด

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ตัวแปรตามการยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร การยอมรับ ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ด้านความกังวล ทัศนคติ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรมโดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิด

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม ทฤษฎี บทความ รายงานต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบของสังคมไร้เงินสด นำกำหนดเป็นกรอบแนวความคิด โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือประชากรทั้งชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตของกรุงเทพมหานคร โดยในการกำหนดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษานี้อาศัยสูตรของ Taro Yamane (1973) จากจำนวนประชากรที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปทั้งหมด 5,666,264 คน (สำนักทะเบียนกลาง, 2560) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามการคำนวณตามสูตร ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยการใช้บริการจากเว็บไซต์ <https://docs.google.com> และแจกแบบสอบถามผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัย ได้ทำการส่งลิงค์แบบสอบถาม <https://docs.google.com/forms>

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และร้อยละ นำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยายผล ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับและทัศนคติสังคมไร้เงินสด เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย โดยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ การทดสอบสมมติฐานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาและทบทวนเอกสาร วารสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับและทัศนคติสังคมไร้เงินสด โดยการสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ คือ 1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษา แล้วกำหนดเป็นกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา 2) สร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

เกี่ยวกับการยอมรับและทัศนคติสังคมไร้เงินสด มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นปลายเปิดให้เลือกตอบโดยเสรี

นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) มีค่าเท่ากับ 0.987

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งขึ้นโดยจะใช้สถิติต่าง ๆ ดังนี้ t-test, F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Schiff's method).

ผลการวิจัย

ผลการศึกษการยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1.การยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

การยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลต่อสังคม ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ด้านความกังวล ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปรผล
ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน	3.51	.563	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	3.45	.699	มาก
ด้านอิทธิพลต่อสังคม	3.51	.816	มาก
ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี	3.42	.738	มาก
ด้านความกังวล	3.55	.828	มาก

ด้านความคาดหวังจากการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .563 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้บริการสังคมไร้เงินสดทำให้ท่านลดความเสี่ยงจากการถือเงินสด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .837 รองลงมาการใช้บริการสังคมไร้เงินสดช่วยให้ตรวจสอบข้อมูลทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .807 คาดหวังว่าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .952 ตามลำดับ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .699 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีอุปกรณ์ และเครื่องมือเพียงพอในการให้บริการเช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .845 รองลงมาการใช้บริการสังคมไร้เงินสดเป็นเรื่องยากที่จะมีการปลอมแปลงเอกสาร อยู่ระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .779 มีช่องทางเลือกใช้บริการได้หลายรูปแบบ เช่น ทางโทรศัพท์ บัตรเครดิต บัตรกดเงินสด เป็นต้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .829 ตามลำดับ

ด้านอิทธิพลต่อสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .816 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การที่สถาบันการเงินประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลสังคมไร้เงินสดจะมีผลต่อสังคมไร้เงินสด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .753 รองลงมาการใช้บริการสังคมไร้เงินสดมีแนวโน้มที่จะค่อยๆเริ่มใช้กันแพร่หลายอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .875 บุคคลใกล้ชิดชนิดมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสังคมไร้เงินสดอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .951 ตามลำดับ

ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .738 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แอปพลิเคชันที่ใช้มีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้บริการสังคมไร้เงินสด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .834 รองลงมาแอปพลิเคชันที่มีอยู่ช่วยให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการชำระสินค้าและบริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .874 แอปพลิเคชันที่ใช้ช่วยเพิ่มความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการมากขึ้นกว่าการชำระเงินด้วยเงิน อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .888 ตามลำดับ

ด้านความกังวล โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .828 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กังวล เรื่องการโจรกรรมข้อมูลทางไซเบอร์ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .537 รองลงมาเชื่อว่าผู้ประกอบการในปัจจุบันมีความพร้อมที่จะรับชำระเงินแบบไร้เงินสดอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .498 เป็นไปได้ที่รัฐบาลจะนำข้อมูลมาตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลังอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .852 ตามลำดับ

