

ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่



ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2562

ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ภาวิณี ถอนโพธิ์

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เก นันทะเสน)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิโรจน์ สินณรงค์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ นันทะเสน)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณูชนก เพชรานนท์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ต่อผู้บริโภค ในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวภาวิณี ถอนโพธิ์
ชื่อปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เก นันทะเสน

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และแบบจำลองโลจิสติกแบบลำดับ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 25 ถึง 30 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานเอกชน มีรายรับเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาทและรายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท สำหรับผลการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองดังกล่าว พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นมากที่สุด เมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ รายรับเฉลี่ยต่อเดือน รองลงมาเพศ และจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 19.35 ร้อยละ 14.81 และร้อยละ 14.55 ตามลำดับ

คำสำคัญ : การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์, ผู้บริโภค, ผลกระทบ

Title	IMPACTS OF ELECTRONIC PAYMENT FOR CONSUMERS IN CHIANG MAI PROVINCE
Author	Miss Phawini Thonpho
Degree	Master of Economics in Applied Economics
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Ke Nunthasen

ABSTRACT

The objectives of this study were to analyze :1) electronic payment service using behaviors of consumers in Chiang Mai province; 2) behavioral change arised from electronic payment service using of consumers in Chiang Mai province; and 3) impacts of electronic payment service using of consumers in Chiang Mai province. The sample group were 400 electronic payment users and a questionnaire was used for data collection. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics and logit model.

The results showed that most of the repondents were female,aged 25 to 30 years old, bachelor 's degree holders, single, and private company employes there monthly income range was 10,001 to 20,000 baht and their monthly expenses range was 10,001 to 20,000 baht.

Results of the analysis by using the ordered logit model showed that factors mostly effecting the probability that the repondents would increase expenses were income, sex and a number of devices used for electronic payment (19.35 percent, 14.81 percent and 14.55 percent, respectively).

Keywords : electronic payment, consumers, impacts

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยและผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีโดยที่ได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เก นัน ทะเสน อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิโรจน์ สิ้นณรงค์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วราภรณ์ นันทะเสน อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอยแนะแนวทางให้คำปรึกษาตลอดจนช่วยเหลือ หรือแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความใส่ใจเป็นอย่างยิ่ง จนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความรู้สึกซาบซึ้งและสำนึกในพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ทุกท่านที่ให้โอกาสทางการศึกษา และประสิทธิประสาทความรู้ให้ผู้วิจัยในครั้งนี้จนกระทั่งสำเร็จการศึกษา และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่คณะเศรษฐศาสตร์ที่อำนวยความสะดวกในการทำงาน

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม พร้อมข้อมูลหลากหลายแก่ผู้วิจัย เพื่อนำไปพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ต่อไป

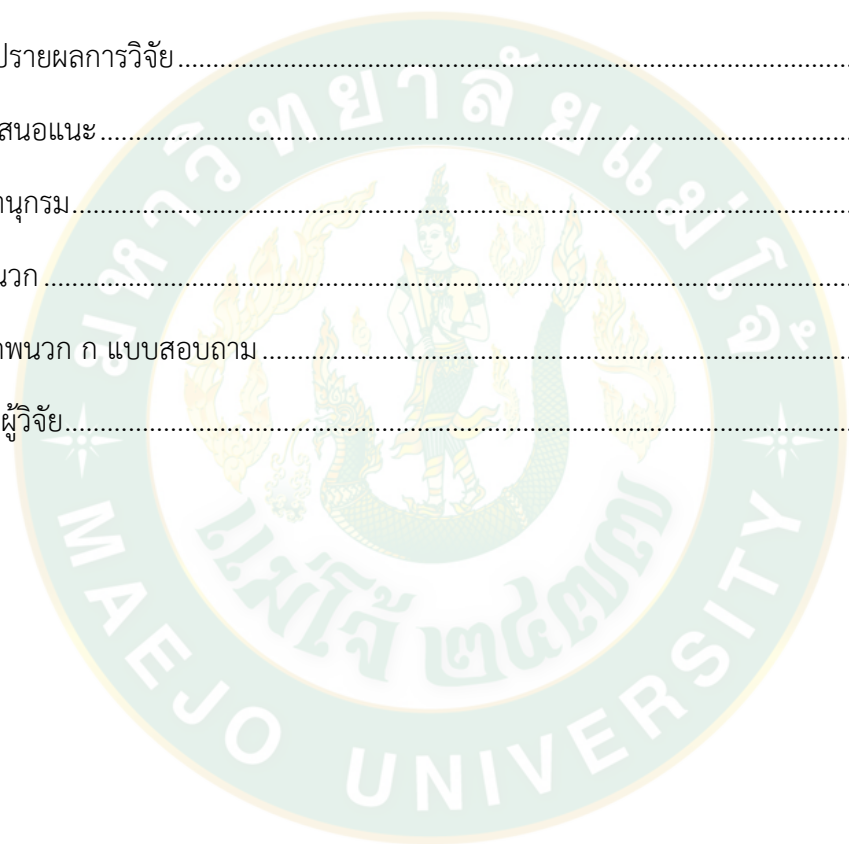
ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอระลึกถึงพระคุณบิดา และมารดาที่ให้การอบรมเลี้ยงดูให้การศึกษาแก่ผู้วิจัย ด้วยความรักและเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา และผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ น้อง ๆ ที่ให้กำลังใจกระทั่งความช่วยเหลือจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ภาวิณี ถอนโพธิ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 ทฤษฎีและการตรวจเอกสาร.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์.....	18
แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	19
การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก.....	21
การวิเคราะห์ของแบบจำลองโลจิทแบบลำดับ (Ordered Logit Model).....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	37
บทที่ 4 ผลการวิจัย	42
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	117
สรุปผลการวิจัย	117
อภิปรายผลการวิจัย	120
ข้อเสนอแนะ	121
บรรณานุกรม	122
ภาคผนวก	124
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	125
ประวัติผู้วิจัย	132



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคล	42
ตารางที่ 2 แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก	45
ตารางที่ 3 จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน	52
ตารางที่ 4 วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ	57
ตารางที่ 5 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	61
ตารางที่ 6 ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ	65
ตารางที่ 7 สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	69
ตารางที่ 8 รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	74
ตารางที่ 9 รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	82
ตารางที่ 10 ช่องทางการบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	87
ตารางที่ 11 อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	91
ตารางที่ 12 รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	95
ตารางที่ 13 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	99
ตารางที่ 14 หนี้เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	100
ตารางที่ 15 เงินออมเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	101
ตารางที่ 16 ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	101
ตารางที่ 17 ราคาสินค้าและบริการเมื่อเทียบกับบริการที่ชำระเงินแบบอื่น	102
ตารางที่ 18 ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	103
ตารางที่ 19 การใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	104
ตารางที่ 20 ระยะเวลาในการทำงานเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	104
ตารางที่ 21 สิทธิประโยชน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์.....	105

ตารางที่ 22 ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในด้านปัจจัยอุปนิสัยส่วนบุคคล..... 106

ตารางที่ 23 ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในปัจจัยด้านการตลาด..... 107

ตารางที่ 24 ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในด้านปัจจัยทางบริบท 109

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
..... 112

ตารางที่ 26 ผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะได้พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป 114



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 จำนวนบัตร/บัญชี e-Money ของ Bank และ Non-bank	2
ภาพที่ 2 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือน	3
ภาพที่ 3 ฟังก์ชันโลจิสติก (logistic function).....	22



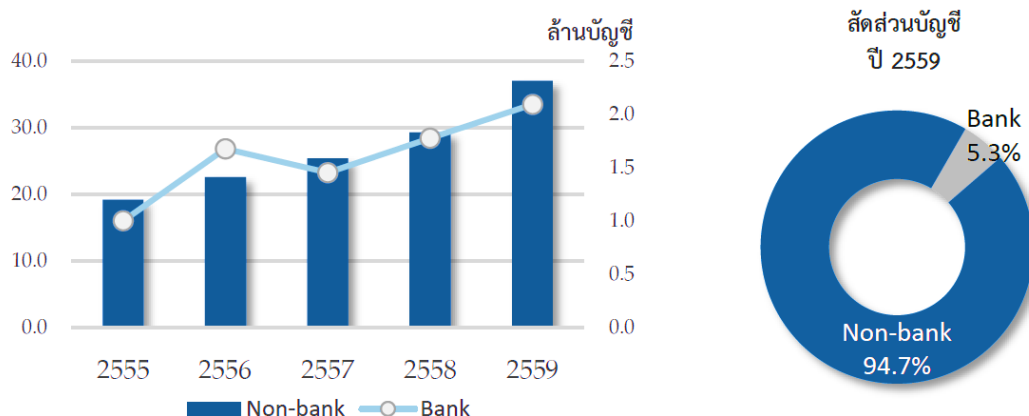
บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกมีการเจริญเติบโตในด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) ทำให้มีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เพิ่มมากขึ้นในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกธุรกิจ ซึ่งการแข่งขันกันมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม ธุรกิจธนาคาร และธุรกิจการให้บริการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ ก็เช่นเดียวกัน หลังการเปิดเสรีทางการเงินธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นต้องเร่งปรับตัวในการดำเนินธุรกิจ แสวงหาเทคโนโลยี และพยายามใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการให้บริการทางการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในปัจจุบัน เนื่องจากสังคมมีสถานะเปลี่ยนแปลงไป โดยต้องเผชิญดำเนินชีวิตด้วยการแข่งขัน และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค

ธนาคารและธุรกิจการให้บริการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ จึงเริ่มมองหาทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้า การให้บริการที่หลากหลายรูปแบบหรือครบวงจร โดยเฉพาะการเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่ธนาคารและธุรกิจการให้บริการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งทางด้านการเงิน และการพัฒนาศักยภาพของธนาคารและธุรกิจการให้บริการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ ทางด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้าน โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน มีบทบาทกับการดำเนินชีวิต ทำให้เกิดความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคไม่น้อย ซึ่งสามารถทำได้มากกว่าการโทร อาทิ การซื้อสินค้าบนสมาร์ตโฟน การทำธุรกรรมทางธนาคาร ดังนั้นธนาคารและธุรกิจการให้บริการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ ต้องมีแนวคิดพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อให้บริการแก่ลูกค้า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) และบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment) โดยการเชื่อมต่อเบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ากับบัญชีช้อปปิ้งออนไลน์ โดยใส่ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการจ่ายเงินซื้อสินค้า ที่เชื่อมต่อกับบัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือบัญชีธนาคารของเรา ซึ่งแนวทางนี้จะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถโอนเงิน การทำธุรกรรมชำระเงินโดยผ่านทางคิวอาร์โค้ด (QR payment) ชำระค่าสาธารณูปโภค สอบถามยอดคงเหลือ เติมเงินมือถือ การบริจาค หรือแม้กระทั่งการให้ของขวัญ ฯลฯ สามารถใช้บริการได้ทันทีแบบออนไลน์ ได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายของการเดินทางไปและกลับ ตลอดจนสามารถช่วยประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายในด้านค่าธรรมเนียม เทียบเท่ากับการใช้ตู้กดเงินสด ไม่จำเป็นต้องไปยื่นเข้าแถวรอคิวรับบริการจากธนาคาร

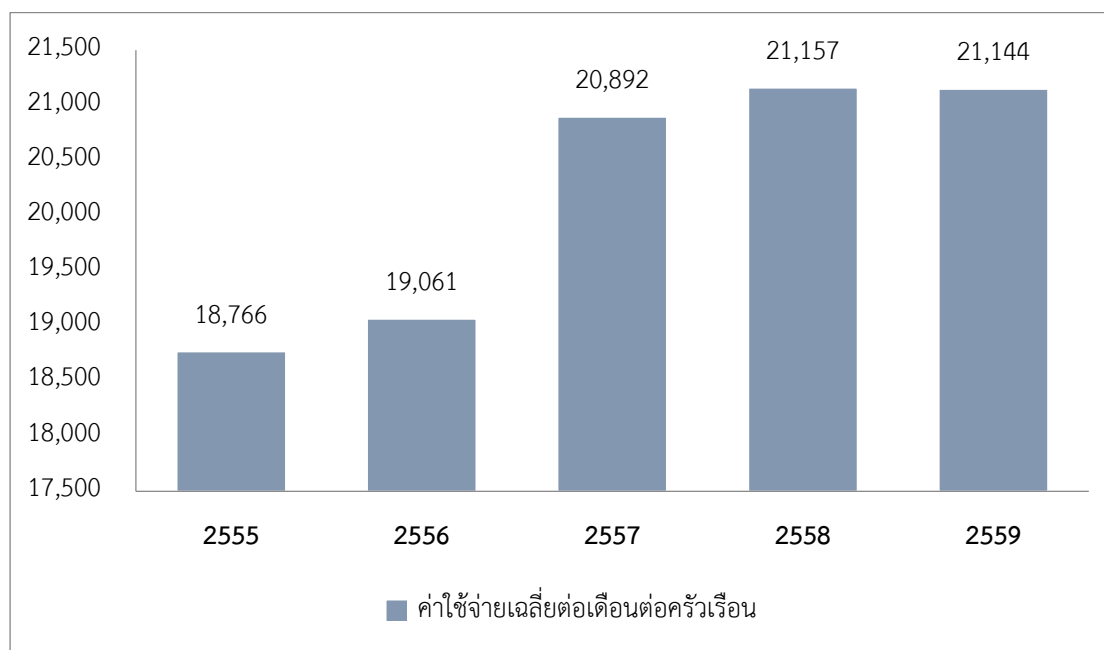


ภาพที่ 1 จำนวนบัตร/บัญชี e-Money ของ Bank และ Non-bank
ที่มา: (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559)

โดยจากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ภายใต้อ.พ.ร.ฎ. e-Payment ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับจากหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากมูลค่าตลาดรวมและจำนวนผู้ใช้บริการ e-Money มีการเติบโตมาโดยตลอด ดึงดูดให้ผู้ประกอบธุรกิจรายใหม่เข้าสู่ตลาด โดย ณ สิ้นปี 2559 มีผู้ให้บริการรวมทั้งสิ้น 30 ราย ในขณะที่จำนวนผู้ใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการ e-Money ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งได้ปรับเปลี่ยนจากบัญชีบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์มาเป็น แอปพลิเคชันบน Smart phone มากขึ้น โดย ณ สิ้นปี 2559 มีจำนวนบัญชี e-Money รวมทั้งสิ้น 39.2 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 จำนวน 8.1 ล้านบัญชี คิดเป็นร้อยละ 26.1 จำนวนบัญชี e-Money เป็นการให้บริการโดยผู้ให้บริการที่เป็น Non-bank ร้อยละ 94.7 และเป็นการให้บริการโดยผู้ให้บริการที่เป็น bank ร้อยละ 5.3 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) แสดงให้เห็นว่าการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ๆ เนื่องจากสามารถตอบโจทย์การใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคยุคนี้ รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยีและการเติบโตของธุรกิจ

การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ มีทั้งข้อดีและข้อควรระวังในเรื่องของความปลอดภัย ที่แม้ว่าธนาคารและทางบริษัทที่ให้บริการจะมีระบบป้องกันความปลอดภัยให้กับลูกค้าเป็นอย่างดี แต่ก็ยังมีเหล่ามิจฉาชีพที่พยายามหาวิธีการต่างๆ ล่อลวงเอาข้อมูลของผู้บริโภคไปใช้ในทางที่ผิด ข้อจำกัดในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต การโอนเงินออนไลน์นั้นจำเป็นต้องใช้อินเทอร์เน็ตในการเข้าแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เพื่อโอนเงิน ซึ่งอาจมีสถานการณ์ที่ทำให้คุณไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้แอปพลิเคชันกล่าวได้ เช่น ต้องใช้อินเทอร์เน็ตอยู่นอกเขตสัญญาณ (ที่อัป/ต่างจังหวัด) 4G หมดเป็นต้น เทคโนโลยีในการใช้งานอาจทำให้ผู้ใช้บริการบางรายอาจสับสน เพราะหน้าตาของ

แอปพลิเคชันธนาคารหรือบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของแต่ละบริษัทย่อมไม่เหมือนกัน และมีการอัปเดตที่ทำให้ระบบเปลี่ยนแปลงไป



ภาพที่ 2 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือน

ที่มา: (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment) สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนนิยมใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) สำหรับการใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น การซื้อสินค้าที่ร้านสะดวกซื้อ หรือการใช้เพื่อชำระค่าบริการต่าง ๆ การใช้ชำระค่าบริการสินค้าร้านค้าออนไลน์ และบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment) ยังสามารถผูกกับบัตรเครดิตและบัตรเครดิตซึ่งใช้สำหรับการชำระเงินที่มีมูลค่าสูงกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บัตรเครดิตซึ่งมีมูลค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อรายการสูงที่สุด เนื่องจากสามารถใช้ผ่อนชำระได้ง่ายมากขึ้นทำให้การใช้เพิ่มขึ้น ดูได้จากสถิติในการใช้จ่ายเงิน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาอัตราการใช้จ่ายต่อเดือนต่อครัวเรือนมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น จากปี พ.ศ. 2555 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่อครอบครัว 18,766 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 21,144 บาท ใน พ.ศ. 2559 จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น จึงเป็นผลกระทบมาจากการใช้บริการการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการควบคุมการใช้จ่าย

จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจแบบดิจิทัล พร้อมกับมีการขยายตัวของธุรกิจการเงินอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกันสูง จากบริการธุรกรรมทาง

การเงินบนมือถือได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ สามารถตอบโจทย์ทุกเพศทุกวัย เนื่องจากสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปใช้บริการ ใช้บริการทางการเงินได้โดยตรง ซึ่งการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ แม้ว่าจะช่วยให้ธุรกิจทางการเงินได้ลดต้นทุนในการให้บริการ และเกิดความสะดวกรวดสบายให้กับผู้ใช้บริการ แต่การให้บริการทางการเงินผ่านเทคโนโลยีดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความเสี่ยง โดยผู้ใช้บริการมีความเสี่ยงจากความสะดวกรวดสบายในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในการใช้จ่ายต่อครั้ง อาจมีการใช้จ่ายแบบไม่ยั้งคิด เนื่องจากสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้อยู่ตลอดเวลา ผู้ใช้บริการต้องประสบปัญหาการมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น การออมเงินลดลง หรือจำนวนหนี้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากบัตรผ่อนชำระเงินสามารถผูกกับบัญชีบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางของระบบเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก มีสถานที่บริการต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร แหล่งการท่องเที่ยว เป็นต้น และแหล่งอำนวยความสะดวก ปัญหาดังกล่าวจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การศึกษาพฤติกรรมการที่เปลี่ยนแปลง เมื่อมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จากการวิเคราะห์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถทราบถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค โดยการนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาบริการบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป
2. การศึกษาผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จากการวิเคราะห์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถทราบนำผลการวิเคราะห์ไปหาแนวทางแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภค และผู้ใช้บริการสามารถผลการวิเคราะห์ไปพิจารณาการวางแผนการใช้จ่ายเงิน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้บริการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตต่อผู้บริโภค และผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาครั้งนี้มีพื้นที่ทำการศึกษาคือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์เฉพาะ

การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment) คือ การชำระเงินเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ระบบสื่อสารโทรคมนาคม เป็นต้น

ผู้บริโภค คือ ผู้ใช้บริการการชำระเงินเพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ระบบสื่อสารโทรคมนาคม เป็นต้น

ผลกระทบ หมายถึง ผลของค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์



บทที่ 2

ทฤษฎีและการตรวจเอกสาร

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจถึงปัจจัยและวิธีการดำเนินการศึกษา ได้อย่างถูกต้อง จึงมีการตรวจเอกสาร ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ระบบการชำระเงิน
2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
3. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
4. การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก
5. การวิเคราะห์ของแบบจำลองโลจิสแบบลำดับ (Ordered Logit Model)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระบบการชำระเงิน

ระบบการชำระเงินมีความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือที่เป็นพื้นฐานกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้ดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง ธนาคารแห่งประเทศไทยได้พัฒนาระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มาใช้เพื่อให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน โดยมีวัตถุประสงค์ให้ระบบการชำระเงินของประเทศไทยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ระบบการชำระเงิน หมายถึง กระบวนการส่งมอบเงินเพื่อชำระเงินอันเป็นผลมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ระหว่างผู้จ่ายเงินและผู้รับเงิน ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งบุคคล หรือ องค์กร โดยกระบวนการส่งมอบหรือโอนสื่อการชำระเงินเพื่อชำระราคา (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551) โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ

1. องค์กรและบุคคล หมายถึง ผู้จ่ายเงิน ผู้รับเงิน และองค์กรที่เป็นตัวกลางใน การชำระเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงิน เป็นต้น
2. กระบวนการดำเนินการภายใต้กฎหมาย ระเบียบ ข้อตกลง กฎเกณฑ์ ธรรมเนียมปฏิบัติ ที่กำหนดบทบาท หน้าที่ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและบุคคลต่าง ๆ รวมถึงกลไกการชำระเงินที่เกี่ยวข้อง
3. สื่อการชำระเงินประเภทต่าง ๆ เช่น เงินสด ตราสารการเงิน บัตรพลาสติก การโอนเงินทางบัญชี ตลอดจนถึงการชำระเงินด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ระบบการชำระเงินอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือระบบการชำระเงินด้วยเงินสด และระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสด

1. ระบบการชำระเงินด้วยเงินสด

ระบบการชำระเงินด้วยเงินสดจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่าง ๆ เช่น การจัดพิมพ์ธนบัตร การนำธนบัตรออกใช้ การรับและจ่ายเงินสดระหว่างธนาคารกลาง สถาบันการเงิน และบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการตรวจคัดธนบัตรชำระออกไปทำลาย และพิมพ์ธนบัตรใหม่ขึ้นทดแทนเป็นต้น

2. ระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินที่มีใช้เงินสด

ระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินที่มีใช้เงินสด จำแนกได้เป็นการใช้สื่อการชำระเงินที่เป็นตราสาร เช่น เช็ค ดราฟท์ ตัวแลกเงิน ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับผู้ส่งจ่าย ผู้ทรงเช็ค ธนาคารที่เกี่ยวข้อง ระบบหรือวิธีการแลกเปลี่ยนเช็คระหว่างธนาคาร ตลอดจนกฎหมายเกี่ยวกับการใช้เช็ค เป็นต้น สำหรับสื่อการชำระเงินที่มีใช้ตราสาร เช่น ระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะเกี่ยวข้องกับบุคคล สถาบันการเงิน รวมถึงระบบการโอนเงินด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

2.1 เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money)

เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money) หรือ e-Money หมายถึง มูลค่าเงินที่บันทึกในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เช่น ชิพคอมพิวเตอร์ในบัตร เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต) ซึ่งผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้า (Pre-paid) แก่ผู้ให้บริการ e-Money และสามารถใช้จ่ายชำระค่าสินค้าบริการได้ตามร้านค้าที่รับชำระ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสดให้ยุ่งยาก และไม่เสียเวลารอเงินทอนอีกด้วย เช่น บัตรโดยสารรถไฟ บัตรซื้ออาหารในศูนย์อาหาร บัตรเติมเงินโทรศัพท์มือถือ บัตรเติมเงินซื้อชั่วโมงอินเทอร์เน็ต บัตรชมภาพยนตร์ กระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ บัญชีเงินสดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการซื้อสินค้าทางออนไลน์

2.2 บัตรเดบิต (Debit card)

บัตรเดบิต คือ บัตรที่ผูกไว้กับบัญชีเงินฝากของผู้ถือบัตร เพื่อใช้ทำรายการที่เครื่อง ATM ไม่ว่าจะเป็นการถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอด และชำระค่าสินค้าและบริการ (ซึ่งเป็นคุณสมบัติของบัตร ATM) และใช้ทำรายการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้า รวมถึงการซื้อสินค้าออนไลน์ได้ โดยจะเป็นการหักเงินออกจากบัญชีเงินฝากทันที

การชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้า ร้านค้าที่รับบัตรเดบิตจะติดสัญลักษณ์ของเครือข่ายบัตรเดบิตที่ออกบัตรร่วมกับธนาคารเจ้าของบัตร เช่น เครือข่าย VISA, Master Card, China Union Pay (CUP) เป็นต้น ผู้ถือบัตรจะชำระโดยการเซ็นชื่อใบบันทึกการขาย (Sales Slip) หรือครหัส (Personal Identification Number: PIN) ทั้งนี้ รูปแบบขึ้นอยู่กับเครือข่ายของผู้ให้บริการบัตรเดบิตเป็นผู้กำหนด ส่วนการซื้อสินค้าออนไลน์ ผู้ถือบัตรจะชำระโดยการระบุหมายเลข

บัตรเดบิต 16 หลัก รหัส CVV (หมายเลข 3 หลัก ด้านหลังบัตร) วันหมดอายุของบัตร และรหัสผ่านใช้ครั้งเดียว (OTP: One Time Password) ที่ได้รับทาง SMS

2.3 บัตรเครดิต (Credit Card)

บัตรเครดิต (Credit Card) เป็นบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ออกบัตร (Issuer) ซึ่งได้แก่ธนาคารพาณิชย์ และผู้ประกอบการบัตรเครดิตที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) ออกให้แก่ลูกค้า (ผู้ถือบัตร หรือ Card Holder) ซึ่งประโยชน์ที่ผู้ถือบัตรจะได้รับมีหลายประการ เช่น ใช้แทนเงินสดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการโดยยังไม่ต้องจ่ายเงินในทันที ณ ร้านค้าที่รับบัตร รวมถึงร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะสังเกตได้จากโลโก้ของเครือข่ายผู้ให้บริการบนบัตรและที่ร้านค้า ตัวอย่างเครือข่ายบัตรเครดิต เช่น VISA, Master Card, American Express, China Union Pay (CUP), Japan Credit Bureau (JCB) ใช้เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM มาใช้ล่วงหน้าได้ รับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตามรายการส่งเสริมการขาย เช่น คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล ส่วนลดจากร้านค้า การผ่อนชำระสินค้าดอกเบี้ย 0 % เงินคืนจากการใช้จ่าย (cash back) ที่จอดรถ ห้องรับรองตามสถานที่ต่าง ๆ ความคุ้มครองเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ

2.4 การชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment)

การชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ คือ เป็นการให้บริการรับชำระค่าสินค้า ค่าบริการ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แทนเจ้าหนี้ อาทิ ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าบัตรเครดิต ค่าบริการอินเทอร์เน็ต เช่น เมื่อได้รับใบแจ้งหนี้ค่าน้ำประปาจากการประปาซึ่งเป็นเจ้าหนี้และเป็น “ผู้ออกใบแจ้งหนี้ หรือ biller” แล้วผู้ใช้น้ำสามารถนำใบแจ้งหนี้ไปชำระได้ที่ผู้ให้บริการรับชำระเงินแทนโดยไม่ต้องเดินทางไปชำระที่สำนักงานของการประปาโดยตรง

ช่องทางการให้บริการ

- (1) ธนาคารพาณิชย์ ให้บริการผ่านเคาน์เตอร์สาขาตู้ ATM และ Internet / Mobile banking
- (2) จุดรับชำระเงินผู้ให้บริการที่มีใช่ธนาคาร (Non-bank) เช่น ไปรษณีย์ไทย เคาน์เตอร์เซอร์วิส เทสโก้ โลตัส บิ๊กซี แฟมิลีมาร์ท เอไอเอส ทีไอที เจมาร์ท ไอ-โมบาย
- (3) กระเป๋าเงิน e-Money ปัจจุบัน มีผู้ให้บริการ true money และ mPay

2.5 เช็ค (Cheque)

เช็ค คือ เอกสารในรูปแบบของตราสารซึ่งบุคคลคนหนึ่งเรียกว่า "ผู้สั่งจ่าย" สั่ง "ธนาคาร" ให้ใช้เงินจำนวนหนึ่งเมื่อทวงถามให้แก่บุคคลอีกคนหนึ่งหรือให้ใช้ตามคำสั่งของบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเรียกว่า "ผู้รับเงิน"

ผู้สั่งจ่ายเช็ค คือ ผู้ที่เปิดบัญชีกระแสรายวันกับธนาคาร และเซ็นสั่งจ่ายเช็คเพื่อชำระเงินแก่ผู้รับเงิน

ผู้รับเงิน (หรือผู้ทรงเช็ค) คือ ผู้ที่ได้รับเช็คจากผู้ส่งจ่าย และนำเช็คที่ได้ไปฝากเรียกเก็บเงินที่ธนาคาร เพื่อเบิกเป็นเงินสด หรือนำเข้าบัญชีธนาคารตนเอง

ธนาคารผู้ส่งเรียกเก็บ (Sending Bank) เป็นธนาคารที่ผู้รับเงินได้เปิดบัญชีไว้ เมื่อผู้รับเงินนำเช็คไปฝากเรียกเก็บเงิน หากเป็นเช็คของธนาคารอื่น ธนาคารก็จะส่งข้อมูลและภาพเช็คไปเรียกเก็บเงินกับธนาคารผู้จ่าย และเมื่อทราบผลการเรียกเก็บเงินแล้ว จึงจะนำเงินเข้าบัญชีของผู้รับเงิน

ธนาคารผู้จ่าย (Paying Bank) เป็นธนาคารที่ผู้ส่งจ่ายเช็คได้เปิดบัญชีไว้ และธนาคารจะทำหน้าที่ตรวจสอบลายเซ็น เงื่อนไขการส่งจ่ายตามที่ผู้ส่งจ่ายได้ทำข้อตกลงไว้ และหักเงินจากบัญชีของผู้ส่งจ่ายเพื่อจ่ายเงินให้แก่ธนาคารของผู้รับเงิน (หรือธนาคารผู้ส่งเรียกเก็บ)

ประเภทของเช็ค

(1) เช็คบุคคลธรรมดา คือ เช็คที่บุคคลธรรมดาเป็นผู้ส่งจ่ายเงินตามเช็ค

(2) เช็คนิติบุคคล คือ เช็คที่องค์กร/บริษัทเป็นผู้ส่งจ่ายเงินตามเช็ค

(3) แคมเชียร์เช็ค คือ เช็คที่ธนาคารเป็นผู้ส่งจ่ายเงินตามเช็ค และระบุชื่อผู้รับเงินอย่างชัดเจน ลูกค้าจะเสียค่าธรรมเนียมการซื้อแคมเชียร์เช็คฉบับละ 20 บาท ส่วนใหญ่ผู้รับเงินนิยมนำไปขึ้นเงินภายในจังหวัดเดียวกัน เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมการเรียกเก็บ แต่หากนำไปขึ้นเงินในจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่จังหวัดเดียวกับสาขาธนาคารที่ออกเช็คอาจจะต้องเสียค่าธรรมเนียมการเรียกเก็บเช็ค เช่น หมิ่นละ 10 บาทของจำนวนเงินตามเช็ค

(4) เช็คของขวัญ จะมีลักษณะเช่นเดียวกับแคมเชียร์เช็ค ส่วนใหญ่นิยมมอบให้แก่ผู้รับในโอกาสพิเศษ

(5) ดราฟต์ จะมีข้อแตกต่างจากแคมเชียร์เช็คและเช็คของขวัญ กล่าวคือ ผู้ซื้อดราฟต์ต้องเสียค่าธรรมเนียมการซื้อตามราคาบนหน้าดราฟต์ เช่น หมิ่นแรก 10 บาท หมิ่นต่อไปหมิ่นละ 5 บาท (ขั้นต่ำ 10 - 20 บาท สูงสุด 1,000 บาท) แต่ผู้รับเงินไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมเมื่อนำไปขึ้นเงินในจังหวัดที่ไม่ใช่จังหวัดเดียวกับสาขาที่ออกดราฟต์

(6) เช็คขีดคร่อม คือ เช็คที่ผู้รับเงินต้องนำฝากเช็คเข้าบัญชีก่อนที่จะเบิกเป็นเงินสดเท่านั้น โดยเช็คขีดคร่อมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เช็คขีดคร่อมทั่วไป กับเช็คขีดคร่อมเฉพาะ

(7) เช็คขีดคร่อมเฉพาะ เป็นเช็คที่ระบุชื่อธนาคารไว้ภายในเส้นขนาน และผู้รับเงินจะต้องนำเช็คฝากเข้าบัญชีธนาคารตามที่ระบุไว้เท่านั้น

2.6 การโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร (ORFT: On-line Retail Funds Transfer)

การโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร (ORFT: On-line Retail Funds Transfer) คือ เป็นบริการที่ผู้โอนเงินสามารถโอนเงินให้ผู้รับเงินที่มีบัญชีอยู่ต่างธนาคารได้ผ่านช่องทางต่าง ๆ

ได้แก่ เครื่อง ATM เคาน์เตอร์สาขาธนาคาร หรือบริการ Internet banking โดยผู้รับเงินจะสามารถเบิกเงินในบัญชีได้ทันทีภายหลังจากที่ผู้โอนเงินทำรายการสำเร็จ

(1) โอนผ่านเครื่อง ATM หรือเรียกว่า ATM ORFT

ผู้โอนเงินสามารถทำรายการโอนเงินให้ผู้รับโอนเงินด้วยบัตร ATM ที่เครื่อง ATM ของธนาคารที่ผู้โอนเงินหรือผู้รับโอนเงินมีบัญชีอยู่ โดยระบุหมายเลขบัญชีผู้รับโอน และจำนวนเงินที่จะโอนซึ่งสูงสุดไม่เกิน 30,000 บาทต่อครั้ง แล้วผู้โอนจะได้ ATM Slip เก็บไว้เป็นหลักฐาน

(2) โอนผ่านเคาน์เตอร์สาขาของธนาคาร หรือเรียกว่า Counter ORFT

ผู้โอนเงินสามารถทำรายการโอนเงินที่เคาน์เตอร์สาขาของธนาคารที่เปิดให้บริการโดยผู้โอนเงิน ไม่จำเป็นต้องมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารนั้นก็ได้ ซึ่งโอนได้สูงสุดไม่เกิน 100,000 บาทต่อครั้ง แล้วผู้โอนจะได้ใบบันทึกรายการโอนเงิน (Pay-in Slip) เก็บไว้เป็นหลักฐาน

(3) โอนผ่าน Internet banking หรือ Internet ORFT

ผู้โอนเงินสามารถทำรายการโอนเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้โอนเงินต้องเปิดบัญชีธนาคารไว้ ซึ่งโอนได้สูงสุด 100,000 บาทต่อครั้ง และยืนยันการทำรายการด้วยการระบุรหัส OTP (One-Time Password) ที่ธนาคารแจ้งทาง SMS ในแต่ละครั้ง

2.7 การโอนเงินรายใหญ่ผ่านระบบบาทเน็ต (BAHTNET)

BAHTNET หรือ Bank of Thailand Automated High-value Transfer Network เป็นเครือข่ายการโอนเงินมูลค่าสูงทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทย กับผู้ใช้บริการซึ่งส่วนใหญ่เป็นธนาคารพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทยได้พัฒนาระบบบาทเน็ตขึ้นเพื่อเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับการพัฒนาตลาดการเงินของประเทศ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ รวมถึงลดความเสี่ยงและต้นทุนในการโอนเงินของสถาบันการเงิน นอกจากนี้ ระบบบาทเน็ตให้บริการโอนเงินแก่บริษัทและบุคคลทั่วไปด้วย

(1) การโอนเงินระหว่างธนาคาร (หรือที่เรียกว่าการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม)

เป็นการโอนเงินที่ผู้โอนสั่งให้ธนาคารของตน (ธนาคาร A) โอนเงินผ่านระบบบาทเน็ตเข้าบัญชีผู้รับเงินซึ่งเป็นลูกค้าของอีกธนาคารหนึ่ง (ธนาคาร B) ซึ่งไม่มีการกำหนดจำนวนเงินโอนขั้นต่ำหรือสูงสุดที่สามารถโอนได้ในแต่ละครั้ง ขั้นตอนหลังจากผู้โอนสั่งโอนแล้ว คือ ธนาคาร A ส่งคำสั่งโอนเงินไปที่ ธปท. เพื่อให้ ธปท. ดำเนินการโอนเงินจากบัญชี A ไปบัญชี B และยืนยันการทำรายการทันที (real time) หลังจากนั้น ธนาคาร B ก็จะโอนเงินเข้าบัญชีผู้รับที่ฝากไว้กับธนาคาร B ต่อไป ทั้งนี้ ผู้รับเงินจะยังไม่ได้รับเงินจากธนาคาร B ในทันที แต่จะได้รับเงินโอนดังกล่าวภายในวันเดียวกัน ขึ้นกับระยะเวลาในการดำเนินการของธนาคารผู้โอนเงินและธนาคารผู้รับเงินซึ่งต่างกันสำหรับแต่ละธนาคาร

(2) การชำระราคาหลักทรัพย์

เป็นบริการโอนเงินสำหรับองค์กร/บริษัท/บุคคลทั่วไปที่ประสงค์จะชำระราคาในการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่มีจำนวนมากกว่า 1 ล้านหุ้นหรือมีมูลค่ามากกว่า 3 ล้านบาท โดยชำระราคาผ่านบริการของบริษัท สำนักหักบัญชี (ประเทศไทย) จำกัด (Thailand Clearing House: TCH) ซึ่งมีระบบงานที่เชื่อมโยงกับระบบบาทเน็ต โดยมีขั้นตอนคือผู้ที่ตกลงซื้อขายหลักทรัพย์ และต้องการจะชำระราคาผ่านระบบบาทเน็ต โดยแจ้งกับ Broker ของตนเพื่อจะได้ส่งข้อมูลไปให้ TCH ส่งคำสั่งโอนเงินไปที่ ธปท. โดยแจ้งให้โอนเงินจากบัญชีผู้ซื้อที่ธนาคาร A ไปยังบัญชีผู้ขายที่ธนาคาร B เมื่อได้รับอนุมัติแล้ว ธปท. ก็จะโอนเงินจากบัญชีธนาคาร A ไปบัญชีธนาคาร B และยืนยันการทำรายการกับธนาคาร A และธนาคาร B

2.8 การหักเงินจากบัญชีบุคคลอื่นอัตโนมัติ (Debit Transfer/Direct Debit) และการนำเงินเข้าบัญชีบุคคลอื่นอัตโนมัติ (Credit Transfer/Direct Credit)

การหักเงินและนำเงินเข้าบัญชีบุคคลอื่นอัตโนมัติ เป็นระบบงานที่ธนาคารให้บริการแก่ลูกค้าในการโอนเงินให้กับบุคคลอื่น หรือเรียกเก็บเงินจากบุคคลอื่น ซึ่งมีลักษณะที่เหมือนกัน คือ มีมูลค่าการโอนเงินไม่สูง แต่มีปริมาณรายการมาก และมีรอบการชำระเงินแน่นอน (Bulk Payment)

(1) การหักเงินจากบัญชีบุคคลอื่นอัตโนมัติ (Debit Transfer/Direct Debit)

เป็นบริการสั่งโอนเงิน (เรียกเก็บเงิน) จากบัญชีผู้จ่ายเงินเข้าบัญชีลูกค้าของธนาคาร (ผู้รับชำระ) เพื่อรับชำระค่าซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ ค่าเบี้ยประกันภัย ค่าเบี้ยประกันชีวิต ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต ค่าผ่อนชำระ ค่าซื้อหลักทรัพย์ ค่าสมาชิก ซึ่งในปัจจุบันมีเฉพาะบริการภายในธนาคารเดียวกัน (Inhouse Direct Debit) เท่านั้น ยังไม่มีบริการระหว่างธนาคาร

(2) การนำเงินเข้าบัญชีอัตโนมัติ (Credit Transfer/Direct Credit)

เป็นบริการสั่งโอนเงินจากบัญชีลูกค้าของธนาคารซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัท/ห้างร้าน (ผู้จ่าย) เพื่อโอนเงินเข้าบัญชีผู้รับเงิน ซึ่งอาจมีบัญชีอยู่ภายในธนาคารเดียวกันหรือต่างธนาคารกันก็ได้ เช่น เงินเดือนค่าจ้าง บำเหน็จบำนาญ เงินปันผล ดอกเบี้ย ค่าขายหลักทรัพย์ ทั้งนี้ สามารถแบ่งประเภทบริการได้เป็นบริการโอนเงินภายในธนาคารเดียวกัน (Inhouse Direct Credit) เป็นบริการโอนเงินที่ทั้งบัญชีผู้ส่งโอนและผู้รับโอนเป็นบัญชีของธนาคารเดียวกัน

บริการโอนเงินระหว่างธนาคาร หรือที่เรียกว่า Interbank Bulk Payment ซึ่งให้บริการระบบโดยบริษัท National ITMX เพื่อให้บริการโอนเงินกรณีที่มีผู้โอนและผู้รับเงินมีบัญชีอยู่กับคนละธนาคารกัน โดยปัจจุบันมีบริการ 2 ประเภท คือ เป็นการโอนเงินระหว่างธนาคารที่ผู้รับโอนจะได้รับเงินในวันเดียวกับที่ผู้โอนส่งคำสั่งโอนเงิน เป็นการโอนเงินระหว่างธนาคารที่ผู้รับโอนจะ

ได้รับเงินในวันทำการถัดไปนับจากวันที่ผู้โอนส่งคำสั่งโอนเงิน • ITMX Bulk Payment Credit Transfer - Same Day • ITMX Bulk Payment Credit Transfer - Next Day

2.9 การโอนเงินระหว่างประเทศ (Remittance)

การโอนเงินระหว่างประเทศ คือ การโอนเงินจากคนหนึ่งไปให้อีกคนหนึ่งที่อยู่คนละประเทศกัน ผ่านผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงินหรือบริษัทเอกชนที่เป็นตัวแทนผู้รับโอนเงิน เช่น บริษัทไปรษณีย์ไทย ห้างสรรพสินค้า ซึ่งเชื่อมโยงกับระบบต่างประเทศ (เช่น Western Union, MoneyGram) เช่น การโอนเงินของแรงงานไทยที่เดินทางไปทำงานต่างประเทศกลับมาให้ครอบครัวในประเทศไทย หรือการโอนเงินจากพ่อแม่ในประเทศไทยไปให้บุตรที่ศึกษาในต่างประเทศ

ขั้นตอนการใช้บริการ เริ่มจากลูกค้าสั่งโอนเงินและให้เงินผ่านตัวแทนผู้รับโอนเงิน (ตัวแทนฯ) ที่ตั้งอยู่ในประเทศต้นทาง จากนั้นตัวแทนฯ จะแจ้งเครือข่ายปลายทางของผู้รับโอนเงิน เพื่อให้เตรียมจ่ายเงินให้กับบุคคลที่ผู้โอนเงินแจ้งไว้ ทั้งนี้ ตัวแทนฯ ที่ตั้งอยู่ในประเทศทั้งสองประเทศ อาจเป็นธนาคารหรือบริษัทเอกชนก็ได้

2.10 การหักเงินและการนำเงินเข้าบัญชีอัตโนมัติ (Direct Credit / Direct Debit)

Direct Debit เป็นระบบการโอนเงินรายย่อย ที่ให้บริการหักเงินจากบัญชีผู้จ่ายเงินอัตโนมัติภายในธนาคารเดียวกัน ส่วน Direct Credit เป็นรายการโอนเงินรายย่อย ที่ให้บริการนำเงินเข้าบัญชีผู้รับชำระเงินอัตโนมัติภายในธนาคารเดียวกัน โดยทั้ง 2 บริการนี้เป็นระบบที่รองรับบริการโอนเงินที่มีงวดชำระที่แน่นอน และมีปริมาณรายการมาก

(1) บริการหักเงินจากบัญชีอัตโนมัติ หรือ Direct Debit ผู้รับชำระและผู้จ่ายเงิน ต้องทำข้อตกลงล่วงหน้า ก่อนใช้บริการกับธนาคารที่ตนมีบัญชีอยู่ เมื่อถึงกำหนดเวลาเรียกเก็บเงิน ผู้รับชำระจะส่งคำสั่งเรียกเก็บเงินไปยังธนาคาร ธนาคารจะทำการหักเงินจากบัญชีออมทรัพย์หรือบัญชีกระแสรายวันของผู้จ่ายเงินและนำเงินเข้าบัญชีผู้รับชำระภายในธนาคารเดียวกัน ใช้สำหรับการทำธุรกรรม เช่น ค่าบริการรายเดือน, โทรศัพท์มือถือ, ชำระค่าสินค้าขายตรง, ผ่อนชำระสินเชื่อบุคคล, ชำระค่าบัตรเครดิตต่าง ๆ, ค่าเบี้ยประกันชีวิต, ค่าสมาชิกต่าง ๆ, ค่าซื้อกองทุนและเงินลงทุน, ค่าสาธารณูปโภค, ค่าสินค้าอุปโภคบริโภค, เงินสมทบประกันสังคม เป็นต้น

(2) บริการชำระเงินเข้าบัญชีอัตโนมัติ หรือ Direct Credit ผู้จ่ายเงินทำข้อตกลงล่วงหน้ากับธนาคารที่มีบัญชีอยู่ เพื่อโอนเงินจากบัญชีของตนไปเข้าบัญชีของผู้รับชำระ พร้อมทั้งทำข้อตกลงจ่ายเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กับผู้รับชำระ ธนาคารจะทำการโอนเงินจากบัญชีออมทรัพย์หรือบัญชีกระแสรายวันของผู้จ่ายเงิน และนำเงินเข้าบัญชีผู้รับชำระภายในธนาคารเดียวกัน ทั้งนี้ผู้จ่ายเงินเป็นผู้จัดทำข้อมูลการจ่ายเงินส่งให้แก่ธนาคาร เช่น เงินเดือน, ค่าจ้าง, บำเหน็จบำนาญ, เงินปันผล, ดอกเบี้ย, ค่าขายหลักทรัพย์, เงินคืนภาษี เป็นต้น

2.11 การจัดการเงินสด (Cash Management)

การจัดการเงินสด Cash Management คือ บริการที่ธนาคารจะเข้ามาช่วยจัดการ เรื่องการรับ-จ่ายเงินให้แก่ลูกค้าระดับองค์กร ได้แก่ บริษัทห้างร้านต่างๆ ที่มีการรับ-จ่ายเงินให้แก่คู่ค้า ในปริมาณมาก โดยบริการจัดการเงินสดของธนาคารส่วนใหญ่ แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ

(1) Payment Management การจัดการด้านการชำระเงิน เช่น ชำระค่าสินค้าและบริการแก่บริษัทคู่ค้า, จ่ายเงินเดือนพนักงาน

(2) Collection Management การจัดการด้านจัดเก็บเงิน เช่น เรียกเก็บเงินค่าสินค้าและบริการจากบริษัทคู่ค้า, จัดการเงินสดที่รับมาจากลูกค้า

(3) Liquidity Management การจัดการด้านสภาพคล่องและบริหารเงินเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การจัดการด้านการชำระเงิน เป็นบริการที่ธนาคารจะทำการออกเช็คแทนผู้ใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการมีหน้าที่ส่งไฟล์ข้อมูลที่มีข้อมูล ชื่อผู้รับเงิน และจำนวนเงิน สำหรับพิมพ์เช็คให้กับธนาคาร แล้วธนาคารก็จะพิมพ์เช็ค และจัดส่งเช็คให้กับผู้รับเงินแทนผู้ใช้บริการ รวมถึงการตรวจเอกสารและออกหนังสือรับรองการหักภาษีให้กับผู้รับเงิน

2.12 การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment)

การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต คือ เป็นการชำระค่าสินค้าและบริการหรือโอนเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกชำระค่าสินค้าและบริการได้ในรูปแบบต่าง ๆ

(1) การตัดบัญชีเงินฝากผ่านบริการ Internet Banking ของธนาคาร (ลักษณะเดียวกับการโอนเงิน) ซึ่งมีการเชื่อมโยงไว้กับเว็บไซต์ของร้านค้า

เข้าสู่ระบบ Internet Banking โดยการใส่ชื่อและรหัสผ่าน เลือกบริการชำระเงินบัญชีเงินฝากที่จะใช้โอนเงิน และระบุข้อมูลบัญชีผู้รับเงิน และจำนวนเงินที่ชำระ แล้วระบบยืนยันการทำรายการสำเร็จ หลังจากนั้นจะได้รับการยืนยันทางอิเล็กทรอนิกส์

(2) การชำระผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ ด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต

กรอกหมายเลขบัตรเครดิต/บัตรเดบิต ชื่อผู้ถือบัตร วันหมดอายุของบัตร และหมายเลข CV (Card Verification Value) ซึ่งเป็นรหัส 3 ตัวด้านหลังบัตรเพื่อยืนยันว่าผู้ทำรายการเป็นเจ้าของบัตรจริง แล้วระบบจะแจ้งผลการอนุมัติ หลังจากนั้นจะได้รับการยืนยันทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านหน้าจอ รวมถึงทาง SMS ด้วย

(3) การชำระผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าออนไลน์ ด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ซึ่งได้เปิดบัญชีไว้กับผู้ให้บริการ e-Money ผ่านเว็บไซต์ และเติมเงินเข้าบัญชี

เข้าสู่เว็บไซต์ของผู้ให้บริการ e-Money เลือกรายการส่งเงินให้ร้านค้า และใส่ข้อมูลอีเมล ร้านค้าผู้รับเงิน จำนวนเงิน ประเภทการชำระเงิน สกุลเงินที่ใช้ชำระ แล้วระบบยืนยันการทำ

รายการสำเร็จ หลังจากนั้น ผู้ซื้อ/ร้านค้าผู้รับเงินจะได้รับอีเมลล์หรือ SMS เตือนการรับเงิน โดยเงินจะถูกโอนเข้าบัญชี e-Money ของร้านค้า

กรณีเว็บไซต์ของร้านค้ามีบริการชำระเงิน เมื่อผู้ซื้อจะชำระเงินค่าสินค้า จะต้องตรวจสอบข้อมูลที่ปรากฏ เช่น ชื่อร้านค้าผู้รับเงิน ชื่อสินค้า จำนวนเงิน ค่าธรรมเนียม ก่อนจะยืนยันการทำรายการด้วยการเลือกช่องทางการชำระเงิน และกรอกข้อมูลอีเมลล์ ร้านค้าผู้รับเงิน และรหัสผ่านของผู้ซื้อที่ผูกไว้กับระบบของผู้ให้บริการ e-Money

2.13 การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment)

การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ คือ การทำธุรกรรมชำระเงินผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์มือถือ โดยใช้โทรศัพท์มือถือเป็นสื่อในการโอนเงิน หรือชำระเงินให้แก่ร้านค้ารวมทั้งการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่าง ๆ บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต แหล่งเงินที่ผู้ใช้บริการจะต้องเลือกและสมัครเพื่อเชื่อมโยงเข้ากับโทรศัพท์มือถือ เพื่อตัดเงินเมื่อทำรายการ ซึ่งรูปแบบของ Mobile Payment ที่มีให้ใช้ในปัจจุบันนั้น แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบหลัก ๆ ได้ดังนี้

(1) กลุ่มบัตรเครดิตเสมือน

M-Payment ในรูปแบบนี้ คือใช้งานสมาร์ตโฟนแทนบัตรเครดิต หรือ บัตรเครดิตเสมือน (Virtual Credit Card) ซึ่ง M-Payment รูปแบบนี้สามารถใช้จ่ายเงินได้เหมือนบัตรเครดิตทุกประการ ซึ่งวงเงินที่ใช้ชำระนั้น ทางระบบจะทำการตัดผ่านวงเงินในบัตรเครดิตจริงของเราที่ทางธนาคารเป็นผู้ออกให้ ส่วนการกำหนดวงเงิน ช่วงเวลากำหนดในการจ่ายหนี้ค่าบัตรเครดิต ยังเป็นความรับผิดชอบของธนาคารผู้ออกบัตรเหมือนเดิม เช่น Samsung Pay Apple Pay และ Android Pay

(2) บัตรจ่ายเงินเฉพาะทาง

คือต้องทำการ “ เติมเงิน ” เป็นเครดิตเก็บไว้ก่อน แต่ M-Payment ประเภทนี้จะสามารถใช้ได้เฉพาะกับร้านค้าสาขาของผู้ให้บริการเท่านั้น เช่น Starbucks Card ซึ่งเราสามารถจ่ายเงินซื้อบัตรเติมเงิน แล้วนำมูลค่าของบัตรไปใส่ไว้ในแอปพลิเคชัน และเมื่ออยากดื่มกาแฟ Starbucks ก็สามารถจ่ายผ่านแอปพลิเคชันได้เลย โดยไม่ต้องใช้เงินสด

(3) Mobile Banking หรือ Prompt Pay

Mobile Banking คือการที่ผู้ใช้มีเงินเก็บอยู่ในบัญชีธนาคารอยู่แล้ว ทำให้การนำเงินเข้าไปในระบบนั้นเป็นเรื่องง่ายมาก แทบไม่ต้องทำอะไรเลย จึงเป็นเหตุผลให้แอปพลิเคชันประเภท Mobile Banking หรือ Prompt Pay นั้นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

การบริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking)

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) คือ ธนาคารบนอินเทอร์เน็ตเป็นการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ของธนาคารที่สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือ โน้ตบุ๊ก คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เช่น โอนเงิน ชำระค่าสาธารณูปโภค สอบถามยอดคงเหลือ เติมเงินมือถือ ดูรายการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตย้อนหลัง การบริจาค หรือแม้กระทั่งการให้ของขวัญ ฯลฯ โดยลูกค้าของธนาคารสามารถบริหารการเงินด้วยตนเองทางอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ส่วนบุคคล โดยผู้ที่สนใจใช้บริการจะต้องติดต่อกับธนาคารของตน เพื่อขอเปิดใช้บริการ ในปัจจุบันธนาคารต่าง ๆ มีบริการให้ลูกค้าของธนาคารเลือกใช้หลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการใช้บัตร ATM, บัตรเครดิต, ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต, การติดต่อธนาคารโดยผ่านโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ยังมีการใช้การแลกเปลี่ยนเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange : EDI) เช่น การนำเอาระบบ EDI มาใช้เพื่อช่วยจัดการเอกสารและภาพกราฟฟิกส์บนเว็บไซต์ และยังรวมถึงช่วยในเรื่องการบริการเกี่ยวกับการประกันสุขภาพ, การบริการด้านดารเงิน, การโอนเงินผ่านทางธนาคาร (Electronic Fund Transfer :EFT) โดยอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งใช้คำและความหมายดังนี้

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking) หรืออีแบงก์กิ้ง (E-Banking) หรือธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงบริการของธนาคารที่ให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ, เครื่อง ATM และเครื่องรับฝากเช็ค เป็นต้น

ธนาคารไซเบอร์ (Cyber Banking) หรือธนาคารผ่านสื่อสารสนเทศ หมายถึงธนาคารที่ให้บริการธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) คือการให้บริการลูกค้าในการทำธุรกรรมกับธนาคาร โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาธนาคาร เช่น การทำธุรกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะผ่านช่องทางคือเอส(ตู้เอทีเอ็ม)อินเทอร์เน็ต หรือการให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) เป็นต้น

โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) คือ การทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ที่มีฟังก์ชันรองรับการใช้งานและสามารถเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ระบบGPRS, EDGE 3G และผ่านทางระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย(Wireless LAN) ซึ่งเป็นบริการของธนาคารผ่านช่องทางโทรศัพท์ในการติดต่อระหว่างลูกค้าของธนาคารกับธนาคารที่ให้บริการที่สามารถติดต่อกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง

(4) Mobile Wallet

M-Wallet คือการนำ “ เงินสด ” ใส่เข้าไปในบัญชีอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ต โดยผ่านวิธีการต่างๆ เช่น ชื้อบัตรเติมเงิน โอนเงินจากบัญชีธนาคาร บัตรเครดิต จากนั้นค่อยนำมูลค่าเงินในบัญชีไปใช้แทนเงินสด ซึ่ง M-Wallet นี้ยังสามารถใช้แทนบัตรเดบิตได้อีกด้วย นับเป็นอีกหนึ่ง

ช่องทางสำหรับชำระค่าสินค้า บริการ ไม่ว่าจะ เป็น จ่ายบิลค่าสาธารณูปโภค การคมนาคม ต่างๆ ที่สะดวกอย่างมากในปัจจุบัน กลุ่มผู้ให้บริการ mobile wallet ในประเทศไทยสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Operator) คือ กลุ่มผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นผู้ให้บริการหลักในตลาด mobile wallet ซึ่งประสบความสำเร็จมาจากจุดเริ่มต้นของการเป็นผู้ให้บริการเติมเงินค่ามือถือผ่าน application และขยายการให้บริการเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของการโอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ บิลเรียกเก็บต่างๆ ได้อย่างสะดวก

กลุ่ม Fintech เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) จากธนาคารแห่งประเทศไทย รวมถึงกลุ่มผู้ให้บริการต่างชาติ โดยส่วนใหญ่เริ่มจากการเป็นผู้ให้บริการชำระเงินออนไลน์แล้วพัฒนาเป็นผู้เล่นในตลาด mobile wallet กลยุทธ์หลักของผู้ให้บริการกลุ่มนี้คือ เน้นหนักไปที่การทำโปรโมชั่น ได้แก่ Rabbit Line Pay, Air Pay, Pay Sbuy, Deep Pocket (T2P), PayPal, We chat และ Ali pay

กลุ่มผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ เป็นบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือโดยผูกกับบัตรเครดิตของธนาคารต่างๆ ซึ่งเมื่อเชื่อมบัตรเครดิตเข้ากับโทรศัพท์และสามารถใช้มือถือในการชำระเงินสินค้าและบริการได้ทันที ได้แก่ SAMSUNG Pay, Apple Pay เป็นต้น

(5) E-money

ธุรกิจ E-money ดูแลภายใต้ธนาคารแห่งประเทศไทย โดยจำแนกผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการ e-Money เป็น 3 ประเภท ตามหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติเพื่อดำเนินธุรกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) ดังนี้

(5.1) ธุรกิจบริการที่ต้องแจ้งให้ทราบก่อนให้บริการ หรือ บัญชี ก เป็นการให้บริการ e-Money ที่ใช้ซื้อสินค้าหรือรับบริการเฉพาะอย่างตามรายการที่กำหนดไว้ล่วงหน้าจากผู้ให้บริการเพียงรายเดียว นอกจากนี้ มีผู้ให้บริการที่ได้รับ ยกเว้น การให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้จำกัด เช่น บัตร e-Money ที่ใช้ซื้ออาหารในศูนย์อาหารตามห้างสรรพสินค้า มี 1 ราย ณ วันที่ 20 ก.พ.2560 ได้แก่ บริษัท พีทีที ไอซีที โซลูชันส์ จำกัด ของ ปตท. ให้บริการบัตร พีทีที บลูการ์ด เป็นบัตรสะสมคะแนนเพื่อใช้แทนเงินสด

(5.2) ธุรกิจบริการที่ต้องขอขึ้นทะเบียนก่อนให้บริการ หรือ บัญชี ข เป็นการให้บริการ e-Money ที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ให้บริการหลายราย ณ สถานที่ที่อยู่ภายใต้ระบบการจัดจำหน่ายและการให้บริการเดียวกัน ได้แก่

- ธุรกิจ Franchise หรือตัวแทนการจัดจำหน่าย ซึ่งมีสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าเดียวกัน เช่น ป๊อมน้ำมัน

- ธุรกิจที่มีรูปแบบการให้บริการเดียวกัน เช่น ระบบขนส่งมวลชน
- ธุรกิจที่ประกอบกิจการอยู่ในบริเวณหรือพื้นที่ การจัดจำหน่ายเดียวกัน เช่น

ศูนย์การค้า

ใช้ซื้อสินค้า บริการ จากผู้ขายหลายรายภายใต้ระบบการจัดจำหน่ายเดียวกัน มี 7 ราย ดังนี้ ณ วันที่ 20 ก.พ.2560

- (1) บริษัท จีพีซีเอ็ม กรุ๊ป จำกัด
- (2) บริษัท เซฟรอน (ไทย) จำกัด
- (3) บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- (4) บริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)
- (5) บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- (6) บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด
- (7) บริษัท ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด (มหาชน)

(5.3) ธุรกิจบริการที่ต้องได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ก่อนให้บริการ หรือ บัญชี ค เป็นการให้บริการ e-Money ที่ใช้ซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ให้บริการหลายรายโดยไม่จำกัดสถานที่และไม่อยู่ภายใต้ระบบการจัดจำหน่ายและการให้บริการเดียวกัน เช่น การนำไปใช้ชำระค่าสินค้า /ค่าบริการที่จำหน่ายผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ตหรือตามร้านค้าที่รับชำระด้วย e-Money เป็นต้น ใช้ซื้อสินค้า บริการจากผู้ขายหลายราย โดยไม่จำกัดสถานที่ มี 22 ราย ดังนี้ ณ วันที่ 20 ก.พ.2560

- (1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- (2) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- (3) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- (4) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- (5) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- (6) ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)
- (7) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- (8) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
- (9) บริษัท ทู มั่นนี่ จำกัด
- (10) บริษัท ทีทูพี จำกัด
- (11) บริษัททูซีทูพี พลัส (ประเทศไทย) จำกัด
- (12) บริษัท ไทยสมาร์ตการ์ด จำกัด
- (13) บริษัท บางกอก สมาร์ทการ์ด ซิสเต็ม จำกัด

- (14) บริษัท ฟอर्थ สมาร์ท เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
- (15) บริษัท แรบบิท-ไลน์ เพย์ จำกัด
- (16) บริษัท เพย์สบาย จำกัด
- (17) บริษัท เอ็มโอแอล เพย์เมนท์ จำกัด
- (18) บริษัท แอดวานซ์ เมจิกการ์ด จำกัด
- (19) บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเพย์ จำกัด
- (20) บริษัท แอร์เพย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- (21) บริษัท ไอพี เพย์เมนท์ โซลูชั่น จำกัด
- (22) บริษัท เฮลโลเพย์ จำกัด

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

พฤติกรรมในการเปิดรับการใช้สื่อของผู้รับข่าวสาร และการเลือกใช้สื่อของผู้รับสาร ของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่ศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สื่อ คุณสมบัติของผู้รับสาร และปัจจัยด้านอื่น ๆ

ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ขนาดของครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัวระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ เป็นลักษณะที่มีความสำคัญ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2538) และสถิติที่สามารถวัดประชากรได้จะช่วยในการกำหนดเป้าหมายได้ โดยปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้

เพศ (Sex) เป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญในการแบ่งส่วนตลาด นักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของพฤติกรรมการบริโภค โดยการเปลี่ยนแปลง

อายุ (Age) เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้น จะมีโอกาสเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงน้อยลง ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ การเปลี่ยนแปลงในวัฏจักรชีวิต (Life Cycle)

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Economic and Social Status) ,อาชีพ (Occupation), เชื้อชาติ (Race and Ethnic group) และ ภูมิหลังของครอบครัว (Family background) เป็นต้นเป็นตัวแปรสำคัญในการอาชีพสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติกำหนดส่วนของตลาด เช่น รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการได้มาซึ่งสินค้า อย่างไรก็ตามการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจใช้เกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา ค่านิยม และรสนิยม ฯลฯ

ตัวแปรรายได้จัดได้ว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล ดังนั้น การศึกษาวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีประชากรศาสตร์ จึงมักมีตัวแปรรายได้ เพื่อช่วยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

ดังนั้น แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เป็นแนวคิดที่แสดงถึงความแตกต่างในด้านคุณสมบัติทางประชากรระหว่างบุคคล การศึกษาวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีประชากรศาสตร์จึงเป็นปัจจัยที่นิยมนำมาใช้ในการศึกษาในการแบ่งส่วนของตามลักษณะกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นต้น

จากแนวคิดลักษณะประชากรศาสตร์ที่กล่าวในข้างต้น แสดงให้เห็นว่า แต่ละบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ดังนั้น การศึกษาค้นคว้า ผู้ศึกษาจึงนำแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ มาเป็นกรอบความคิดในการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior defined) ได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลายที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้ว และเป็นสิ่งที่มีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าวโดย (ธงชัย สันติวงษ์, 2540)

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจการของแต่ละบุคคล ในการจัดหา การซื้อ การใช้ประโยชน์จากสินค้าและบริการที่ซื้อมาเพื่อตอบสนองความต้องการด้านพื้นฐานและด้านจิตใจด้วยรายได้ที่มีจำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ คือความพึงพอใจสูงสุด กล่าวโดย (ธำรง อุดมไพจิตรกุล, 2547)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิบัติการของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และการให้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิบัติการต่าง ๆ เหล่านั้น กล่าวโดย (อดุลย์ จาตุรงกุล และตลยา จาตุรงค์กุล, 2550)

จากความหมายที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของบุคคลที่แสดงออกมาในการแสวงซื้อสินค้าและบริการที่คาดหวังจะสามารถตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจของตนเอง

จากการศึกษาเรื่องอุปสงค์ทำให้ทราบว่า ปริมาณการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคแปรผกผันกับราคาสินค้า แต่ถ้าราคาสินค้าแพงขึ้นปริมาณการซื้อก็จะน้อยลง ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาถูกลงปริมาณการซื้อจะมากขึ้น แต่สิ่งที่ช่วยอธิบายเหตุผลของพฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้บริโภคในลักษณะดังกล่าว คือ การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจะยิ่งทำให้เข้าใจสูงศักดิ์ขึ้น เพราะ

พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นเหตุผลหลักที่อยู่เบื้องหลังของกฎอุปสงค์ ซึ่งประกอบด้วยทฤษฎีอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (Utility theory) และทฤษฎีความพอใจเท่ากัน (Indifference preference theory) หรือการวิเคราะห์ด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน (Indifference curve analysis) แต่ในที่นี้จะขกกล่าวถึงดุลยภาพของผู้บริโภคซึ่งแสดงถึงสภาวะการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคทั้งส่วนของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มและการวิเคราะห์ด้วยเส้นความพึงพอใจเท่ากัน (วิรุณศิริ ใจมา, 2553) ดังต่อไปนี้

1. ดุลยภาพของผู้บริโภคในอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม

เมื่อผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ลดลงขึ้นเรื่อยๆ โดยการบริโภคสินค้าชนิดเดิมเพิ่มขึ้นประกอบกับผู้บริโภคที่มีรายได้จำกัด จึงทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเลือกบริโภคในสินค้าจำนวนที่ทำให้ตนได้รับความพอใจหรืออรรถประโยชน์รวมสูงสุด (Maximizing total utility) ซึ่งสภาวะที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าแล้วทำให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด เรียกว่า ดุลยภาพของผู้บริโภค (Consumer equilibrium) พิจารณาได้ 2 กรณีคือ

1.1. กรณีผู้บริโภคมียาได้ไม่จำกัด หากผู้บริโภคมียาได้ไม่จำกัดย่อมทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าต่างๆ ได้ทุกชนิดตามที่ต้องการ แต่จากข้อสมมติผู้บริโภคมียาได้ไม่จำกัดย่อมทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้าเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นผู้บริโภคมียาได้ไม่จำกัดจึงเลือกบริโภคสินค้าที่ให้ความพอใจสูงสุดก่อน แล้วจึงเลือกบริโภคสินค้าที่ให้ความพอใจลดลงมา กล่าวคือ ผู้บริโภคจะเลือกบริโภคโดยการเรียงตามลำดับของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับจากสินค้า (Scale of preference) และจะบริโภคต่อไปจนกระทั่งผู้บริโภคมียาได้ไม่จำกัดได้รับอรรถประโยชน์รวมจากสินค้าทุกชนิดสูงสุด หรืออรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของสินค้าทุกชนิดเท่ากับศูนย์ ผู้บริโภคจะหยุดบริโภคและทำให้เกิดดุลยภาพของผู้บริโภค