2.ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ทัศนคติการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	แปรผล
ด้านความเข้าใจ	3.64	.587	มาก
ด้านความรู้สึก	3.63	.745	มาก
ด้านพฤติกรรม	3.58	.873	มาก

ด้านความเข้าใจ โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .587 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เข้าใจถึงข้อดี-ข้อเสียของการใช้บริการสังคมไร้เงินสด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .847 รองลงมาการใช้บริการสังคมไร้เงินสดจะทำให้เศรษฐกิจเติบโตอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .987 เข้าใจความหมายของคำว่าสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .897 ตามลำดับ

ด้านความรู้สึก โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .745 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เรียนรู้ที่จะควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชันสังคมไร้เงินสด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .789 รองลงมาสังคมไร้เงินสดทำให้เปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกรรมทางการเงินแบบถือเงินสด อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .786 รู้สึกว่าการบริการสังคมไร้เงินสดมีความปลอดภัยและน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .987 ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .873 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า รู้สึกว่าใช้บริการสังคมไร้เงินสดแล้วรู้สึกเหมือนนายธนาคารประจำตัว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .965 รองลงมา รู้สึกว่าเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการสังคมไร้เงินสดน่าสนใจ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .487 สังคมไร้เงินสดทำให้ท่านทำธุรกรรมทางการเงินบ่อยขึ้น อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .537 ตามลำดับ

3.เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับสังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

เปรียบเทียบการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกัน ส่วน อาชีพที่แตกต่างกัน มีความเห็นต่อการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน ($F = 3.171$ $P = .014$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี อาชีพข้าราชการ, ลูกจ้าง/พนักงานบริษัท, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด แตกต่างจากอาชีพอื่น ๆ

สมมติฐานในการวิจัย การยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าเมื่อเปรียบเทียบการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อาชีพและรายได้ต่างกันมีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผล

1.การยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้บริการสังคมไร้เงินสดทำให้ลดความเสี่ยงจากการถือเงินสดมากที่สุด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีอุปกรณ์และเครื่องมือเพียงพอในการให้บริการเช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ด้านอิทธิพลต่อสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการที่สถาบันการเงินประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลสังคมไร้เงินสดจะมีผลต่อสังคมไร้เงินสดมากที่สุด ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแอปพลิเคชันที่ใช้มีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้บริการสังคมไร้เงินสด ด้านความกังวล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกังวลเรื่องการโจรกรรมข้อมูลทางไซเบอร์ ซึ่งกุลธิดา เล้าเจริญและจิตพนธ์ ชุมเกต (2560) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริการด้านการเดินทางด้วยการประยุกต์นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการวิจัยพบว่าความสำเร็จของการทำธุรกิจผ่านแอปพลิเคชัน เกิดจากการที่ผู้บริโภครู้จักและทดลองใช้รวมถึงการบอกต่อแบบปากต่อปากทำให้เกิดความนิยมเพิ่มมากขึ้นและยังมีการสร้างจุดสนใจโดยการติดตั้งป้ายรับชำระโดยใช้ QR Code เพื่อดึงดูดให้ผู้คนหันมาใช้บริการการชำระเงินผ่านช่องทาง PromptPay ลดการพกเงินสด ซึ่งผลตอบรับเป็นไปในทางที่ดีหลังจากที่ได้ทดลองใช้นวัตกรรมใหม่นี้ ผู้ใช้ให้ข้อมูลว่าชีวิตของพวกเขา มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ลดการพกเงินสดหรือบัตรเครดิต ช่วยให้พวกเขาสามารถประหยัดทั้งเวลาและค่าธรรมเนียมธนาคารต่าง ๆ แม้การชำระเงินในการบริการจะมี