1.2. กรณีที่ผู้บริโภคมียาได้จำกัดและสินค้าแต่ละชนิดมีราคาไม่เท่ากัน จากสมมติฐานที่ว่าผู้บริโภคมียาได้จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับโรคความเป็นจริง ผู้บริโภคจึงไม่สามารถบริโภคสินค้าได้ทุกชนิดที่จะทำให้อรรถประโยชน์รวมสูงสุด ผู้บริโภคจึงมีสิทธิ์ในการเลือกบริโภคสินค้าได้ไม่เกินรายได้ที่มีอยู่ และถ้าหากราคาสินค้าเท่ากันผู้บริโภคมียาได้ไม่จำกัดก็จะเลือกบริโภคสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มมากที่สุดก่อน และจึงเลือกบริโภคที่ให้อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มรองลงมา และจะบริโภคไปจนกระทั่งถึงสินค้าที่ทำให้อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของสินค้าทุกชนิดมีค่าเท่ากันทั้งหมด (ภายใต้รายได้ที่มีอยู่) ผู้บริโภคจึงจะหยุดการบริโภคและเกิดดุลยภาพของผู้บริโภค

หากราคาสินค้าแต่ละชนิดไม่เท่ากัน หมายความว่า อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ได้รับจากสินค้าแต่ละชนิดมาจากจำนวนเงินที่แตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อสามารถนำอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มมาเปรียบเทียบกันได้ จึงต้องปรับอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มให้มาจากจำนวนเงินที่เข้ากันก่อน ซึ่งสามารถทำได้โดยนำราคาสินค้าไปหารอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มของสินค้าทุกชนิด และจะได้มาซึ่งอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่มาจากจำนวนเงินที่จ่ายไป 1 บาทเท่ากัน จึงสามารถมาเปรียบเทียบกันได้

กฎของอรรถประโยชน์สูงสุด (Utility – maximizing rule) คือ เมื่อผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้าชนิดต่างๆ จนทำให้ได้รับอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มต่อเงิน 1 บาท ของสินค้าทุกชนิดที่มีค่าเท่ากัน (ซึ่งใช้รายได้ทั้งหมดที่มีอยู่) ผู้บริโภคจะได้รับความพอใจสูงสุดและเกิดดุลยภาพของผู้บริโภค

2. ดุลยภาพของผู้บริโภคจากการวิเคราะห์ด้วยเส้นความพอใจเท่ากัน

เนื่องจากดุลยภาพของผู้บริโภคเป็นการใช้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดในการแสวงหาความพอใจสูงสุดจากการบริโภค เนื่องจากจุดดุลยภาพของผู้บริโภคคือ จุดสัมผัสระหว่างเส้นความพอใจเท่ากับเส้นงบประมาณ ดังนั้นถ้าหากเส้นงบประมาณมีการเปลี่ยนแปลงไปย่อมส่งผลให้จุดดุลยภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคมี 2 ลักษณะคือ

2.1. การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของผู้บริโภคเมื่อรายได้ที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคย่อมส่งผลให้เส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไปด้วย และเมื่อเส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไป ย่อมทำให้จุดดุลยภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2.2. การเปลี่ยนแปลงดุลยภาพของผู้บริโภคเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง (ในขณะที่ราคาสินค้าอีกชนิดและงบประมาณคงที่) ย่อมส่งผลให้เส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไป และเมื่อเส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไปย่อมมีผลทำให้จุดดุลยภาพของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปด้วย

จากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ในการแสวงหาซื้อสินค้าและบริการที่คาดว่าจะสามารถตอบสนอง ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปตามความต้องการและความพึงพอใจของตนเองภายใต้กระบวนการตัดสินใจ โดยผู้บริโภคจะเลือกบริโภคสินค้าที่เกิดอรรถประโยชน์บริการสูงสุดอยู่ภายใต้งบประมาณที่ผู้บริโภคมียู่

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (logistic regression analysis) เป็นเทคนิควิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น คือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ หลังจากนั้นนำตัวแปรอิสระที่ได้ประมาณหรือพยากรณ์ตัวแปรตาม การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (binary logistic regression analysis) ค่าตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีค่าได้เพียง 2 ค่า คือ มีค่าเป็น 0 กับ 1 เพื่อทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ และ (2) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (multinomial logistic regression analysis) ค่าตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่ค่าได้มากกว่า 2 ค่าขึ้นไป (ยุทธ ไภยวรรณ, 2555)

ข้อตกลงเบื้องต้นการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก มีข้อตกลงเบื้องต้นดังนี้

1. ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรทำนาย (x 's) เป็นตัวแปรที่ระดับข้อมูลอยู่ในระดับช่วง (interval scale) เป็นอย่างต่ำ กรณีที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มให้แปลงเป็นตัวแปรหุ่น (dichotomous variable) ที่มีค่าเป็น 0 กับ 1 เท่านั้น
2. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์หรือไม่มีความสัมพันธ์กัน นั่นคือ $e = 0$ (เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย, 2549)
3. ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันหรือไม่เกิดปัญหา multicollinearity
4. การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกจะต้องใช้ขนาดตัวอย่าง n มากกว่าการวิเคราะห์การถดถอยแบบปกติ โดยจะใช้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ $n \geq 30p$

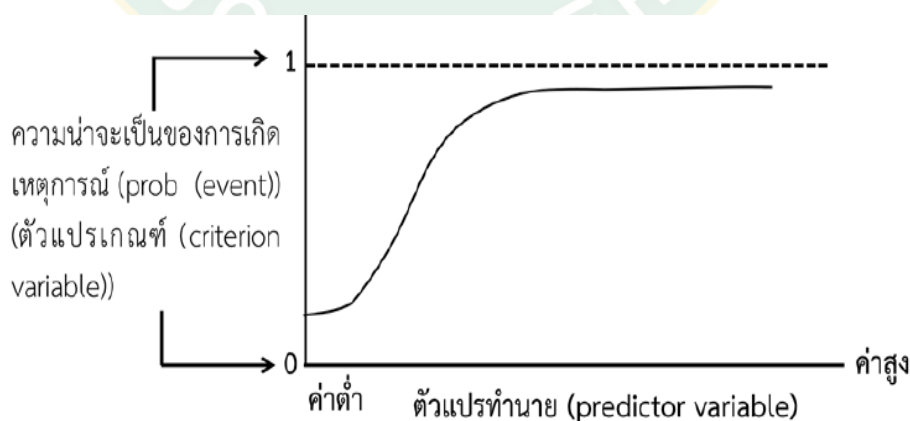
โมเดลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

1. โมเดลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (binary logistic regression analysis model)

1.1. กรณีตัวแปรทำนาย 1 ตัวในการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (simple regression analysis) สมการที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง x กับ y จะอยู่ในรูปเชิงเส้น ดังนี้

$$y = b_0 + b_1 x + e$$

แต่สำหรับการวิเคราะห์โลจิสติกที่เป็นแบบทวิตัวแปรตามหรือตัวแปรเกณฑ์ (y) มี 2 ค่า คือ ไม่เกิดเหตุการณ์ $y = 0$ หรือเกิดเหตุการณ์ $y = 1$ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทำนาย (x) ไม่อยู่ในรูปเชิงเส้น ทั้งนี้เพราะตัวแปรตามมี 2 ค่าคือ 0 กับ 1 จึงเป็นไปได้ที่ความสัมพันธ์จะอยู่ในรูปเส้นตรง ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวแปรของการวิเคราะห์โลจิสติกจะอยู่ในรูปคล้ายตัว S ดังภาพ



ภาพที่ 3 ฟังก์ชันโลจิสติก (logistic function)

$$\text{โดยที่ } P(y) = \frac{1}{1+e^{-f(x)}} \text{ หรือ } \frac{1}{1+e^{-(b_0+b_1x)}}$$

เมื่อ

$p(y)$ = ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ y

e = exponential function ($e = 2.71828$)

$f(x)$ = ฟังก์ชันของตัวแปรทำนาย

สมมติให้

P_y = ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($y=1$)

Q_y = ความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($y=0$)

Z = linear combination ของตัวแปรทำนาย (กรณีตัวแปรทำนาย 1 ตัวแปร)

$$Z = b_0 + b_1x$$

จะได้

$$\begin{aligned} P(y) &= \frac{1}{1+e^{-Z}} \\ &= \frac{e^Z}{1+e^Z} \\ &= \frac{e^{b_0+b_1x}}{1+e^{b_0+b_1x}} \end{aligned}$$

และ

$$Q_y = 1 - P_y$$

1.2. กรณีตัวแปรทำนายมากกว่า 1 ตัว (ตัวแปรทำนาย > 1 ตัว) ในการวิเคราะห์เมื่อตัวแปรทำนายมีมากกว่า 1 ตัว จะได้ฟังก์ชันดังนี้

$$P_y = \frac{e^{b_0+b_1x_1+\dots+b_px_p}}{1+e^{b_0+b_1x_1+\dots+b_px_p}}$$

เมื่อ

P_y = ความน่าจะเป็นของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ

จะได้

Q_y = หรือความน่าจะเป็นของการไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ดังนี้

$$Q_y = 1 - P_y$$

หรือ

$$Q_y = 1 - \frac{e^{b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p}}{1 + e^{b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p}}$$

จากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายกับตัวแปรเกณฑ์ของการวิเคราะห์ ถดถอยโลจิสติก ไม่เป็นรูปเชิงเส้น จึงต้องมีการปรับให้ความสัมพันธ์ให้อยู่ในรูปเชิงเส้น ในรูปแบบของ odds หรือ odd ratio odds หรือ odd ratio หมายถึง อัตราส่วนระหว่างโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($y = 1$) กับโอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($y = 0$) หรือจะได้

$$\text{odds} = \frac{P_y}{Q_y}$$

ค่าของ odds จะแสดงถึงโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ เป็นกี่เท่าของโอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ เช่น odds ของการโยนเหรียญ 1 ครั้งเท่ากับ $\frac{0.5}{0.5} = 1$ หรือถ้า odds มีค่าเท่ากับ 2.5 แสดงว่าโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจเป็น 2.5 เท่าของโอกาสที่จะไม่เกิด ถ้า odds มีค่าเท่ากับ 1 โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจกับโอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจเท่ากัน นั่นคือ ถ้า odds มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจนั้นมากกว่าโอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจการเขียนโมเดลโลจิสติก จะอยู่ในรูป log ของ odds เรียกว่า logit หรือ logistic response function ซึ่ง logit เขียนในรูปสมการดังนี้

เมื่อ

$$\text{odds} = \frac{P_y}{Q_y}$$

จะได้ log ของ odds หรือจะเรียก log ของ odds ว่า $\log(\text{odds})$ ดังนั้นจะได้ $\log\left(\frac{P_y}{Q_y}\right)$

เมื่อ

$$Q_y = 1 - P_y$$

จะได้

$$\log\left(\frac{P_y}{1 - P_y}\right) = b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p$$

หรือ

$$\text{Logit} = b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p$$

เมื่อได้ log ของ odds ratio หรือ logit แล้วรูปแบบของตัวแปรเกณฑ์ จึงสามารถทำนายได้ด้วยชุดของตัวแปรทำนายเชิงเส้นตรงสำหรับการทำนายค่า y ที่เป็น P_y ในการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกจะใช้สมการ

$$P_y = \frac{e^{b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p}}{1 + e^{b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p}}$$

ตามวิธี maximum likelihood ในขณะที่การทำนายค่า y ในการวิเคราะห์การถดถอยปกติ จะใช้วิธี least square จากสมการ $= b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_p x_p$

2. โมเดลการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกพหุกลุ่ม (multinomial logistic regression model) ในกรณีที่ตัวแปรเกณฑ์ (y) เป็นตัวแปรเชิงกลุ่มมีค่ามากกว่า 2 ค่า การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกจะใช้เทคนิค multinomial logistic regression ตัวแปรทำนายอาจเป็นดั่งนี้ การศึกษา อาชีพ อายุ ตำแหน่งทางสังคม ถ้าผู้วิจัยสร้างโมเดลแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเกณฑ์ (y) กับตัวแปรทำนาย (x 's) จะทำให้ทราบว่าตัวแปรทำนายใดบ้างที่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวแปรเกณฑ์ที่กำหนด

ในกรณีตัวแปรเกณฑ์ (y) มีค่า 2 ค่า แต่เมื่อตัวแปรเกณฑ์มีมากกว่า 2 ค่า เช่น $K > 2$ จะได้ logit จำนวนเท่ากับ $(K-1)$ และจะนำ logit แต่ละค่าเปรียบเทียบกับกลุ่มที่เป็นฐาน (baseline category) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ทั้งหลายของตัวแปรสำหรับกลุ่มที่เป็นฐานจะเท่ากับ 0 เพื่อเป็นฐานในการเปรียบเทียบกับค่าของกลุ่มอื่นและหากกรณีที่มีตัวแปรเกณฑ์มี 3 หรือ 4 โดยที่ กลุ่มที่เป็นฐานคือ K และเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ i จะได้ logit model ดั่งนี้

$$\log\left(\frac{p(i)}{k}\right) = b_{i0} + b_{i1} x_1 + \dots + b_{ip} x_p$$

สัมประสิทธิ์ $b_{i0}, b_{i1}, b_{i2}, \dots, b_{ip}$ ของกลุ่มที่ i และกลุ่มที่เป็นฐาน (baseline category) จะมีค่าเป็น $b_0 = b_1 = \dots = b_p = 0$ การวิเคราะห์จะให้ผลดั่งนี้ ถ้าตัวแปรเกณฑ์ (y) มี 3 ค่า หรือ $K = 3$ จะได้ผลลัพธ์สัมประสิทธิ์ 2 ชุด มาจาก $K-1$ แต่ baseline category จะมี 3 ค่าตามตัวแปรเกณฑ์ (y) ใน 2 ชุด

ชุดที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของ ($y=1$) เปรียบเทียบกับ ($y=3$) และชุดที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของ ($y=2$) เปรียบเทียบกับ ($y=3$)

การตรวจสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติก

การตรวจสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยโลจิสติก มีการตรวจสอบหลายวิธีดั่งนี้

1. พิจารณาความเป็นไปได้ (likelihood value) เพื่อวัดค่าความเหมาะสมของสมการโลจิสติกจะศึกษาจากค่า $-2LL$ ($-2 \log \text{likelihood}$) ซึ่งเป็นค่ามาจาก loglikelihood ที่คูณด้วย -2 เพื่อต้องการให้ค่าที่ได้มีการแจกแจงมีลักษณะเป็นการแจกแจง χ^2 สำหรับการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ

การพิจารณาค่า $-2LL$ ถ้ามีค่าต่ำ สมการโลจิสติกมีความเหมาะสมที่สุดในการทดสอบนัยสำคัญ จะใช้สถิติ χ^2 -test

การทดสอบ model Chi-square ที่ $df = p$ (จำนวนตัวแปรทำนาย) เป็นการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0$ หรือ $H_0 : \text{สัมประสิทธิ์ถดถอยโลจิสติกทุกตัวมีค่า} = 0$

$H_1 : \text{มี } \beta_i \neq 0 \text{ อย่างน้อย 1 ค่า } i = 1, 2, \dots, p$

การทดสอบถ้า χ^2 มีนัยสำคัญทางสถิติหรือยอมรับ H_1 แสดงว่า ชุดตัวแปรทำนาย (x 's) สามารถร่วมกันทำนายโอกาสของการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ($y = 1$) ได้ด้วยความเชื่อมั่น $(1-\alpha) \times 100\%$

2. พิจารณาสถิติทดสอบความเหมาะสมของ Hosmer and Lemeshow จะใช้ทดสอบความเหมาะสม model ดังนี้

$$P_y = \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1x + \dots + b_px)}}$$

สมมุติฐานที่ทดสอบ คือ

H_0 : model เหมาะสม

H_1 : model ไม่เหมาะสม

ในการทดสอบหาก χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติหรือยอมรับ H_0 แสดงว่า model มีความเหมาะสม
วิธีเลือกตัวแปรทำนายเข้าวิเคราะห์

ในการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกเป็นการวิเคราะห์เพื่อทำนายโอกาสที่เหตุการณ์ที่สนใจ ($y = 1$) จะเกิดขึ้น และสมการถดถอยโลจิสติกที่ดี จะต้องประกอบด้วยตัวแปรทำนายที่เหมาะสมที่จะทำให้ค่าทำนายโอกาสที่จะเกิดขึ้นใกล้เคียงกับความเป็นจริง ในการเลือกตัวแปรทำนายเข้าวิเคราะห์ เพื่อให้ได้สมการโลจิสติกที่ดีนั้น มีวิธีเลือก 3 วิธี ซึ่งก็คล้ายกับการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุปกติ ดังนี้

1. enter method เป็นวิธีที่เลือกตัวแปรทำนายทั้งหมด เข้าสมการถดถอยโลจิสติกพร้อมกันในขั้นตอนเดียว ในการพิจารณาตัวแปรทำนายที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ทำนายใน model ผู้วิจัยจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าตัวแปรทำนายตัวใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรเกณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติทดสอบถ้ามีนัยสำคัญทางสถิติก็ถือว่าตัวแปรทำนายนั้นควรจะอยู่ในสมการถดถอยโลจิสติก

2. forward method เป็นการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกแบบเดินหน้า วิธีการนี้ จะคัดเลือกตัวแปรทำนายที่อธิบายความผันแปรของตัวแปรเกณฑ์ได้สูงสุด และมีนัยสำคัญทางสถิติเข้าสมการก่อน จากนั้นจึงเลือกตัวแปรทำนายที่อธิบายความผันแปรของตัวแปรเกณฑ์ได้อันดับรองลงมา และมีนัยสำคัญทางสถิติเข้าสมการ ตามลำดับ การนำตัวแปรทำนายเข้าสมการจะทำเช่นนี้เรื่อย ๆ ไป

จนกระทั่งไม่มีตัวแปรทำนายใดที่อธิบายความผันแปรของตัวแปรเกณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอีก แล้วการนำตัวแปรทำนายเข้าสมการแบบ forward method มีวิธีย่อย ๆ อีก 3 วิธีได้แก่

2.1. วิธี forward stepwise: likelihood ratio วิธีนี้บางที่เรียกว่า forward LR วิธีนี้จะเริ่มจากการนำตัวแปรทำนายเข้าสมการทีละ 1 ตัวโดยที่ตัวแปรทำนายที่เลือกเข้าสมการทำให้ค่าทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจถูกต้องมากขึ้น เกณฑ์ในการพิจารณาเลือกตัวแปรทำนายเข้าสมการคือ ค่าแสดงความสัมพันธ์ที่มากที่สุดก่อน และมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อนำตัวแปรทำนายเข้าสมการแล้วจะมีการตรวจสอบตัวแปรทำนายนั้นว่า ควรจะถูกตัดออกหรือควรจะคงอยู่ในสมการ โดยพิจารณาจากอัตราส่วนความเป็นไปได้หรือการเปลี่ยนแปลงของ $-2LL$ (-2 likelihood ratio) ถ้าค่า $-2LL$ ลดลงแสดงว่าตัวแปรทำนาย ควรจะคงอยู่ในสมการ

2.2. วิธี forward stepwise: wald วิธีนี้เหมือนกับวิธี forward LR ทุกประการ เพียงแต่จะพิจารณาจากค่าสถิติของ wald (wald statistic) เท่านั้น

2.3. วิธี forward stepwise: condition วิธีนี้จะเหมือนกับวิธี forward LR แตกต่างกันตรงที่ วิธี forward LR เป็นวิธีที่ไม่มีเงื่อนไข (unconditional) ส่วนวิธีนี้จะมีเงื่อนไข (condition) ความแตกต่างของแบบมีเงื่อนไขและไม่มีเงื่อนไข มีดังนี้

- แบบมีเงื่อนไข ให้ใช้กับตัวอย่างขนาดตัวอย่างเล็ก แบบไม่มีเงื่อนไขใช้กับตัวอย่างขนาดใดก็ได้
- แบบไม่มีเงื่อนไข มีการควบคุมปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ

3. backward method เป็นวิธีที่นำตัวแปรทำนายทั้ง p ตัว (x_1, x_2, \dots, x_p) เข้าสมการพร้อมกันก่อนจากนั้นพิจารณาตัวแปรทำนายที่อธิบายความผันแปรของตัวแปรเกณฑ์ได้น้อยที่สุดออกจากสมการก่อน ทำเช่นนี้ไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งเหลือ ตัวแปรทำนายที่สามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรเกณฑ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การนำตัวแปรทำนายเข้าสมการวิธีนี้มีวิธีย่อยอีก 3 วิธีได้แก่

3.1. วิธี backward stepwise: likelihood ratio วิธีนี้บางที่เรียกว่า backward LR ซึ่งเป็น วิธีตรงข้ามกับวิธี forward stepwise: likelihood ratio ซึ่งเป็นวิธีที่นำตัวแปรทำนายทั้งหมด p ตัว (x_1, x_2, \dots, x_p) เข้าสมการ แล้วพิจารณาว่าจะนำตัวแปรทำนายตัวใดออกจากสมการ โดยพิจารณา นำออกทีละ 1 ตัว โดยพิจารณาจากเกณฑ์การนำตัวแปรทำนายออกจากสมการคือ จะนำตัวแปรทำนายที่ไม่มีผลต่อการทำนายโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ สำหรับเกณฑ์การนำตัวแปรทำนายออกจากสมการจะพิจารณาจากอัตราส่วนความเป็นไปได้

3.2. วิธี backward stepwise: wald วิธีนี้จะเหมือน backward LR ทุกประการ เพียงแต่จะพิจารณาจากค่าสถิติของ wald (wald statistic) เท่านั้น

3.3. วิธี backward stepwise: condition วิธีนี้จะเหมือน backward LR ทุกประการแตกต่างกันตรงที่วิธี backward LR เป็นวิธีที่ไม่มีเงื่อนไข (unconditional) ส่วนวิธีนี้จะมีเงื่อนไข

การวิเคราะห์ของแบบจำลองโลจิทแบบลำดับ (Ordered Logit Model)

เนื่องจากตัวแปร y_i เป็นตัวแปรที่สามารถสังเกต (Observable Variable) ได้ซึ่งแสดงถึงตัวแปรที่มีลักษณะลำดับแตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง y_i^* และตัวแปรที่สามารถสังเกตได้ y_i จะได้จาก Mohammadi and al., 2015 (ปิยะธิดา ราตรี, 2560)

$$y_i^* = \beta_i x_i + \varepsilon_i$$

เมื่อค่า y_i^* คือ ตัวแปรตาม

β_i คือ พารามิเตอร์ที่ประมาณ

x_i คือ ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรอธิบาย

ε_i คือ ค่าความคาดเคลื่อนที่มีการกระจายแบบโลจิสติก

กำหนดให้ค่าของตัวแปรแบบลำดับ y_i มีค่าเท่ากับ 1,2,3,..., J โดยค่าดังกล่าวขึ้นอยู่กับค่าของตัวแปรแฝง y_i^* ว่าอยู่ในช่วงใดต่อไปนี้ (กำหนดค่า $i=1,2,3,...,n$ ซึ่ง n คือขนาดตัวอย่าง)

$$y_i = 1 \text{ if } y_i^* \leq \mu_1$$

$$y_i = 2 \text{ if } \mu_1 < y_i^* \leq \mu_2$$

$$y_i = 3 \text{ if } \mu_2 < y_i^* \leq \mu_3$$

$$y_i = j \text{ if } y_i^* > \mu_{j-1}$$

เมื่อค่า μ_j คือ Limit point ที่ได้จากการประมาณค่านำไปใช้ในการแบ่งกลุ่ม ดังนั้น การประมาณค่าความน่าจะเป็นของ $y_i = j$ คำนวณตามความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

$$\Pr(y_i = J) = \Pr(y_i \geq \mu_{J-1}) = \Pr(\varepsilon_i \geq \mu_{J-1} - \beta x_i) = F(\beta x_i - \mu_{J-1})$$

แบบจำลองโลจิตแบบลำดับ (Ordered Logit Model) จะแสดงออกดังต่อไปนี้

$$\log \left[\frac{\gamma_j(x_i)}{1 - \gamma_j(x_i)} \right] = \mu_j - [\beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k]$$

เมื่อค่า $j=1,2,3,\dots,J$ และ $i=1,2,3,\dots,n$

ซึ่งค่า γ_j คือ ความน่าจะเป็นสะสม $\gamma_j(x_i) = \gamma(\mu_j - \beta x_i) = P(y_i \leq j | x_i)$

การคำนวณผลกระทบ (Marginal Effect) ของการเปลี่ยนแปลงหนึ่งหน่วยของตัวแปร x_k ที่มีต่อความน่าจะเป็นของ j มีดังต่อไปนี้

$$\frac{\partial P(y_i = j | x_i)}{\partial x_k} = \left[\frac{\partial \gamma(\mu_j - \beta x_i)}{\partial x_k} - \frac{\partial \gamma(\mu_{j-1} - \beta x_i)}{\partial x_k} \right] = [\lambda(\mu_j)(\mu_{j-1} - \beta x_i) - \lambda(\mu_{j-1} - \beta x_i)] \beta_k$$

ส่วนการวิเคราะห์แบบจำลองโพรบิตแบบลำดับ (Ordered Probit Model) เป็นแบบจำลองที่ใช้ฟังก์ชันการแจกแจงสะสมเป็นแบบแจกแจงปกติ (Normal CDF) วิธีคำนวณค่าพารามิเตอร์จะใช้วิธีภาวะความน่าจะเป็นสูงสุดเช่นเดียวกับแบบจำลองโลจิตแบบลำดับ

กล่าวสรุปจากการศึกษาการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิตแบบลำดับ (Ordered Logit Model) ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. สมการที่ได้จากการประมาณค่าของแบบจำลอง
2. การหาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำความรู้ แนวคิดและทฤษฎีจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงและเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ และผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยได้นำ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์การชำระเงินของประเทศ และการวิเคราะห์ของแบบจำลองโลจิตแบบลำดับ (Ordered Logit Model) เนื่องจากตัวแปรตามมีลักษณะเรียงลำดับ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องพฤติกรรม ทักษะคิด การรับรู้ และผลกระทบเกี่ยวกับการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรม และทัศนคติจากการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ในการใช้บริการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ปัจจัยในเรื่องของด้านประชากรศาสตร์ ด้านภาพลักษณ์ของธุรกรรมทางการเงิน ด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านความสะดวกในการใช้งานธุรกรรมทางการเงิน และด้านที่ก่อให้เกิดประโยชน์ มีความสำคัญ เห็นได้จากงานวิจัยของ (พรพรรณ ช่างงานเนียม, 2553) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร พบว่าพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับ อาชีพ และความพึงพอใจในส่วนของคุณภาพรูปแบบทางกายภาพ ด้านระบบโทรศัพท์มีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับ การศึกษา และรายได้ ด้านความถี่ในการเช็คยอดเงินมีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา อาชีพ ด้านความถี่ในการโอนเงินมีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้ ในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย ด้านความถี่ในการชำระสินค้าและบริการมีความสัมพันธ์กับ อายุ อาชีพ รายได้ ด้านความถี่ในการชำระค่าบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา รายได้ ด้านความถี่ในการจ่ายค่าสาธารณูปโภคมีความสัมพันธ์กับ รายได้ ด้านความถี่ในการเติมเงินโทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชญญาพัทธ์ จงทวี, 2558) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายของการใช้งาน และปัจจัยด้านความปลอดภัย ตามลำดับ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ (อภิชาติ เทศสวัสดิ์ตั้งค์, 2553) ทำการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการในทุก ๆ ด้านอยู่ในระดับดี โดยด้านขั้นตอนการใช้งานธุรกรรมทางการเงิน ด้านภาพลักษณ์ของธุรกรรมทางการเงิน ด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านความสะดวกในการใช้งานธุรกรรมทางการเงิน และด้านความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงินตามลำดับ เฉลี่ยในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือประมาณ 9 เดือน ส่วนความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ครั้ง/เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการอยู่ในระดับต่ำ โดยเพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่างกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่าจากการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมและทัศนคติต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน คือ ปัจจัยในเรื่องของด้านประชากรศาสตร์ ด้านภาพลักษณ์ของธุรกรรมทางการเงิน ด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านความสะดวกในการใช้งานธุรกรรมทางการเงิน และด้านที่ก่อให้เกิดประโยชน์ เป็นต้น

2. การรับรู้ และการยอมรับเกี่ยวกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

การศึกษาครั้งนี้ การรับรู้ และการยอมรับเทคโนโลยีมีความสำคัญต่อผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จากการศึกษาของ (สัญญาชัย อุปะเตีย, 2553) ทำการศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านเพศ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขณะที่ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านความไว้วางใจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนของการศึกษาปัจจัยการยอมรับเกี่ยวกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยปัจจัยการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านการสังเกตได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ ด้านการยอมรับความเสี่ยง และด้านความซับซ้อน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาของ (วัชรพล คงเจริญ, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ชวิตา พุ่มดนตรี, 2559) ที่ทำการศึกษปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านมูลค่าตามราคา ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ปัจจัยด้านความคาดหวังจากความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม แรงจูงใจด้านความบันเทิง และ ปัจจัยด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานองค์การของรัฐ มีแนวโน้มที่จะยอมรับการบริการมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำอาชีพอื่นๆ และผู้มีรายได้มากกว่า 55,000 บาท มีแนวโน้มที่จะยอมรับการบริการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ (Wadie Nasri, 2011) ที่ทำการศึกษปัจจัยที่มีอิทธิพล

ต่อการยอมรับการให้บริการทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต พบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อพฤติกรรมการทำธุรกรรมธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ได้แก่ อาชีพและการศึกษา

กล่าวโดยสรุปได้ว่าจากการศึกษาการรับรู้และการยอมรับของผู้บริโภคนั้น การที่ยอมรับของการใช้เทคโนโลยีต้องเกิดจากความมั่นใจต่อผู้ให้บริการเอง จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านอายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความซับซ้อน และแรงจูงใจที่ใช้บริการ เป็นต้น

3. ผลกระทบเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

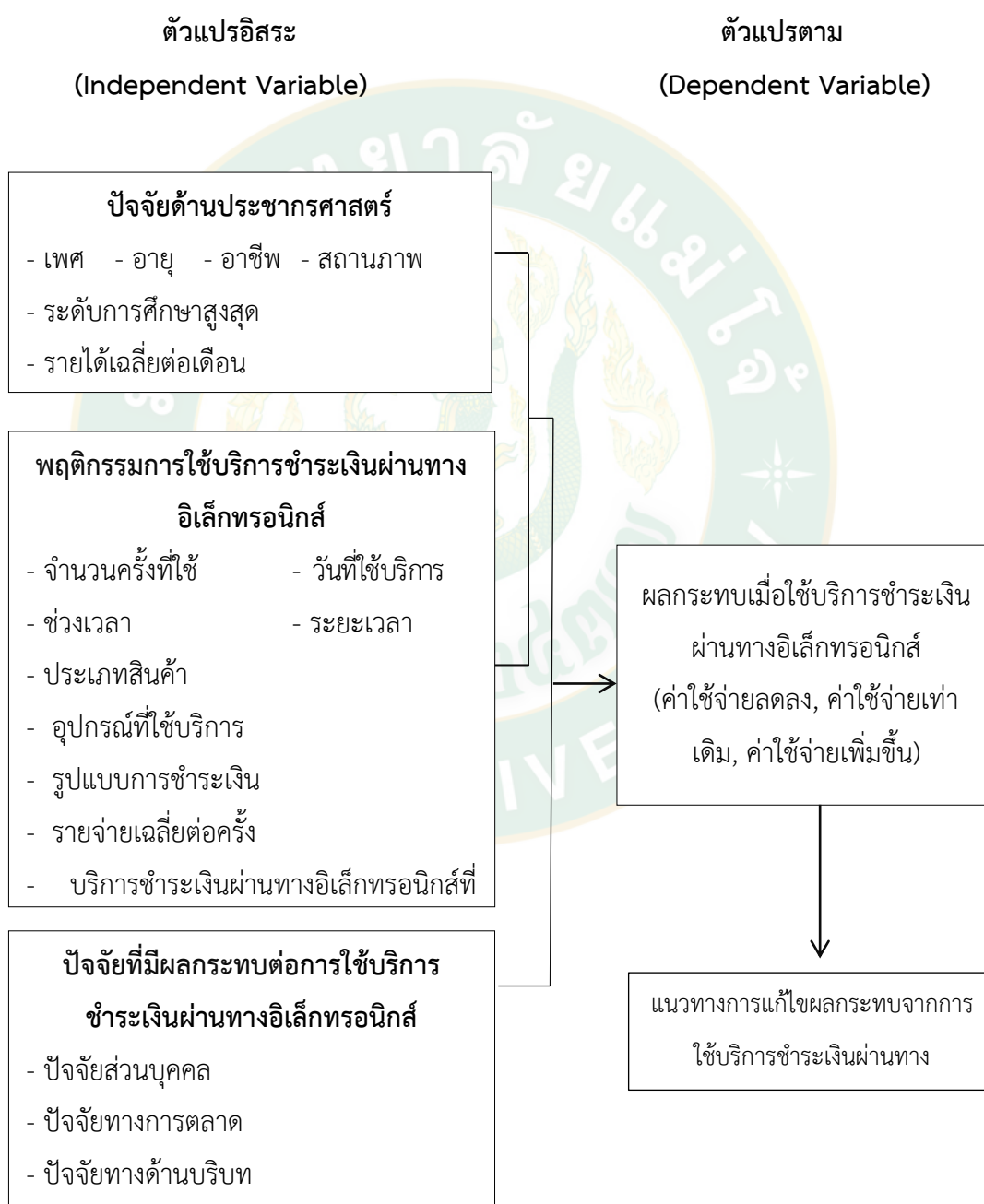
จากการศึกษาผลกระทบต่อการนำบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตไปใช้ในฮ่องกงต่อภาคธนาคารของ (Chi ShingYiu and et al., 2007) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตไปใช้ในฮ่องกงต่อภาคธนาคาร พบว่า การรับรู้ประโยชน์, การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน, การรับรู้ความเสี่ยงในบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยมีผลกระทบต่อการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

กล่าวโดยสรุปได้ว่าจากการศึกษาผลกระทบเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคนั้น การที่ยอมรับของการใช้เทคโนโลยีต้องมีผลกระทบเกิดขึ้น เช่น ด้านการรับถึงความเสี่ยง ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำความรู้ แนวคิดและทฤษฎีจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิงและเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรต้น ตัวแปรตาม กำหนดความมุ่งหมาย สมมติฐาน นิยามศัพท์ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และสร้างแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือใช้ในการวิจัย จะเห็นได้ว่าปัจจัยจากการศึกษางานวิจัยทั้งหมดนี้ มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภค

กรอบแนวคิดในงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ สามารถนำมาเขียนกรอบการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองการวิเคราะห์ของแบบจำลองโลจิทแบบลำดับ (Ordered Logit Model) ซึ่งสามารถเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดประชากรของ W.G. Cochran (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) ดังนี้

สูตร

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเลือก

p = สัดส่วนประชากรที่ผู้ศึกษากำหนดจะสุ่ม เท่ากับ 0.50

z = ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ผู้ศึกษากำหนดไว้

ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 มีค่าเท่ากับ 1.96

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับความเชื่อมั่น 95%(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552, หน้า 44)

แทนค่า

$$n = \frac{(0.50)(1-0.50)1.96^2}{0.05^2} = 384.16 \approx 385$$

จากสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ W.G. Cochran (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ราย ดังนั้นผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้นตามความเหมาะสมจึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดคือ 400 ราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารในประเทศไทย ที่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบการสำรวจ (Survey Researchs) โดยการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาเป็นแนวทางแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์และการปรับตัวของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions) คำถามให้เลือกหลายคำตอบ (Checklist Questions)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยผลกระทบที่เกิดจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

เกณฑ์การพิจารณาคะแนน

การวิเคราะห์ปัจจัยผลกระทบการให้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนของคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) โดยวัดค่าผลกระทบ ตามวิธีวัดแบบ Likert Scales มีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ ดังต่อไปนี้ (สุรียพร เหมือนหลิ่ง, 2558)

ความคิดเห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยระดับน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
ความคิดเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจะได้ระดับคะแนนเฉลี่ยที่มีการจัดระดับความสำคัญที่ 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ในส่วนของการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นค่าเฉลี่ย ได้จากสูตรการคำนวณดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{การคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นค่าเฉลี่ยนั้น ซึ่งสามารถคำนวณได้ ดังต่อไปนี้} \\ \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และที่ปรึกษาร่วมพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และความตรงประเด็นวัตถุประสงค์ เพื่อความสมบูรณ์ให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม พร้อมปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ไปทำการทดสอบจำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงเพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ และเหมาะสมหรือไม่ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งการประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้มีเกณฑ์การประเมิน ดังต่อไปนี้ (ศิริชัย กาญจนาวาสี, 2544)

- 0.80 – 1.00 หมายถึง มีความเชื่อถือได้สูงมาก
- 0.60 – 0.79 หมายถึง มีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง
- 0.40 – 0.59 หมายถึง มีความเชื่อถือได้ปานกลาง
- 0.20 – 0.39 หมายถึง มีความเชื่อถือได้ต่ำ
- 0.01 – 0.19 หมายถึง มีความเชื่อถือได้ต่ำมาก

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง และแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามที่ใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงาน ต่าง ๆ บทความ วารสาร งานวิจัย วิทยานิพนธ์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ และผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบอย่างครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลการศึกษา ดังนี้ต่อไป

1. การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์ของแบบจำลองโลจิสแบบลำดับ (Ordered Logit Model) เนื่องด้วยตัวแปรตามที่ต้องการศึกษาอยู่ในลักษณะแบบเรียงลำดับ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ซึ่งมีรูปแบบของสมการดังต่อไปนี้

เนื่องจากตัวแปร y_i เป็นตัวแปรที่สามารถสังเกต (Observable Variable) ได้ซึ่งแสดงถึงตัวแปรที่มีลักษณะลำดับแตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง y_i^* และตัวแปรที่สามารถสังเกตได้ y_i จะได้ดังต่อไปนี้

$$y_i^* = \beta_i x_i + \varepsilon_i$$

เมื่อค่า y_i^* คือ ตัวแปรตาม

β_i คือ พารามิเตอร์ที่ประมาณ

x_i คือ ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรอธิบาย

ε_i คือ ค่าความคาดเคลื่อนที่มีการกระจายแบบโลจิสติก

กำหนดให้ค่าของตัวแปรแบบลำดับ y_i มีค่าเท่ากับ 1,2,3 โดยค่าดังกล่าวขึ้นอยู่กับค่าของตัวแปรแฝง y_i^* ว่าอยู่ในช่วงใดต่อไปนี้

$$y_i^* = 1 \quad \text{if } y_i^* \leq \mu_1$$

$$y_i^* = 2 \quad \text{if } \mu_1 < y_i^* \leq \mu_2$$

$$y_i^* = 3 \quad \text{if } y_i^* > \mu_2$$

$$\text{เมื่อ } y_i^* = b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_Mx_M + e$$

สมการที่ได้จากแบบจำลองโลจิสแบบลำดับ (Ordered Logit Model) สามารถนำมาใช้ในการประมาณได้ดังต่อไปนี้

$$P = b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_mx_m = E(y^*)$$

ซึ่งการประมาณค่าจากแบบจำลองดังกล่าว สามารถนำไปใช้ในการประมาณค่าหาความน่าจะเป็นเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของการใช้เงินเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

$$\text{prob}(y=1) = (1 + \exp(P - \mu_1))^{-1}$$

$$\text{prob}(y=2) = (1 + \exp(P - \mu_2))^{-1} - (1 + \exp(P - \mu_1))^{-1}$$

$$\text{prob}(y=3) = 1 - (1 + \exp(P - \mu_2))^{-1}$$

การหาผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal Effect) ของตัวแปรอิสระต่อความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะใช้เงินเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ในที่นี้ตัวแปรอิสระต่อเนื่อง (Continuous Variable) เมื่อกำหนดปัจจัยอื่น ๆ คงที่หาได้จากสมการดังนี้

$$\frac{\partial \text{prob}(y=1)}{\partial x_k} = \{-(1 + \exp(P - \mu_1))^{-2} (\exp(P - \mu_1))\} b_k$$

$$\frac{\partial \text{prob}(y=2)}{\partial x_k} = \{-(1 + \exp(P - \mu_2))^{-2} (\exp(P - \mu_2)) + (1 + \exp(P - \mu_1))^{-2} (\exp(P - \mu_1))\} b_k$$

$$\frac{\partial \text{prob}(y=3)}{\partial x_k} = \{(1 + \exp(P - \mu_2))^{-2} (\exp(P - \mu_2))\} b_k$$

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้

y คือ ผลกระทบเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

1 = ค่าใช้จ่ายลดลง

2 = ค่าใช้จ่ายเท่าเดิม

3 = ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

b_i คือ ค่าพารามิเตอร์ที่ได้จากการประมาณ

x_1, \dots, x_M คือ ตัวแปรอิสระในการศึกษาครั้งนี้ตัวแปรอิสระ 18 ตัวแปร ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

Gender คือ เพศ
0 = เพศชาย, 1 = เพศหญิง

Age คือ อายุ (ปี)

Education1 คือ ระดับการศึกษาสูงสุด
1 = ต่ำกว่าปริญญาตรี
0 = ระดับการศึกษาอื่น ๆ

Education2 คือ ระดับการศึกษาสูงสุด
1 = ปริญญาตรี
0 = ระดับการศึกษาอื่น ๆ

Education3 คือ ระดับการศึกษาสูงสุด
1 = สูงกว่าปริญญาตรี
0 = ระดับการศึกษาอื่น ๆ

Status1 คือ สถานภาพ
1 = สถานภาพโสด
0 = สถานภาพอื่น ๆ

Status2 คือ สถานภาพ
1 = สมรส
0 = สถานภาพอื่น ๆ

Status3 คือ สถานภาพ
1 = หย่าร้าง
0 = สถานภาพอื่น ๆ

Occupation1 คือ อาชีพ
1 = นักเรียน/นักศึกษา

0 = อาชีพอื่น ๆ

Occupation2 คือ อาชีพ

1 = หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ

0 = อาชีพอื่น ๆ

Occupation3 คือ อาชีพ

1 = พนักงานเอกชน

0 = อาชีพอื่น ๆ

Occupation4 คือ อาชีพ

1 = ธุรกิจส่วนตัว

0 = อาชีพอื่น ๆ

Occupation5 คือ อาชีพ

1 = เกษตรกร

0 = อาชีพอื่น ๆ

Income คือ ระดับรายรับเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

Expenses1 คือ ระดับรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

Frequency คือ จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน

1 = จำนวน 1-3 ครั้ง

2 = จำนวน 4-6 ครั้ง

3 = จำนวน 7-9 ครั้ง

4 = มากกว่า 9 ครั้ง

Day คือ วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ

1 = วันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์)

2 = วันหยุด (เสาร์ – อาทิตย์)

3 = วันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ)

Time คือ ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

1 = ไม่เกิน 5 นาที

2 = 6 – 10 นาที

3 = 11 – 15 นาที

4 = มากกว่า 15 นาที

Product คือ จำนวนประเภทสินค้าและบริการที่ใช้ผ่านบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

Epayment	คือ จำนวนรูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
Eservices	คือ จำนวนบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
Devices	คือ จำนวนอุปกรณ์ที่เลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
Expenses ²	คือ รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

1 = ต่ำกว่า 1,000 บาท

2 = 1,001 – 2,000 บาท

3 = 2,101 – 3,000 บาท

4 = 3,001 – 4,000 บาท

5 = 4,001 – 5,000 บาท

6 = 5,001 บาทขึ้นไป

ปัจจัยระดับผลกระทบการใช้เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

Personal	คือ ปัจจัยส่วนบุคคล
Marketing	คือ ปัจจัยทางการตลาด
Social	คือ ปัจจัยทางด้านบริบท



บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภค
ในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเมื่อใช้บริการชำระเงินทาง
อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้ใช้บริการชำระเงิน
ทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคล

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	65	16.25
หญิง	335	83.75
รวม	400	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	85	21.25
25 – 30 ปี	164	41.00
31 – 35 ปี	91	22.75
36 – 40 ปี	38	9.5
41 ปีขึ้นไป	22	5.5
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29	7.25
ปริญญาตรี	322	80.50
สูงกว่าปริญญาตรี	49	12.25
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 (ต่อ) จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
โสด	233	58.25
สมรส	160	40.00
หย่าร้าง	7	1.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	20	5.00
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	157	39.25
พนักงานเอกชน	181	45.25
ธุรกิจส่วนตัว	34	8.50
เกษตรกร	8	2.00
รวม	400	100.00
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	29	7.25
10,001 – 20,000 บาท	191	57.75
20,001 – 30,000 บาท	112	28.00
30,001 – 40,000 บาท	45	11.25
40,001 บาทขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.00
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	81	20.25
10,001 – 20,000 บาท	212	53.00
20,001 – 30,000 บาท	74	18.50
30,001 – 40,000 บาท	29	7.25
40,001 บาทขึ้นไป	4	1
รวม	400	100.00

หมายเหตุ : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 1 สามารถอธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 335 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.75 และเป็นเพศชาย 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.25

อายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 25 ถึง 30 ปี จำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมา มีอายุอยู่ระหว่าง 30 ถึง 35 ปี จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.75 อายุอยู่ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.25 อายุอยู่ระหว่าง 35 ถึง 40 ปี จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.50 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 322 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.50 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.25 และต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 233 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 181 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมา มีอาชีพหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 นักเรียนหรือ นักศึกษา จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเกษตรกร จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

รายรับเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีรายรับเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมา มีรายรับเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.00 รายรับเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 และมีรายรับเฉลี่ย 40,001 ขึ้นไป จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา มีรายจ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 มีรายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.50 รายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 และมีรายจ่ายเฉลี่ย 40,001 ขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แหล่งรับบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก

แหล่งรู้จักบริการ ครั้งแรก	การบอกต่อจากผู้อื่น	สื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต	สื่อโฆษณาลิงคิงพิมพ์	สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์	ร้านค้าที่มีบริการชำระเงิน ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
เพศ					
ชาย	21 (5.25)	35 (8.75)	-	2 (0.50)	7 (1.75)
หญิง	60 (15.00)	235 (58.75)	2 (0.50)	21 (5.25)	17 (4.25)
รวม	81 (20.25)	270 (67.50)	2 (0.50)	23 (5.75)	24 (6.00)
อายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	12 (3.00)	57 (14.25)	2 (0.50)	6 (1.50)	8 (2.00)
25 – 30 ปี	26 (6.50)	126 (31.50)	-	6 (1.50)	6 (1.50)
31 – 35 ปี	19 (4.75)	59 (14.75)	-	9 (2.25)	4 (1.00)
36 – 40 ปี	12 (3.00)	20 (5.00)	-	1 (0.25)	5 (1.25)

ตารางที่ 2 (ต่อ) แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก

แหล่งรู้จักบริการ ครั้งแรก	การบอกต่อจากผู้อื่น	สื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต	สื่อโฆษณาลิงคิมพ์	สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์	ร้านค้าที่มีบริการชำระเงิน ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
41 ปีขึ้นไป	12 (3.00)	8 (2.00)	-	1 (0.25)	1 (0.25)
รวม	81 (20.25)	270 (67.50)	2 (0.50)	23 (5.75)	24 (6.00)
ระดับการศึกษาสูงสุด					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12 (3.00)	14 (3.50)	-	-	3 (0.75)
ปริญญาตรี	59 (14.75)	225 (56.25)	2 (0.50)	20 (5.00)	16 (4.00)
สูงกว่าปริญญาตรี	10 (2.50)	31 (7.75)	-	3 (0.75)	5 (1.25)
รวม	81 (20.25)	270 (67.50)	2 (0.50)	23 (5.75)	24 (6.00)

ตารางที่ 2 (ต่อ) แหล่งจัดบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก

แหล่งจัดบริการครั้งแรก	การบอกต่อจากผู้อื่น	สื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต	สื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์	สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์	ร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่าน พวงอึดโทรศัพท์
อาชีพ					
นักเรียน/นักศึกษา	4 (1.00)	14 (3.50)	-	-	2 (0.50)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	34 (8.50)	128 (32.00)	-	8 (2.00)	11 (2.75)
พนักงานเอกชน	33 (8.25)	102 (25.50)	1 (0.25)	13 (3.25)	8 (2.00)
ธุรกิจส่วนตัว	6 (1.50)	23 (5.75)	1 (0.25)	2 (0.50)	2 (0.50)
เกษตรกร	4 (1.00)	3 (0.75)	-	-	1 (0.25)
รวม	81 (20.25)	270 (67.50)	2 (0.50)	23 (5.75)	24 (6.00)

ตารางที่ 2 (ต่อ) แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก

แหล่งรู้จักบริการครั้งแรก	การบอกต่อจากผู้อื่น	สื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต	สื่อโฆษณาสีพิมพ์	สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์	ร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน					
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	11 (2.75)	62 (15.50)	-	1 (0.25)	7 (1.75)
10,001 – 20,000 บาท	44 (11.00)	142 (35.50)	-	11 (2.75)	13 (3.25)
20,001 – 30,000 บาท	18 (4.50)	45 (11.25)	2 (0.50)	7 (1.75)	4 (2.00)
30,001 – 40,000 บาท	8 (2.00)	19 (4.75)	-	2 (0.50)	-
40,001 บาทขึ้นไป	-	2 (0.50)	-	2 (0.25)	-
รวม	81 (20.25)	270 (67.50)	2 (0.50)	23 (5.75)	24 (6.00)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 2 สามารถอธิบายได้ว่า แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรกของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่รับรู้จากสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต จำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.50 เป็นเพศชาย จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 และเพศหญิง จำนวน 235 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.75 รองลงมาจากการบอกต่อจากผู้อื่น จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 เป็นเพศชาย จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 และเพศหญิง จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 ร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 เป็นเพศชาย จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 และเพศหญิง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 เป็นเพศชาย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และเพศหญิง จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 และสื่อโฆษณาสีพิมพ์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 เป็นเพศหญิง

แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่การรับรู้จากสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต จำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.75 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00

รองลงมารับรู้มาจากการบอกต่อจากผู้อื่น จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00

ส่วนการรับรู้ร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

และสื่อโฆษณาสีพิมพ์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ตามลำดับ

แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่การรับรู้จากสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต จำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 225 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75

รองลงมาจากการบอกต่อจากผู้อื่น จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50

ส่วนร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 ระดับปริญญาตรี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25

สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 มีระดับปริญญาตรี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75

และสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ตามลำดับ

แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่การรับรู้จากสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต จำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.00 พนักงานเอกชน จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 และเกษตรกร จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75

รองลงมาจากการบอกต่อจากผู้อื่น จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 พนักงานเอกชน จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 และเกษตรกร จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 พนักงานเอกชน จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และเกษตรกร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 มีหน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 พนักงานเอกชน จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

และสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีพนักงานเอกชน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

แหล่งรับรู้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรก จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่การรับรู้จากสื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต จำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.50 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.50 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.25 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

รองลงมาจากการบอกต่อจากผู้อื่น จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 และรายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00

ร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 และรายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00

สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 รายรับเฉลี่ยต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

และสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 มีรายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการ	1 - 3 ครั้ง	4 - 6 ครั้ง	7 - 9 ครั้ง	มากกว่า 9 ครั้ง
เพศ				
ชาย	21 (5.25)	15 (3.75)	17 (4.25)	11 (2.75)
หญิง	60 (15.00)	42 (10.50)	67 (16.75)	178 (44.50)
รวม	70 (17.50)	57 (14.25)	84 (21.00)	189 (47.25)
อายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	16 (4.00)	13 (3.25)	15 (3.75)	41 (10.25)
25 - 30 ปี	18 (4.50)	16 (4.00)	39 (9.75)	91 (22.75)
31 - 35 ปี	17 (4.25)	16 (4.00)	18 (4.50)	40 (10.00)
36 - 40 ปี	8 (2.00)	8 (2.00)	9 (2.25)	13 (3.25)
41 ปีขึ้นไป	11 (2.75)	4 (1.00)	3 (0.75)	4 (1.00)
รวม	70 (17.50)	57 (14.25)	84 (21.00)	189 (47.25)
ระดับการศึกษาสูงสุด				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11 (2.75)	6 (1.50)	8 (2.00)	4 (1.00)
ปริญญาตรี	53 (13.25)	47 (11.75)	62 (15.50)	160 (40.00)
สูงกว่าปริญญาตรี	6 (1.50)	4 (1.00)	14 (3.50)	25 (6.25)
รวม	70 (17.50)	57 (14.25)	84 (21.00)	189 (47.25)

ตารางที่ 3 (ต่อ) จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ใช้บริการ	1 - 3 ครั้ง	4 - 6 ครั้ง	7 - 9 ครั้ง	มากกว่า 9 ครั้ง
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	5 (1.25)	3 (0.75)	6 (1.50)	6 (1.50)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27 (6.75)	29 (7.25)	37 (9.25)	88 (22.00)
พนักงานเอกชน	25 (6.25)	19 (4.75)	31 (7.75)	82 (20.50)
ธุรกิจส่วนตัว	9 (2.25)	4 (1.00)	10 (2.50)	11 (2.75)
เกษตรกร	4 (1.00)	2 (0.50)	-	2 (0.50)
รวม	70 (17.50)	57 (14.25)	84 (21.00)	189 (47.25)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	5 (1.25)	3 (0.75)	6 (1.50)	6 (1.50)
10,001 - 20,000 บาท	27 (6.75)	29 (7.25)	37 (9.25)	88 (22.00)
20,001 - 30,000 บาท	25 (6.25)	19 (4.75)	31 (7.75)	82 (20.50)
30,001 - 40,000 บาท	9 (2.25)	4 (1.00)	10 (2.50)	11 (2.75)
40,001 บาทขึ้นไป	4 (1.00)	2 (0.50)	-	2 (0.50)
รวม	70 (17.50)	57 (14.25)	84 (21.00)	189 (47.25)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 3 สามารถอธิบายได้ว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ต่อเดือน จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน มากกว่า 9 ครั้ง จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.25 เป็นเพศชาย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 และเพศหญิง จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาจำนวนที่ใช้บริการ 7 ถึง 9 ครั้ง จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.00 เป็นเพศชาย จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 และเพศหญิง จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.75 ส่วนจำนวนที่ใช้บริการ 1 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 70 ราย คิด ร้อยละ 17.50 เป็นเพศชาย จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 และเพศหญิง 60 ราย คิดเป็นร้อย ละ 15.00 และจำนวนที่ใช้บริการ 4 ถึง 6 ครั้ง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 เป็นเพศชาย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 และเพศหญิง จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50

จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วน ใหญ่มีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือนมากกว่า 9 ครั้ง จำนวน 189 ราย คิดเป็น ร้อยละ 47.25 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.75 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

รองลงมาจำนวนที่ใช้บริการ 7 ถึง 9 ครั้ง จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีอายุต่ำ กว่า 25 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อย ละ 9.75 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75

ส่วนจำนวนที่ใช้บริการ 1 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 70 ราย คิดร้อยละ 17.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อย ละ 2.00 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75

และจำนวนที่ใช้บริการ 4 ถึง 6 ครั้ง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อย ละ 2.00 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือนมากกว่า 9 ครั้ง จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25

รองลงมาจำนวนที่ใช้บริการ 7 ถึง 9 ครั้ง จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.50 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50

ส่วนจำนวนที่ใช้บริการ 1 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 70 ราย คิดร้อยละ 17.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 ระดับปริญญาตรี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

และจำนวนที่ใช้บริการ 4 ถึง 6 ครั้ง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน จำแนกตามอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่มีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือนมากกว่า 9 ครั้ง จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.25 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 พนักงานเอกชน จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 และเกษตรกร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

รองลงมาจำนวนที่ใช้บริการ 7 ถึง 9 ครั้ง จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.25 พนักงานเอกชน จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50

ส่วนจำนวนที่ใช้บริการ 1 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 70 ราย คิดร้อยละ 17.50 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 พนักงานเอกชน จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และเกษตรกร จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

และจำนวนที่ใช้บริการ 4 ถึง 6 ครั้ง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 พนักงานเอกชน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 และเกษตรกร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือนมากกว่า 9 ครั้ง จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.25 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 รายรับ

เฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

รองลงมาจำนวนที่ใช้บริการ 7 ถึง 9 ครั้ง จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.00 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ส่วนจำนวนที่ใช้บริการ 1 ถึง 3 ครั้ง จำนวน 70 ราย คิดร้อยละ 17.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

และจำนวนที่ใช้บริการ 4 ถึง 6 ครั้ง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ

วันที่เลือกเข้าใช้บริการ เป็นประจำ	วันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์)	วันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์)	วันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ)
เพศ			
ชาย	49 (12.25)	16 (4.00)	-
หญิง	293 (73.25)	41 (10.25)	1 (0.25)
รวม	342 (85.50)	57 (14.25)	1 (0.25)
อายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	75 (18.75)	9 (2.25)	1 (0.25)
25 – 30 ปี	142 (25.50)	22 (5.50)	-
31 – 35 ปี	76 (19.00)	15 (3.75)	-
36 – 40 ปี	29 (7.25)	9 (2.25)	-
41 ปีขึ้นไป	20 (5.00)	2 (0.50)	-
รวม	342 (85.50)	57 (14.25)	1 (0.25)
ระดับการศึกษาสูงสุด			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	24 (6.00)	4 (1.00)	1 (2.00)
ปริญญาตรี	275 (68.75)	47 (11.75)	-
สูงกว่าปริญญาตรี	43 (10.75)	6 (1.50)	-
รวม	342 (85.50)	57 (14.25)	1 (0.25)

ตารางที่ 4 (ต่อ) วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ

วันที่เลือกเข้าใช้บริการ เป็นประจำ	วันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์)	วันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์)	วันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ)
อาชีพ			
นักเรียน/นักศึกษา	18 (4.50)	1 (0.25)	1 (0.25)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	157 (39.25)	24 (6.00)	-
พนักงานเอกชน	129 (32.25)	28 (7.00)	-
ธุรกิจส่วนตัว	31 (7.75)	3 (0.75)	-
เกษตรกร	7 (1.75)	1 (0.25)	-
รวม	342 (85.50)	57 (14.25)	1 (0.25)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	69 (17.25)	11 (2.75)	1 (0.25)
10,001 – 20,000 บาท	177 (44.25)	35 (8.75)	-
20,001 – 30,000 บาท	66 (16.50)	8 (2.00)	-
30,001 – 40,000 บาท	26 (6.50)	3 (0.75)	-
40,001 บาทขึ้นไป	4 (1.00)	-	-
รวม	342 (85.50)	57 (14.25)	1 (0.25)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 4 สามารถอธิบายได้ว่า วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่วันที่เลือกเข้าใช้บริการเป็นวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) จำนวน 342 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.50 เป็นเพศชายจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.25 และเป็นเพศหญิง จำนวน 293 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.25 รองลงมาวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์) จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 เป็นเพศชาย จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 และเพศหญิง จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 เป็นเพศหญิง ตามลำดับ

วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่วันที่เลือกเข้าใช้บริการเป็นวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) จำนวน 342 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00

รองลงมาวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์) จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

และวันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ตามลำดับ

วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่วันที่เลือกเข้าใช้บริการเป็นวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) จำนวน 342 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 275 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.75

รองลงมาวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์) จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

และวันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่วันที่เลือกเข้าใช้บริการเป็นวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) จำนวน 342 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.25 พนักงานเอกชน จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 และเกษตรกร จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75

รองลงมามีวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์) จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 พนักงานเอกชน จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 และเกษตรกร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

และวันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา ตามลำดับ

วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่วันที่เลือกเข้าใช้บริการเป็นวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) จำนวน 342 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.25 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.25 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.50 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

รองลงมามีวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์) จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.75 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75

และวันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ) จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ระยะเวลาโดยเฉลี่ย ที่ใช้บริการ	ไม่เกิน 5 นาที	6 - 10 นาที	11 - 15 นาที
เพศ			
ชาย	49 (12.25)	15 (3.75)	1 (0.25)
หญิง	218 (54.50)	100 (25.00)	17 (4.25)
รวม	267 (66.75)	115 (28.75)	18 (4.50)
อายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	58 (14.50)	23 (5.75)	4 (1.00)
25 - 30 ปี	122 (30.50)	36 (9.00)	6 (1.50)
31 - 35 ปี	53 (13.25)	33 (8.25)	5 (1.25)
36 - 40 ปี	21 (5.25)	15 (3.75)	2 (0.50)
41 ปีขึ้นไป	13 (3.25)	8 (2.00)	1 (0.25)
รวม	267 (66.75)	115 (28.75)	18 (4.50)
ระดับการศึกษาสูงสุด			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	14 (3.50)	13 (3.25)	2 (0.50)
ปริญญาตรี	219 (54.75)	87 (21.75)	16 (4.00)
สูงกว่าปริญญาตรี	34 (8.50)	15 (3.75)	-
รวม	267 (66.75)	115 (28.75)	18 (4.50)

ตารางที่ 5 (ต่อ) ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ระยะเวลาโดยเฉลี่ย ที่ใช้บริการ	ไม่เกิน 5 นาที	6 - 10 นาที	11 - 15 นาที
อาชีพ			
นักเรียน/นักศึกษา	15 (3.75)	5 (1.25)	-
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	119 (29.75)	56 (14.00)	6 (1.50)
พนักงานเอกชน	107 (26.75)	40 (10.00)	10 (2.50)
ธุรกิจส่วนตัว	20 (5.00)	12 (3.00)	2 (0.50)
เกษตรกร	6 (1.50)	2 (0.50)	-
รวม	267 (66.75)	115 (28.75)	18 (4.50)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	57 (14.25)	19 (4.75)	5 (1.25)
10,001 - 20,000 บาท	145 (36.25)	9 (2.25)	8 (2.00)
20,001 - 30,000 บาท	46 (11.50)	24 (6.00)	4 (1.00)
30,001 - 40,000 บาท	17 (4.25)	11 (2.75)	1 (0.25)
40,001 บาทขึ้นไป	2 (0.50)	2 (0.50)	-
รวม	267 (66.75)	115 (28.75)	18 (4.50)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 5 สามารถอธิบายได้ว่า ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 นาที จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 เป็นเพศชาย จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.25 และเพศหญิง จำนวน 218 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.50 และ รองลงมาใช้เวลา 6 ถึง 10 นาที จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 เป็นเพศชาย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 และเพศหญิง จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 และใช้เวลา 11 ถึง 15 นาที จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 เป็นเพศชาย จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 และเพศหญิง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 นาที จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.50 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 122 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25

รองลงมาใช้เวลา 6 ถึง 10 นาที จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00

และใช้เวลา 11 ถึง 15 นาที จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 นาที จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 219 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50

รองลงมาใช้เวลา 6 ถึง 10 นาที จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 ระดับปริญญาตรี จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75

และใช้เวลา 11 ถึง 15 นาที จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 นาที จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 อาชีพพนักงานเรียน หรือนักศึกษา

จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.75 พนักงานเอกชน จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.75 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเกษตรกร จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

รองลงมาใช้เวลา 6 ถึง 10 นาที จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.00 พนักงานเอกชน จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 และเกษตรกร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

และใช้เวลา 11 ถึง 15 นาที จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีอาชีพราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 พนักงานเอกชน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 นาที จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.25 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

รองลงมาใช้เวลา 6 ถึง 10 นาที จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.75 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

และใช้เวลา 11 ถึง 15 นาที จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ

ช่วงระยะเวลา ที่ใช้บริการเป็นประจำ	06.00 น. – 11.59 น.	12.00 น. – 17.59 น.	18.00 น. – 23.59 น.
เพศ			
ชาย	7 (1.75)	27 (6.75)	31 (7.75)
หญิง	53 (13.25)	129 (32.25)	153 (38.25)
รวม	60 (15.00)	156 (39.00)	184 (46.00)
อายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	11 (2.75)	33 (8.25)	41 (10.25)
25 – 30 ปี	22 (5.50)	63 (15.75)	79 (19.75)
31 – 35 ปี	15 (3.75)	42 (10.50)	34 (8.50)
36 – 40 ปี	8 (2.00)	11 (2.75)	19 (4.75)
41 ปีขึ้นไป	4 (1.00)	7 (1.75)	11 (2.75)
รวม	60 (15.00)	156 (39.00)	184 (46.00)
ระดับการศึกษาสูงสุด			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8 (2.00)	11 (2.75)	10 (2.50)
ปริญญาตรี	47 (11.75)	127 (31.75)	148 (37.00)
สูงกว่าปริญญาตรี	5 (1.25)	18 (4.50)	26 (6.50)
รวม	60 (15.00)	156 (39.00)	184 (46.00)

ตารางที่ 6 (ต่อ) ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ

ช่วงระยะเวลา ที่ใช้บริการเป็นประจำ	06.00 น. – 11.59 น.	12.00 น. – 17.59 น.	18.00 น. – 23.59 น.
อาชีพ			
นักเรียน/นักศึกษา	1 (0.25)	7 (1.75)	12 (3.00)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	34 (8.50)	76 (14.00)	71 (17.75)
พนักงานเอกชน	18 (4.50)	58 (14.50)	81 (20.25)
ธุรกิจส่วนตัว	6 (1.50)	13 (3.25)	15 (3.75)
เกษตรกร	1 (0.25)	2 (0.50)	5 (1.25)
รวม	60 (15.00)	156 (39.00)	184 (46.00)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12 (3.00)	27 (6.75)	42 (10.50)
10,001 – 20,000 บาท	36 (9.00)	88 (22.00)	88 (22.00)
20,001 – 30,000 บาท	9 (2.25)	29 (7.25)	36 (9.00)
30,001 – 40,000 บาท	2 (0.50)	10 (2.50)	17 (4.25)
40,001 บาทขึ้นไป	1 (0.25)	2 (0.50)	1 (0.25)
รวม	60 (15.00)	156 (39.00)	184 (46.00)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 6 สามารถอธิบายได้ว่า ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงเวลา 18.00 น. ถึง 23.59 น. จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 เป็นเพศชาย จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 และเพศหญิง จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาช่วงเวลา 12.00 น. ถึง 17.59 น. จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 เป็นเพศชาย จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 และเพศหญิง จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.25 และช่วงเวลา 06.00 น. ถึง 11.59 น. จำนวน 60 คิดเป็นร้อยละ 15.00 เป็นเพศชาย จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 และเป็นเพศหญิง จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25

ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงเวลา 18.00 น. ถึง 23.59 น. จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.75 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75

รองลงมาช่วงเวลา 12.00 น. ถึง 17.59 น. จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.75 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75

และช่วงเวลา 06.00 น. ถึง 11.59 น. จำนวน 60 คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงเวลา 18.00 น. ถึง 23.59 น. จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50

รองลงมาช่วงเวลา 12.00 น. ถึง 17.59 น. จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 ระดับปริญญาตรี จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50

และช่วงเวลา 06.00 น. ถึง 11.59 น. จำนวน 60 คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25

ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ช่วงเวลา 18.00 น. ถึง 23.59 น. จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีอาชีพ นักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.75 พนักงานเอกชน จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.25 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 และเกษตรกร จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25

รองลงมาช่วงเวลา 12.00 น. ถึง 17.59 น. จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีอาชีพ นักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.00 พนักงานเอกชน จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 และเกษตรกร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

และช่วงเวลา 06.00 น. ถึง 11.59 น. จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 พนักงานเอกชน จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 และเกษตรกร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ช่วงเวลา 18.00 น. ถึง 23.59 น. จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

รองลงมาช่วงเวลา 12.00 น. ถึง 17.59 น. จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.25 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

และช่วงเวลา 06.00 น. ถึง 11.59 น. จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