จำนวนแค่หลักสิบล้านก็ตาม นอกจากนี้มีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยเนื่องจากทุกครั้งที่มีการใช้บริการผ่าน แอปพลิเคชันจะมีการพิสูจน์ตัวตนด้วยการใส่รหัสผ่าน (Password) หรือการสแกนลายนิ้วมือ แต่เนื่องจาก เป็นนวัตกรรมใหม่ที่เป็นการทดลองใช้ทำให้มีบุคคลจำนวนหนึ่งที่ยังไม่เคยทดลองใช้กังวลใจว่าจะมีความ ปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์เกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับการโจรกรรมข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ตรงกับ กับPonte Carvajai Trujillo Escobar-Rodriguez (2015) ที่พบว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของ ข้อมูลหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดกับข้อมูลส่วนตัวก็จะต่อต้านการใช้บริการนอกจากนี้ ข้อดีของสังคมไร้เงิน สด นนทกร เท็ดทูลทวีเดช. (2559)กล่าวว่า 1)ช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว จาก การศึกษาของ Moody Investor Service และ VISA ในปี พ.ศ. 2556 พบว่าการใช้บัตรเครดิตและเดบิตที่ เพิ่มขึ้นอย่างมากช่วยให้เศรษฐกิจโลกมีการฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่เศรษฐกิจโลกประสบวิกฤตทาง การเงินซับไพรม์(subprime mortgage crisis) ในปี พ.ศ. 2550 และ 2551 ทำให้เศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกชะลอตัวลง ผลของการใช้บัตรเครดิตและบัตรเดบิตส่งผลให้ GDP ของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก 56 ประเทศเพิ่มขึ้นรวมกันกว่า 9.84 แสนล้านดอลลาร์ สหรัฐ ในระหว่างปี พ.ศ. 2551 – พ.ศ. 2555 เทียบเท่า กับการจ้างงานเพิ่มขึ้น 1.9 ล้านคน โดยระบบ e-payment ช่วย GDP ของประเทศกำลังพัฒนารวมทั้ง ประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผลการวิจัยได้บ่งชี้ว่าหากการใช้บัตรเครดิตและเดบิตเพิ่มขึ้นทั่วโลก ร้อยละ 1 ปริมาณการบริโภคทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 0.056 ต่อปี จากตัวเลขดังกล่าวเมื่อเทียบกับ เศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาพบว่าปริมาณการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จะทำให้เศรษฐกิจเติบโตถึง 127 พัน ล้านดอลลาร์สหรัฐ และพบว่าประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของการใช้บัตรเครดิตและเดบิตเพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ 0.3 ต่อปีเช่นกัน 2)เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันระหว่างประเทศ การเปลี่ยนมาเป็นสังคมไร้เงินสดสามารถลดต้นทุนที่เกิดจากธุรกรรมเงินสด ช่วยให้การเก็บภาษีของ รัฐบาลมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการบริหารเงินสดธุรกิจจะมีต้นทุนต่าง ๆ ที่ซ่อนอยู่ เช่น ความเสี่ยงต่อการ สูญหาย การขนส่งและการเก็บรักษาเงินสด การลดการใช้เงินสดจะช่วยให้ต้นทุนดังกล่าวลดลงอย่างมาก นอกจากนั้นรัฐบาลยังสามารถลดการผลิตธนบัตรและเหรียญกษาปณ์ช่วยลดงบประมาณของประเทศลง

2.ทัศนคติการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ เข้าใจถึงข้อดี – ข้อเสียของการใช้บริการสังคมไร้เงินสด ด้านความรู้สึก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับเรียนรู้ที่จะควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชันสังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับรู้สึกที่ใช้บริการสังคมไร้เงินสดแล้วรู้สึกเหมือนนายธนาคาร ประจำตัว โดยทฤษฎีของ Mcguire (1985) ได้อธิบายกระบวนการเปลี่ยนทัศนคติซึ่งมีอยู่ 5 ขั้นตอน ดังนี้ การสนใจ,ความเข้าใจ,การยอมรับ, ความจำ ผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าในมุมมองของคนใน กรุงเทพมหานครต่อสังคมไร้เงินสดมีทัศนคติที่ดี เนื่องจากผลอยู่ในระดับมากในทุกด้าน สาเหตุมาจาก สถาบันการเงินต่าง ๆ ที่เป็นธนาคารและไม่ใช่นายธนาคาร รณรงค์ แนะนำ เกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันทาง การเงิน ประชาสัมพันธ์ระบบความปลอดภัยการโอน รับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันบนมือ ถือ ส่งผลให้ประชาชนในกรุงเทพมหานครมีทัศนคติที่ดี มีผลการวิจัยของจิตูดา แก้วแทน (2557) ได้

ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน กรณีศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความเชื่อมั่นในใช้งานออนไลน์และด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังไรก็ตามเริ่มมีสัญญาณที่ดีด้านทัศนคติในการชำระเงินของผู้บริโภคในปี 2559 พบว่าคนไทย 6 ใน 10 คน มีความมั่นใจในระบบการชำระเงินผ่าน E-Payment มากขึ้น พฤติกรรมในการพกเงินสดติดตัวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพบว่าร้อยละ 59 พกเงินสดติดตัวลดลง เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่อยู่ร้อยละ 52 โดยมีสาเหตุมาจากเรื่องระบบการรักษาความปลอดภัยร้อยละ 60 ร้อยละ 48 เห็นว่ามีเครื่อง ATM บริการอยู่เป็นจำนวนมากสามารถกดเงินได้ทันที และอีกร้อยละ 36 ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสด ซึ่งแนวโน้มการใช้เงินสดจะลดลงอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของคนไทยเริ่มมีความคุ้นเคยและมั่นใจในระบบการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น สำหรับยอดการใช้จ่ายผ่าน วีซ่าในช่วง 6 เดือน (ตุลาคม 2559 – มีนาคม 2560) อัตราการเติบโตของการใช้บัตรเครดิตวีซ่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.7 โดยแบ่งออกเป็นการใช้บัตรเครดิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.5 และบัตรเดบิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 แยกออกเป็นกลุ่ม E-Commerce เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.6 และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 (สุริพงษ์ ตันติยานนท์. 2560)

3.เปรียบเทียบการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดจำแนกตามประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาต่างก็มีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกัน อาชีพต่างกันความเห็นต่อการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน สอดคล้องกับวิไลวรรณ ทองประยูรและคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้ประโยชน์บริการพร้อมเพย์ของบุคคลทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า บุคคลทำงานในกรุงเทพมหานครที่มี เพศ อายุ สถานภาพ และระยะเวลาการทำงานแตกต่างกันมีการรับรู้ประโยชน์บริการพร้อมเพย์ไม่แตกต่างกัน แต่บุคคลทำงานในกรุงเทพมหานครที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันมีการรับรู้ประโยชน์บริการพร้อมเพย์แตกต่างกัน

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการศึกษาการยอมรับและทัศนคติในการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด 5 ด้าน คือด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านอิทธิพลต่อสังคม ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี ด้านความกังวล และทัศนคติการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก ด้านพฤติกรรม เมื่อเปรียบเทียบการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อาชีพและรายได้ต่างกันมีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด แตกต่างกัน องค์ความรู้ที่ค้นพบจากงานวิจัยนี้จะเกิดประโยชน์กับการทำธุรกิจ และนักธุรกิจที่ได้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค ข้อมูลที่ได้สามารถนำข้อมูลที่ได้ปรับใช้กับการทำธุรกิจ

สรุป

1. การยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความคาดหวังจากการใช้งาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการใช้บริการสังคมไร้เงินสดทำให้ลดความเสี่ยงจากการถือเงินสดมากที่สุด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีอุปกรณ์และเครื่องมือเพียงพอในการให้บริการเช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ด้านอิทธิพลต่อสังคม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการที่สถาบันการเงินประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลสังคมไร้เงินสดจะมีผลต่อสังคมไร้เงินสดมากที่สุด ด้านความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับแอปพลิเคชันที่ใช้มีฟังก์ชันการใช้งานที่เหมาะสมกับการใช้บริการสังคมไร้เงินสด ด้านความกังวล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับกังวลเรื่องการโจรกรรมข้อมูลทางไซเบอร์

2.ทัศนคติการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ด้านความเข้าใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเข้าใจถึงข้อดี – ข้อเสียของการใช้บริการสังคมไร้เงินสด ด้านความรู้สึก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเรียนรู้ที่จะควบคุมการทำงานของแอปพลิเคชันสังคมไร้เงินสด ด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับรู้สึกว่าการใช้บริการสังคมไร้เงินสดแล้วรู้สึกเหมือนนายธนาคารประจำตัว

3.เปรียบเทียบการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดจำแนกตามประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาต่างก็มีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกัน อาชีพต่างกันความเห็นต่อการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ค่าเฉลี่ยการยอมรับและทัศนคติจะอยู่ในระดับมากแต่ถ้ามองเป็นรายด้านจะพบว่าด้านความกังวลอยู่ในระดับมากและด้านพฤติกรรมการใช้งานถึงจะอยู่ในระดับมากแต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ๆ สื่อให้เห็นว่ามีการยอมรับและทัศนคติอยู่ในระดับดีแต่พฤติกรรมการงานยังไม่มากนัก อันเนื่องมาจากความกังวลในความปลอดภัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องถึงระบบรักษาความปลอดภัยที่ปลอดภัยที่สุดในขณะนี้

การยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด พบว่าอยู่ในระดับมาก ดังนั้นภาคธุรกิจควรจะนำข้อมูลดังกล่าวนำมาประกอบการวางแผนธุรกิจ และการวางนโยบายเอรອງรับการใช้งานในอนาคต

ทัศนคติการยอมรับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด พบว่าอยู่ในระดับมากดังนั้นผู้ประกอบการควรจะทำ การวางนโยบายเอรອງรับการใช้งาน การให้บริการสำหรับลูกค้า

ผลการเปรียบเทียบพบว่าเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษาต่างก็มีความเห็นการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกัน อาชีพต่างกันความเห็นต่อการยอมรับต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน ดังนั้นควรจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเกิดประโยชน์จะเกิดประโยชน์กับการทำธุรกิจ และนักธุรกิจที่ได้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากในปัจจุบันสถาบันการเงินมีการแข่งขันกันสูง ดังนั้นจึงควรทำการศึกษา ปัจจัยพื้นฐาน พฤติกรรมและกระบวนการตัดสินใจไม่ใช้เงินสดของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ผู้ประกอบการจึงจำเป็นที่จะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- กุลธิดา เล้าเจริญและจิตพนธ์ ชุมเกต (2560). ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริการด้านการเดินทางด้วยการประยุกต์นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ. การประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- จิฎาภา แก้วแทน (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน กรณีศึกษาในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ. (2561). สังคมไร้เงินสด, *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 10(2), 235–248.
- วิไลวรรณ ทองประยูรและคณะ (2560). การรับรู้ประโยชน์บริการพร้อมเพย์ของบุคคลทำงานในกรุงเทพมหานคร. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 13(1).
- นนทกร เท็ดทูลทวิเดช. (2559). Cashless Society: เตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ. *นิตยสารการเงินธนาคาร* ฉบับเดือนสิงหาคม 2559. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2560. จาก <https://www.sceic.com/th /detail/product/2602>
- สุริพงษ์ ตันติยานนท์. (2560). *ซีอีโออนไลน์ แต่จ่ายเงินสด รังไทยเข้าสู่ยุค Cashless Society*. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2560. จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/06/visa-cashless-societypayment/>
- Klonglan, G.E., & Coward, E.W., Jr. (1970). The Concept of Symbolic Adoption: A Suggested Interpretation. *Rural Society*. 35(1), 77–83.
- McGuire, W. J. (1985). "Feeling and Knowing, Attitude and Attitude Change". In G. Lindzey & Elliot Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (3rd ed.), 2, 233–246, Reading: Addison – Wesley Publishing Company.

- Bonsón Ponte, E., Carvajal-Trujillo, E., & Escobar-Rodríguez, T. (2015). Influence of trust and perceived value on the intention to purchase travel online: Integrating the effects of assurance on trust antecedents. *Tourism Management, Elsevier*, 47(C), 286–302.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach*. New York: The Free Press.