สาเหตุที่ใช้บริการ	สะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ ทุกที่ทุกเวลา	อยากทดลอง เทคโนโลยีใหม่ ๆ	มีราคาสินค้าหรือ บริการถูกกว่า	มีความน่าเชื่อถือ และความ ปลอดภัย
เพศ				
ชาย	46 (11.50)	17 (4.25)	1 (0.25)	1 (0.25)
หญิง	292 (73.00)	25 (6.25)	9 (2.25)	9 (2.25)
รวม	338 (84.50)	42 (10.50)	10 (2.50)	10 (2.50)
อายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	76 (19.00)	5 (1.25)	1 (0.25)	3 (0.75)
25 – 30 ปี	141 (35.25)	15 (3.75)	5 (1.25)	3 (0.75)
31 – 35 ปี	77 (19.25)	11 (2.75)	1 (0.25)	2 (0.50)
36 – 40 ปี	28 (7.00)	5 (1.25)	3 (0.75)	2 (0.50)
41 ปีขึ้นไป	16 (4.00)	6 (1.50)	-	-
รวม	338 (84.50)	42 (10.50)	10 (2.50)	10 (2.50)
ระดับการศึกษาสูงสุด				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	22 (5.50)	6 (1.50)	1 (0.25)	-
ปริญญาตรี	273 (68.25)	31 (7.75)	8 (2.00)	10 (2.50)
สูงกว่าปริญญาตรี	43 (10.75)	5 (1.25)	1 (0.25)	-
รวม	338 (84.50)	42 (10.50)	10 (2.50)	10 (2.50)

ตารางที่ 7 (ต่อ) สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

สาเหตุที่ใช้บริการ	สะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรม ได้ทุกที่ทุกเวลา	อยากทดลอง เทคโนโลยีใหม่ ๆ	มีราคาลินค้า หรือบริการถูก กว่า	มีความ น่าเชื่อถือ และ ความปลอดภัย
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	19 (4.75)	1 (0.25)	-	-
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	151 (37.75)	20 (5.00)	6 (1.50)	4 (1.00)
พนักงานเอกชน	135 (33.75)	12 (3.00)	4 (1.00)	6 (1.50)
ธุรกิจส่วนตัว	26 (6.50)	8 (2.00)	-	-
เกษตรกร	7 (1.75)	1 (0.25)	-	-
รวม	338 (84.50)	42 (10.50)	10 (2.50)	10 (2.50)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	74 (18.50)	3 (0.75)	3 (0.75)	1 (0.25)
10,001 – 20,000 บาท	176 (44.00)	25 (6.25)	4 (1.00)	7 (1.75)
20,001 – 30,000 บาท	64 (16.00)	8 (2.00)	1 (0.25)	1 (0.25)
30,001 – 40,000 บาท	21 (5.25)	6 (1.50)	1 (0.25)	1 (0.25)
40,001 บาทขึ้นไป	3 (0.75)	-	1 (0.25)	-
รวม	338 (84.50)	42 (10.50)	10 (2.50)	10 (2.50)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 7 สามารถอธิบายได้ว่า สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่มีสะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา จำนวน 338 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.50 เป็นเพศชาย จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.50 และเป็นเพศหญิง จำนวน 292 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาอยากทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 เป็นเพศชาย จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 และเพศหญิง จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 มีราคาสินค้าหรือบริการถูกกว่า จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 เป็นเพศชาย จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 และเพศหญิง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25 และมีความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 เป็นเพศชาย จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 และเพศหญิง จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.25

สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีสะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา จำนวน 338 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.25 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.25 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00

รองลงมาอยากทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

มีราคาสินค้าหรือบริการถูกกว่า จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75

และมีความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่มีสะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา จำนวน 338 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 273 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.75

รองลงมาอยากทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 ระดับปริญญาตรี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25

มีราคาสินค้าหรือบริการถูกกว่า จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ระดับปริญญาตรี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

และมีความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี

สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา จำนวน 338 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.50 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.75 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.75 พนักงานเอกชน จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.75 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 และเกษตรกร จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75

รองลงมาอยากทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 พนักงานเอกชน จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 และเกษตรกร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

ราคาสินค้าหรือบริการถูกกว่า จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีอาชีพหน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 พนักงานเอกชน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00

และมีความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีอาชีพหน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 พนักงานเอกชน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีสะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา จำนวน 338 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.50 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.00 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75

รองลงมาอยากทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง

20,000 บาท จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.25 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50

ราคาสินค้าหรือบริการถูกกว่า จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25

และความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ



ตารางที่ 8 รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ประเภท และบริการที่ใช้บริการ	ประเภทแพคเกจ		ประเภท สาธารณูปโภค		ประเภทการ การลงทุน		ประเภทการ ท่องเที่ยว	
	ประเภทแพคเกจ	ประเภท สาธารณูปโภค	ประเภท สาธารณูปโภค	ประเภทการ การลงทุน	ประเภทการ ท่องเที่ยว	ประเภทการ ท่องเที่ยว	ประเภท แพคเกจ	
เพศ								
ชาย	19 (1.81)	30 (2.86)	26 (2.48)	19 (1.81)	32 (3.05)	36 (3.43)		
หญิง	306 (29.17)	172 (16.40)	135 (12.87)	57 (5.43)	107 (10.20)	110 (10.49)		
รวม	325 (30.98)	202 (19.26)	161 (15.35)	76 (7.24)	139 (13.25)	146 (13.92)		
อายุ								
ต่ำกว่า 25 ปี	77 (7.34)	20 (1.91)	21 (2.00)	21 (2.00)	31 (2.96)	16 (1.53)		
25 – 30 ปี	138 (13.16)	70 (6.67)	57 (5.43)	27 (2.57)	55 (5.24)	59 (5.62)		
31 – 35 ปี	72 (6.86)	63 (6.01)	46 (4.39)	17 (1.62)	35 (3.34)	41 (3.91)		
36 – 40 ปี	26 (2.48)	31 (2.96)	26 (2.48)	7 (0.67)	14 (0.99)	22 (2.10)		

ตารางที่ 8 (ต่อ) รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

อายุ	ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการ	ประเภทแพคเกจ	ประเภทสาธารณูปโภค	ประเภทสินค้าอุปโภค	ประเภทการเงินการลงทุน	ประเภทการท่องเที่ยว	ประเภทบันเทิง
41 ปีขึ้นไป	12 (1.14)	18 (1.72)	11 (1.05)	4 (0.38)	4 (0.38)	8 (0.76)	
รวม	325 (30.98)	202 (19.26)	161 (15.35)	76 (7.24)	139 (13.25)	146 (13.92)	
ระดับการศึกษาสูงสุด							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21 (2.00)	12 (1.14)	6 (0.57)	3 (0.29)	7 (0.67)	12 (1.14)	
ปริญญาตรี	266 (25.36)	156 (14.87)	126 (12.01)	59 (5.62)	102 (9.72)	101 (9.63)	
สูงกว่าปริญญาตรี	38 (3.62)	34 (3.24)	29 (2.60)	14 (1.33)	30 (2.86)	33 (3.15)	
รวม	325 (30.98)	202 (19.26)	161 (15.35)	76 (7.24)	139 (13.25)	146 (13.92)	

ตารางที่ 8 (ต่อ) รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ประเภทสินค้า และบริการที่ใช้บริการ	ประเภทแพชั่น	ประเภท สาธารณูปโภค	ประเภทสินค้าอุปโภค	ประเภทการเงิน การลงทุน	ประเภทการ ท่องเที่ยว	ประเภทบันเทิง
อาชีพ						
นักเรียน/นักศึกษา	19 (1.81)	7 (0.67)	10 (0.95)	1 (0.09)	2 (0.19)	4 (0.38)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	151 (14.39)	68 (6.48)	54 (5.15)	20 (1.91)	58 (5.53)	53 (5.05)
พนักงานเอกชน	127 (12.11)	98 (9.34)	77 (7.34)	39 (3.72)	62 (5.91)	68 (6.48)
ธุรกิจส่วนตัว	26 (2.48)	24 (2.29)	17 (1.62)	11 (1.05)	14 (1.33)	19 (1.81)
เกษตรกร	2 (0.19)	5 (0.48)	3 (0.29)	5 (0.48)	3 (0.29)	2 (0.19)
รวม	325 (30.98)	202 (19.26)	161 (15.35)	76 (7.24)	139 (13.25)	146 (13.92)

ตารางที่ 8 (ต่อ) รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการ	ประเภทแพคเกจ	ประเภทสาธารณูปโภค	ประเภทการคืนค่าอุปโภค	ประเภทการเงินการลงทุน	ประเภทการท่องเที่ยว	ประเภทบันเทิง
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	67 (6.39)	18 (1.72)	15 (1.43)	18 (1.72)	20 (0.19)	14 (1.33)
10,001 – 20,000 บาท	175 (16.68)	101 (9.63)	75 (7.15)	30 (2.86)	69 (6.58)	78 (7.44)
20,001 – 30,000 บาท	59 (5.62)	59 (5.62)	48 (4.58)	19 (1.81)	33 (3.15)	35 (3.34)
30,001 – 40,000 บาท	22 (2.10)	21 (2.01)	20 (1.91)	8 (0.76)	16 (1.53)	16 (1.53)
40,001 บาทขึ้นไป	2 (0.19)	3 (0.29)	3 (0.29)	1 (0.09)	1 (0.09)	3 (0.29)
รวม	325 (30.98)	202 (19.26)	161 (15.35)	76 (7.24)	139 (13.25)	146 (13.92)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ และเครื่องหมาย > 1

จากตารางที่ 8 สามารถอธิบายได้ว่า ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทแพชั่น จำนวน 325 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.98 เป็นเพศชาย จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.81 และเป็นเพศหญิง จำนวน 306 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาประเภทสาธารณูปโภค จำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 เป็นเพศชาย จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86 และเพศหญิง จำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.40 ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.35 เป็นเพศชาย จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.48 และเพศหญิง จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.87 ประเภทบันเทิง จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.92 เป็นเพศชาย จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.43 และเพศหญิง จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.49 ประเภทการท่องเที่ยว จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 เป็นเพศชาย จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.05 และเป็นเพศหญิง จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.20 และประเภทการเงิน การลงทุน จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.24 เป็นเพศชาย จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.81 และเป็นเพศหญิง จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.43 ตามลำดับ

ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทแพชั่น จำนวน 325 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.98 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.34 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 138 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.16 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.86 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.48 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.14

รองลงมาประเภทสาธารณูปโภค จำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.26 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.91 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.67 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.01 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.96 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.72

ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.35 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.43 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.39 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.48 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.05

ประเภทบันเทิง จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.92 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.53 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.62 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.91 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.10 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.76

ประเภทการท่องเที่ยว จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.96 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.24 อายุ 31 ถึง

35 ปี จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.34 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.99 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.38

และประเภทการเงิน การลงทุน จำนวน จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.24 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.57 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.62 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.67 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.38 ตามลำดับ

ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทแพชั่น จำนวน 325 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.98 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 266 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.36 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.62

รองลงมาประเภทสาธารณูปโภค จำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.26 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.14 ระดับปริญญาตรี จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.87 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.24

ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.35 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.57 ระดับปริญญาตรี จำนวน 126 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.01 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.60

ประเภทบันเทิง จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.92 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.14 ระดับปริญญาตรี จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.63 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.15

ประเภทการท่องเที่ยว จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.67 ระดับปริญญาตรี จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.72 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86

และประเภทการเงิน การลงทุน จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.24 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.29 ระดับปริญญาตรี จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.62 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทแพชั่น จำนวน 325 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.98 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.81 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 151 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.39 พนักงานเอกชน จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.11 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.48 และเกษตรกร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.19

รองลงมาประเภทสาธารณูปโภค จำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.26 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.67 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.48 พนักงานเอกชน จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.34 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.29 และเกษตรกร จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.48

ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.35 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.95 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.15 พนักงานเอกชน จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.34 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.62 และเกษตรกร จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.29

ประเภทบันเทิง จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.92 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.38 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.05 พนักงานเอกชน จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.48 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.81 และเกษตรกร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.19

ประเภทการท่องเที่ยว จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.19 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.53 พนักงานเอกชน จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.91 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.33 และเกษตรกร จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.29

และประเภทการเงิน การลงทุน จำนวน จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.24 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.09 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.91 พนักงานเอกชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.72 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.05 และเกษตรกร จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.48 ตามลำดับ

ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทแพชั่น จำนวน 325 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.98 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.39 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.68 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.62 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.10 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.19

รองลงมาประเภทสาธารณูปโภค จำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.26 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.72 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.63 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 59 ราย

คิดเป็นร้อยละ 5.62 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.01 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.29

ประเภทสินค้าอุปโภค จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.35 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.43 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.15 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.58 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.91 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.29

ประเภทบันเทิง จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.92 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.33 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.44 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.34 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.53 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.29

ประเภทการท่องเที่ยว จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.25 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.19 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.58 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.15 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.53 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.09

และประเภทการเงิน การลงทุน จำนวน จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.24 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.72 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.86 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.81 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.76 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	ชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	ชำระเงินผ่าน E-Wallet	ชำระเงินผ่านบัตรเดบิต
เพศ				
ชาย	24 (3.14)	12 (1.57)	55 (7.19)	17 (2.22)
หญิง	141 (18.43)	100 (13.07)	306 (40.00)	110 (14.38)
รวม	165 (21.57)	112 (14.64)	361 (47.19)	127 (16.10)
อายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	14 (1.83)	22 (2.88)	79 (10.33)	35 (4.57)
25 – 30 ปี	67 (8.76)	44 (5.75)	149 (19.47)	57 (7.45)
31 – 35 ปี	50 (6.54)	29 (3.79)	78 (10.20)	22 (2.88)
36 – 40 ปี	21 (2.76)	9 (1.18)	35 (4.58)	9 (1.18)
41 ปีขึ้นไป	13 (1.69)	8 (1.05)	20 (2.61)	4 (0.52)
รวม	165 (21.57)	112 (14.64)	361 (47.19)	127 (16.10)
ระดับการศึกษาสูงสุด				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8 (1.04)	3 (0.39)	27 (3.53)	6 (0.79)
ปริญญาตรี	127 (16.60)	91 (11.90)	286 (37.39)	109 (14.25)
สูงกว่าปริญญาตรี	30 (3.92)	18 (2.35)	48 (6.27)	49 (6.40)
รวม	165 (21.57)	112 (14.64)	361 (47.19)	127 (16.10)

ตารางที่ 9 (ต่อ) รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	ชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต	ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต	ชำระเงินผ่าน E-Wallet	ชำระเงินผ่านบัตรเดบิต
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	4 (0.52)	2 (0.26)	19 (2.48)	5 (0.65)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	63 (8.24)	36 (4.71)	167 (21.83)	54 (7.06)
พนักงานเอกชน	74 (9.67)	58 (7.58)	142 (18.56)	55 (7.19)
ธุรกิจส่วนตัว	21 (2.75)	14 (1.83)	27 (3.53)	10 (1.31)
เกษตรกร	3 (0.39)	2 (0.26)	6 (0.78)	3 (0.39)
รวม	165 (21.57)	112 (14.64)	361 (47.19)	127 (16.10)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน				
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	15 (1.96)	13 (1.70)	71 (9.28)	26 (3.40)
10,001 – 20,000 บาท	86 (11.24)	59 (7.71)	191 (24.97)	58 (7.58)
20,001 – 30,000 บาท	46 (6.01)	28 (3.66)	67 (8.76)	32 (4.18)
30,001 – 40,000 บาท	16 (2.09)	10 (1.31)	28 (3.66)	10 (1.31)
40,001 บาทขึ้นไป	2 (0.26)	2 (0.26)	4 (0.52)	1 (0.13)
รวม	165 (21.57)	112 (14.64)	361 (47.19)	127 (16.10)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ และเลือกได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 9 สามารถอธิบายได้ว่า รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แบบชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 361 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.19 เป็นเพศชาย จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.19 และเป็นเพศหญิง จำนวน 306 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาในรูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิต จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.57 เป็นเพศชาย จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.14 และเพศหญิง จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.43 รูปแบบชำระเงินผ่าน E-Wallet จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.60 เป็นเพศชาย จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.22 และเพศหญิง จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.38 และรูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเดบิต จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.64 เป็นเพศชายจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.57 และเป็นเพศหญิง จำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.07 ตามลำดับ

รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แบบชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 361 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.19 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.33 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.47 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.20 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.58 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.61

รองลงมาในรูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิต จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.57 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.83 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.76 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.54 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.76 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.69

รูปแบบชำระเงินผ่าน E-Wallet จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.60 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.57 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.45 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.88 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.18 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.52

และรูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเดบิต จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.64 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.88 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.79 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.18 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.05

รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แบบชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 361 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.19 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 3.53 ระดับปริญญาตรี จำนวน 286 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.39 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.27

รองลงมารูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิต จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.57 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.04 ระดับปริญญาตรี จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.60 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.92

รูปแบบชำระเงินผ่าน E-Wallet จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.60 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.79 ระดับปริญญาตรี จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.40

และรูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเดบิต จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.64 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.39 ระดับปริญญาตรี จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.90 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.35

รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แบบชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน 361 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.19 มีอาชีพพนักงานเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.48 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.83 พนักงานเอกชน จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.56 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.53 และเกษตรกร จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.78

รองลงมารูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิต จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.57 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.52 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.24 พนักงานเอกชน จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.67 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 และเกษตรกร จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.39

รูปแบบชำระเงินผ่าน E-Wallet จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.60 มีอาชีพพนักงานเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.65 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.06 พนักงานเอกชน จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.19 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.31 และเกษตรกร จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.39

และรูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเดบิต จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.64 มีอาชีพพนักงานเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.26 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.71 พนักงานเอกชน จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.58 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.83 และเกษตรกร จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.26

รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แบบชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำนวน

361 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.19 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.28 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.97 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.76 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.66 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.52

รองลงมารูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิต จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.57 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.96 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.24 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.01 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.09 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.26

รูปแบบชำระเงินผ่าน E-Wallet จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.10 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.40 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.58 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.18 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.31 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.13

และรูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเดบิต จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.64 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.70 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.71 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.66 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.31 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ช่องทางการบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

บริการชำระเงินผ่านบริการชำระ เงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	ธนาคาร	กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์	กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านร้านค้าออนไลน์
เพศ			
ชาย	135 (9.51)	76 (5.36)	8 (0.56)
หญิง	684 (48.20)	429 (30.23)	87 (6.13)
รวม	(819) (57.72)	(505) (35.59)	(95) (6.69)
อายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	175 (12.33)	99 (6.98)	31 (2.18)
25 – 30 ปี	336 (23.68)	222 (15.64)	43 (3.03)
31 – 35 ปี	182 (12.83)	110 (7.76)	12 (0.85)
36 – 40 ปี	82 (5.78)	54 (3.81)	9 (0.63)
41 ปีขึ้นไป	44 (3.10)	20 (1.40)	-
รวม	(819) (57.72)	(505) (35.59)	(95) (6.69)
ระดับการศึกษาสูงสุด			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	30 (2.11)	160 (11.27)	41 (2.88)
ปริญญาตรี	784 (55.25)	336 (23.68)	54 (3.81)
สูงกว่าปริญญาตรี	5 (0.36)	9 (0.63)	-
รวม	(819) (57.72)	(505) (35.59)	(95) (6.69)

ตารางที่ 10 (ต่อ) ช่องทางการบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

บริการชำระเงินผ่านบริการ ชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	ธนาคาร	กระเป๋าเงิน อิเล็กทรอนิกส์	กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านร้านค้าออนไลน์
อาชีพ			
นักเรียน/นักศึกษา	80 (5.64)	32 (2.26)	9 (0.63)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	257 (18.11)	160 (11.28)	32 (2.26)
พนักงานเอกชน	370 (26.07)	222 (15.64)	49 (3.45)
ธุรกิจส่วนตัว	58 (4.09)	82 (5.78)	5 (0.36)
เกษตรกร	54 (3.81)	9 (0.63)	-
รวม	(819) (57.72)	(505) (35.59)	(95) (6.69)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	87 (6.13)	68 (4.79)	25 (1.76)
10,001 – 20,000 บาท	596 (42.00)	324 (22.83)	48 (3.38)
20,001 – 30,000 บาท	130 (9.16)	77 (5.43)	21 (1.48)
30,001 – 40,000 บาท	5 (0.36)	21 (1.48)	1 (0.07)
40,001 บาทขึ้นไป	1 (0.07)	15 (1.06)	-
รวม	(819) (57.72)	(505) (35.59)	(95) (6.69)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ และเลือกได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 10 สามารถอธิบายได้ว่า บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าส่วนใหญ่ช่องทางการบริการทางธนาคาร (ธนาคารไทยพาณิชย์,ธนาคารกสิกรไทย,ธนาคารกรุงไทย,ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารทหารไทย,ธนาคารออมสิน,ธนาคารกรุงศรี) จำนวน 819 ราย คิดเป็นร้อยละ

ละ 57.72 เป็นเพศชาย จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.51 และเป็นเพศหญิง จำนวน 684 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมาบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (TrueMoney Wallet, AIS mPAY, AirPay, BluePay Wallet, Rabbit LINE Pay, PayPal) จำนวน 505 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.59 เป็นเพศชาย จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.36 และเป็นเพศหญิง จำนวน 429 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.23 และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านร้านค้าออนไลน์ (Shopee Wallet, LAZADA Wallet) จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.69 เป็นเพศชาย จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.56 และเป็นเพศหญิง จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.13 ตามลำดับ

บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่ช่องทางการบริการทางธนาคาร (ธนาคารไทยพาณิชย์,ธนาคารกสิกรไทย,ธนาคารกรุงไทย,ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารทหารไทย,ธนาคารออมสิน,ธนาคารกรุงศรี) จำนวน 819 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.72 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.33 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 336 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.68 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 182 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.83 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.78 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.10

รองลงมาบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อีเล็กทรอนิกส์ (TrueMoney Wallet, AIS mPAY, AirPay, BluePay Wallet, Rabbit LINE Pay, PayPal) จำนวน 505 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.59 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.98 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 222 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.64 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.76 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.81 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.40

และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านร้านค้าออนไลน์ (Shopee Wallet, LAZADA Wallet) จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.69 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.18 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.03 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.85 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.63 ตามลำดับ

บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่ช่องทางการบริการทางธนาคาร (ธนาคารไทยพาณิชย์,ธนาคารกสิกรไทย,ธนาคารกรุงไทย,ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารทหารไทย,ธนาคารออมสิน,ธนาคารกรุงศรี) จำนวน 819 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.72 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.11 ระดับปริญญาตรี จำนวน 784 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.25 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.36

รองลงมาบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อีเล็กทรอนิกส์ (TrueMoney Wallet, AIS mPAY, AirPay, BluePay Wallet, Rabbit LINE Pay, PayPal) จำนวน 505 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.59 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.27 ระดับปริญญาตรี จำนวน 336 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.68 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.63

และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านร้านค้าออนไลน์ (Shopee Wallet, LAZADA Wallet) จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.69 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.88 ระดับปริญญาตรี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.81 ตามลำดับ

บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ช่องทางการบริการทางธนาคาร (ธนาคารไทยพาณิชย์,ธนาคารกสิกรไทย,ธนาคารกรุงไทย,ธนาคารกรุงเทพ,ธนาคารทหารไทย,ธนาคารออมสิน,ธนาคารกรุงศรี) จำนวน 819 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.72 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.64 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 257 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.11 พนักงานเอกชน จำนวน 370 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.07 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.09 และเกษตรกร จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.81

รองลงมาบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อีเล็กทรอนิกส์ (TrueMoney Wallet, AIS mPAY, AirPay, BluePay Wallet, Rabbit LINE Pay, PayPal) จำนวน 505 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.59 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.26 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.28 พนักงานเอกชน จำนวน 222 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.64 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.78 และเกษตรกร จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.63

และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านร้านค้าออนไลน์ (Shopee Wallet, LAZADA Wallet) จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.69 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.63 หน่วยงานราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.26 พนักงานเอกชน จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.45 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.36 ตามลำดับ

บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ช่องทางการบริการทางธนาคาร (ธนาคารไทยพาณิชย์,ธนาคารกสิกรไทย,ธนาคารกรุงไทย,ธนาคารกรุงเทพ, ธนาคารทหารไทย,ธนาคารออมสิน,ธนาคารกรุงศรี) จำนวน 819 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.72 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.13 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 596 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.00 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.16 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.36 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.07

รองลงมาบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อีเล็กทรอนิกส์ (TrueMoney Wallet, AIS mPAY, AirPay, BluePay Wallet, Rabbit LINE Pay, PayPal) จำนวน 505 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.59 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.79 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 324 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.83 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.43 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.48 และรายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.06

และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านร้านค้าออนไลน์ (Shopee Wallet, LAZADA Wallet) จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.69 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.76 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.38 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.48 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

อุปกรณ์ที่ใช้บริการ	สมาร์ทโฟน	แท็บเล็ต	คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก
เพศ			
ชาย	64 (11.45)	9 (1.61)	12 (2.15)
หญิง	332 (59.39)	45 (8.05)	97 (17.35)
รวม	396 (70.84)	54 (9.66)	109 (19.50)
อายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	85 (15.21)	9 (1.61)	9 (1.61)
25 – 30 ปี	161 (28.80)	22 (3.94)	53 (9.48)
31 – 35 ปี	90 (16.10)	14 (2.50)	27 (4.83)
36 – 40 ปี	38 (6.80)	6 (1.07)	15 (2.68)
41 ปีขึ้นไป	22 (3.93)	3 (0.54)	5 (0.89)
รวม	396 (70.84)	54 (9.66)	109 (19.50)
ระดับการศึกษาสูงสุด			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	29 (5.19)	-	2 (0.36)
ปริญญาตรี	318 (56.89)	38 (6.79)	87 (15.56)

ตารางที่ 11 (ต่อ) อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

อุปกรณ์ที่ใช้บริการ	สมาร์ทโฟน	แท็บเล็ต	คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก
ระดับการศึกษาสูงสุด			
สูงกว่าปริญญาตรี	49 (8.77)	26 (4.65)	20 (3.58)
รวม	396 (70.84)	54 (9.66)	109 (19.50)
อาชีพ			
นักเรียน/นักศึกษา	20 (3.58)	3 (0.54)	2 (0.36)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ	179 (32.02)	19 (3.40)	43 (7.69)
พนักงานเอกชน	155 (27.73)	23 (4.11)	48 (8.59)
ธุรกิจส่วนตัว	34 (6.08)	8 (1.43)	15 (2.68)
เกษตรกร	8 (1.43)	1 (0.18)	1 (0.18)
รวม	396 (70.84)	54 (9.66)	109 (19.50)
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน			
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	80 (14.31)	13 (2.33)	6 (1.07)
10,001 – 20,000 บาท	210 (37.57)	22 (3.94)	51 (9.12)
20,001 – 30,000 บาท	73 (13.06)	11 (1.97)	32 (5.73)
30,001 – 40,000 บาท	29 (5.19)	6 (1.07)	19 (3.40)
40,001 บาทขึ้นไป	4 (0.72)	2 (0.36)	1 (0.18)
รวม	396 (70.84)	54 (9.66)	109 (19.50)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ และเลือกได้มากกว่า 1

จากตารางที่ 11 สามารถอธิบายได้ว่า อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่ สมาร์ทโฟน จำนวน 396 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.84 เป็นเพศชาย จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.45 และเพศหญิง จำนวน 332 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.39 รองลงมาแท็บเล็ต จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.50 เป็นเพศชาย จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.15 และเพศหญิง จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.35 และคอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊ก จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.66 เป็นเพศชาย จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.61 และเพศหญิง จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.05ตามลำดับ

อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่ สมาร์ทโฟน จำนวน 396 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.84 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.21 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.80 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.10 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.80 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.93

รองลงมาแท็บเล็ต จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.50 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.61 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.48 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.83 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.68 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.89

และคอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊ก จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.66 มีอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.61 ส่วนอายุ 25 ถึง 30 ปี จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.94 อายุ 31 ถึง 35 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.50 อายุ 36 ถึง 40 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.07 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.54 ตามลำดับ

อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ส่วนใหญ่ สมาร์ทโฟน จำนวน 396 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.84 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.19 ระดับปริญญาตรี จำนวน 318 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.89 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.77

รองลงมาแท็บเล็ต จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.50 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.36 ระดับปริญญาตรี จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.56 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.58

และคอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊ก จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.66 มีระดับปริญญาตรี จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.79 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.65 ตามลำดับ

อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่
 สมาร์ทโฟน จำนวน 396 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.84 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา จำนวน 20 ราย
 คิดเป็นร้อยละ 3.58 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.02
 พนักงานเอกชน จำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.73 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อย
 ละ 6.08 และเกษตรกร จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.43

รองลงมาแท็บเล็ต จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.50 มีอาชีพนักเรียน หรือนักศึกษา
 จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.36 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อย
 ละ 7.69 พนักงานเอกชน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.59 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 15 ราย คิดเป็น
 ร้อยละ 2.68 และเกษตรกร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.18

และคอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊ก จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.66 มีอาชีพนักเรียน หรือ
 นักศึกษา จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.54 หน่วยงานราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 ราย คิด
 เป็นร้อยละ 2.40 พนักงานเอกชน จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.11 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 8 ราย
 คิดเป็นร้อยละ 1.43 และเกษตรกร จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.18

อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายรับเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า
 ส่วนใหญ่ สมาร์ทโฟน จำนวน 396 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.84 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ
 10,000 บาท จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.31 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน
 210 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.57 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อย
 ละ 13.06 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.19 และรายรับ
 เฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.72

รองลงมาแท็บเล็ต จำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.50 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ
 10,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.07 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000 บาท จำนวน 51
 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.12 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.73
 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.40 และรายรับเฉลี่ย 40,001
 บาทขึ้นไป จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.18

และคอมพิวเตอร์ หรือโน้ตบุ๊ก จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.66 มีรายรับเฉลี่ยต่ำกว่า
 หรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.33 รายรับเฉลี่ย 10,001 ถึง 20,000
 บาท จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.94 รายรับเฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 11 ราย
 คิดเป็นร้อยละ 1.97 รายรับเฉลี่ย 30,001 ถึง 40,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.07 และ
 รายรับเฉลี่ย 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์		ต่ำกว่า 1,000 บาท					1,001 – 2,000 บาท					2,101 – 3,000 บาท					3,001 – 4,000 บาท					4,001 – 5,000 บาท					5,001 บาทขึ้นไป				
ประเภท		ชาย		หญิง		รวม		ชาย		หญิง		รวม		ชาย		หญิง		รวม		ชาย		หญิง		รวม		ชาย		หญิง		รวม	
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	45	(5.25)	26	(6.50)	14	(3.50)	3	(0.75)	1	(0.25)	2	(0.50)	4	(1.00)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	25 – 30 ปี	45	(11.25)	81	(6.50)	27	(2.50)	10	(1.00)	1	(0.25)	10	(2.50)	1	(0.25)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	31 – 35 ปี	11	(11.25)	40	(20.25)	33	(6.75)	5	(1.25)	-	-	5	(1.25)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	36 – 40 ปี	6	(2.75)	16	(10.00)	15	(8.25)	1	(0.25)	1	(0.25)	1	(0.25)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
	รวม	113	(28.25)	168	(42.00)	94	(23.50)	20	(5.00)	3	(0.75)	2	(0.50)	20	(5.00)	3	(0.75)	2	(0.50)	3	(0.75)	2	(0.50)	2	(0.50)	2	(0.50)	2	(0.50)	2	(0.50)

ตารางที่ 12 (ต่อ) รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเมื่อใช้บริการ

อายุ	ต่ำกว่า 1,000 บาท						1,001 – 2,000 บาท						2,101 – 3,000 บาท						3,001 – 4,000 บาท						4,001 – 5,000 บาท						5,001 บาทขึ้นไป																																		
	6	5	9	9	2	-	(1.50)	(1.25)	(2.25)	(2.25)	(2.25)	-	113	168	94	20	(28.25)	(42.00)	(23.50)	(5.00)	(0.75)	(0.50)	13	9	7	-	(3.25)	(2.25)	(1.75)	-	96	143	65	16	1	1	(23.50)	(35.75)	(16.25)	(4.00)	(0.25)	(0.25)	4	16	22	4	2	1	(1.00)	(4.00)	(5.50)	(1.00)	(0.50)	(0.25)	113	168	94	20	3	2	(28.25)	(42.00)	(23.50)	(5.00)	(0.75)
41 ปีขึ้นไป																																																																	
รวม																																																																	
ระดับการศึกษาสูงสุด																																																																	
ต่ำกว่าปริญญาตรี																																																																	
ปริญญาตรี																																																																	
สูงกว่าปริญญาตรี																																																																	
รวม																																																																	

ตารางที่ 12 (ต่อ) รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

รายการเฉลี่ยต่อครั้งเมื่อใช้บริการ ชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์	ต่ำกว่า 1,000 บาท						1,001 – 2,000 บาท						2,101 – 3,000 บาท						3,001 – 4,000 บาท						4,001 – 5,000 บาท						5,001 บาทขึ้นไป																	
	9	8	3	(2.25)	(2.00)	(0.75)	9	8	3	(2.25)	(2.00)	(0.75)	9	8	3	(2.25)	(2.00)	(0.75)	9	8	3	(2.25)	(2.00)	(0.75)	9	8	3	(2.25)	(2.00)	(0.75)	9	8	3	(2.25)	(2.00)	(0.75)												
อาชีพ																																																
นักเรียน/นักศึกษา	56	79	35	(14.00)	(19.75)	(8.75)	41	65	43	(10.25)	(16.25)	(10.75)	4	14	10	(1.00)	(3.50)	(2.50)	3	2	3	(0.75)	(0.50)	(0.75)	113	168	94	(28.25)	(42.00)	(23.50)	20	20	20	(5.00)	(5.00)	(5.00)	3	3	3	(0.75)	(0.75)	(0.75)	2	2	2	(0.50)	(0.50)	(0.50)
หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ																																																
พนักงานเอกชน																																																
ธุรกิจส่วนตัว																																																
เกษตรกร																																																
รวม																																																

ตารางที่ 12 (ต่อ) รายงานแยกย่อยต่อครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

รายการแยกย่อยต่อครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	ต่ำกว่า 1,000 บาท	1,001 – 2,000 บาท	2,101 – 3,000 บาท	3,001 – 4,000 บาท	4,001 – 5,000 บาท	5,001 บาทขึ้นไป
รายรับเฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	39 (9.75)	31 (7.75)	9 (2.25)	2 (0.50)	-	-
10,001 – 20,000 บาท	64 (14.00)	101 (25.25)	36 (9.00)	11 (2.75)	-	-
20,001 – 30,000 บาท	8 (2.00)	30 (7.50)	27 (6.75)	6 (1.50)	2 (5.00)	1 (0.25)
30,001 – 40,000 บาท	2 (0.50)	6 (1.50)	18 (4.50)	1 (0.25)	1 (0.25)	1 (0.25)
40,001 บาทขึ้นไป	-	-	4 (1.00)	-	-	-
รวม	113 (28.25)	168 (42.00)	94 (23.50)	20 (5.00)	3 (0.75)	2 (0.50)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 12 สามารถอธิบายได้ว่า รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าส่วนใหญ่รายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1,001 ถึง 2,000 บาท จำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.00 เป็นเพศชาย จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.50 และเพศหญิง จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.50

รองลงมารายจ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.25 เป็นเพศชาย จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.25 และเพศหญิง จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.00

รายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2,101 ถึง 3,000 บาท จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.50 เป็นเพศชาย จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 และเพศหญิง จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00

รายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3,001 ถึง 4,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 เป็นเพศชาย จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 และเพศหญิง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25

รายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4,001 ถึง 5,000 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.75 เป็นเพศชาย จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 และเพศหญิง จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และรายจ่ายเฉลี่ย 5,001 บาทขึ้นไป จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 เป็นเพศหญิง ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของบริโภคเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 13 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ค่าใช้จ่ายต่อเดือนเมื่อใช้บริการชำระ เงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ลดลง	4	17	21
	(1.00)	(4.25)	(5.25)
เท่าเดิม	43	133	176
	(10.75)	(33.25)	(44.00)
เพิ่มขึ้น	18	185	203
	(4.50)	(46.25)	(50.75)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 13 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนเพิ่มขึ้น จำนวน 203 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.75 เป็นเพศหญิง จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.25 และเพศชาย จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.50 รองลงมาค่าใช้จ่ายเท่าเดิม จำนวน 176 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.00 เป็นเพศหญิง จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.25 และเพศชาย จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.75 และค่าใช้จ่ายลดลง จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.75 เป็นเพศหญิง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 และเพศชาย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 หนี้เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

หนี้เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทาง อิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เท่าเดิม	65	320	385
	(16.25)	(80.00)	(96.25)
เพิ่มขึ้น	-	15	15
		(3.75)	(3.75)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 14 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่จำนวนหนี้เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม จำนวน 385 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.25 เป็นเพศหญิง จำนวน 320 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเพศชาย จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.25 รองลงมาจำนวนหนี้เพิ่มขึ้น จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.75 เป็นเพศหญิง ตามลำดับ

ตารางที่ 15 เงินออมเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

เงินออมเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่าน ทางอิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ลดลง	4	67	71
	(1.00)	(16.75)	(17.75)
เท่าเดิม	61	268	329
	(15.25)	(67.00)	(82.25)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 15 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่เงินออมเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม จำนวน 329 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.25 เป็นเพศหญิง จำนวน 268 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเพศชาย จำนวน 61 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.25 รองลงมาจำนวนเงินออมเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ลดลง จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.75 เป็นเพศหญิง จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.75 และเพศชาย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อใช้ บริการชำระเงินผ่านทาง อิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เท่าเดิม	27	104	131
	(6.75)	(26.00)	(32.75)
เพิ่มขึ้น	38	231	269
	(9.50)	(57.75)	(67.25)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 16 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น จำนวน 269 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.25 เป็นเพศหญิง จำนวน 231 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.75 และเพศชาย จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.50 รองลงมามีระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม จำนวน 131 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.75 เป็นเพศหญิง จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.00 และเพศชาย จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ราคาสินค้าและบริการเมื่อเทียบกับบริการที่ชำระเงินแบบอื่น

ราคาสินค้าและบริการเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เทียบกับบริการที่ชำระเงินแบบอื่น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ถูกลง	4	36	40
	(1.00)	(9.00)	(10.00)
เท่าเดิม	59	294	353
	(14.75)	(73.50)	(88.25)
แพงขึ้น	2	5	7
	(0.50)	(1.25)	(1.75)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 17 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีราคาสินค้าและบริการเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เทียบกับบริการที่ชำระเงินแบบอื่นมีราคาเท่าเดิม จำนวน 353 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.25 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 294 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.50 และเพศชาย จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.75 รองลงมาราคาสินค้าและบริการเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เทียบกับบริการที่ชำระเงินแบบอื่นมีราคาถูกลง จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.00 และเพศชาย จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.00 และราคาสินค้าและบริการเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เทียบกับบริการที่ชำระเงินแบบอื่นมีราคาแพงขึ้น จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ

1.75 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 และเพศชาย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เมื่อใช้ บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เท่าเดิม	31	68	99
	(7.75)	(17.00)	(24.25)
เพิ่มขึ้น	34	267	301
	(8.50)	(66.75)	(75.75)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 18 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่จำนวนซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น จำนวน 301 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.75 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 และเพศชาย จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 รองลงมาจำนวนซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.25 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.00 และเพศชาย จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50ตามลำดับ

ตารางที่ 19 การใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

การใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทาง อิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เท่าเดิม	34	67	101
	(8.50)	(16.75)	(25.25)
เพิ่มขึ้น	31	268	299
	(7.75)	(67.00)	(74.75)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 19 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่การใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยมีจำนวนเพิ่มขึ้น จำนวน 299 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.75 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 268 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเพศชาย จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.75 รองลงมาการใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยมีจำนวนเท่าเดิม จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.25 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.75 และเพศชาย จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ระยะเวลาในการทำงานเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

ระยะเวลาในการทำงานเมื่อใช้บริการ ชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ลดลง	2	5	7
	(0.5)	(1.25)	(1.75)
เท่าเดิม	63	330	393
	(15.75)	(82.50)	(98.25)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 20 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่ระยะเวลาในการทำงานเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม จำนวน 393 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.25 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 330 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.50 และเพศชาย จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.75 รองลงมาระยะเวลาในการทำงานเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ลดลง จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.75 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.25 และเพศชาย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 สิทธิประโยชน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

สิทธิประโยชน์เมื่อใช้บริการชำระเงิน ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เท่าเดิม	57	158	215
	(14.25)	(39.50)	(53.75)
เพิ่มขึ้น	8	177	185
	(2.00)	(44.25)	(46.25)
รวม	65	335	400
	(16.25)	(83.75)	(100)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 21 สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่สิทธิประโยชน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม จำนวน 215 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.75 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.25 และเป็นเพศชาย จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 รองลงมาสิทธิประโยชน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.25 แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในด้านปัจจัยอุปนิสัยส่วนบุคคล

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
1. การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็น ประสบการณ์ที่ดีและน่าสนใจ	89 (22.25)	248 (62.00)	55 (13.75)	3	5 (1.25)	4.03	0.71	มาก
2. การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะความสะดวกสบาย	169 (42.25)	188 (47.00)	39 (9.75)	2	2 (0.5)	4.30	0.70	มากที่สุด
3. การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะปกติเป็นคนมี life style เกี่ยวกับเทคโนโลยีอยู่แล้ว	111 (27.75)	185 (46.25)	94 (23.50)	7 (1.75)	3 (0.75)	3.99	0.81	มาก
4. การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะไม่มีทางเลือกที่ดีกว่า	66 (16.50)	203 (50.75)	115 (28.75)	13 (3.25)	3 (0.75)	3.79	0.78	มาก
5. การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นนวัตกรรมที่ทำให้ชีวิตท่านเปลี่ยนแปลงไปเป็นทางที่ ดีมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	80 (20.00)	228 (57.00)	83 (20.75)	4 (1.0)	5 (1.3)	3.94	0.75	มาก
รวม						4.01	0.75	มาก

หมายเหตุ: (5) คือ มากที่สุด, (4) คือ มาก, (3) คือ ปานกลาง, (2) คือ น้อย, (1) คือ น้อยที่สุด และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

ตารางที่ 23 ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในปัจจุบันด้านการตลาด

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
1. การเลือกใช้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแต่อย่างใด	109 (27.75)	207 (51.75)	80 (20.00)	1 (0.25)	3 (0.75)	4.05	0.74	มาก
2. การเลือกใช้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีการประชาสัมพันธ์ถึงระบบการรักษาคงปลอดภัย	60 (15.00)	254 (63.50)	83 (20.75)	3 (0.75)	-	3.93	0.62	มาก
3. การเลือกใช้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องทำให้ได้รับสิทธิประโยชน์มากขึ้น เช่น ส่วนลดของก้านัด	51 (12.75)	208 (44.00)	131 (32.75)	7 (1.75)	1 (0.25)	3.84	0.78	มาก
4. การเลือกใช้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ หากพบว่าแต่ละบริษัทขายสินค้าหรือบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์	51 (12.75)	208 (52.00)	133 (33.33)	8 (2.00)	-	3.76	0.69	มาก
5. การเลือกใช้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ หากมีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้งจะต่ำกว่าช่องทางอื่น	40 (10.00)	175 (43.75)	182 (45.50)	3 (0.75)	-	3.63	0.67	มาก

หมายเหตุ: (5) คือ มากที่สุด, (4) คือ มาก, (3) คือ ปานกลาง, (2) คือ น้อย, (1) คือ น้อยที่สุด และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

ตารางที่ 23 (ต่อ) ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในด้านปัจจัยทางการตลาด

	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
6. การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีช่องทางบริการแจ้งปัญหาได้อย่างรวดเร็ว	37 (9.25)	163 (40.75)	188 (47.00)	8 (2.00)	4 (1.00)	3.55	0.73	มาก
7. การเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะใช้ตำรา นึกแสดง ที่ชื่นชอบเป็น พิเศษเตอร์ มีความน่าสนใจ	15 (3.75)	80 (20.00)	206 (51.50)	86 (21.50)	13 (3.25)	3.00	0.84	ปานกลาง
8. การเลือกใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ชำระค่าสินค้าและบริการถูกลงกว่าการชำระเงินแบบอื่น	42 (10.50)	161 (40.25)	182 (45.50)	12 (2.5)	3 (0.75)	3.57	0.75	มาก
รวม						3.84	0.7	มาก

หมายเหตุ: (5) คือ มากที่สุด, (4) คือ มาก, (3) คือ ปานกลาง, (2) คือ น้อย, (1) คือ น้อยที่สุด และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

ตารางที่ 24 ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบในด้านปัจจัยทางบริบท

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
1.1 การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเห็นว่าคนรอบข้างก็ใช้กันและเป็นที่ยอมรับในสังคม	24 (6.00)	189 (47.25)	171 (42.75)	12 (2.50)	4 (1.00)	3.54	0.70	มาก
1.2 การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะชื่อเสียง และฐานะทางการเงินที่ดีของบริษัท สามารถสร้างความเชื่อมั่น	27 (6.75)	196 (49.00)	165 (41.25)	9 (2.75)	3 (0.75)	3.59	0.68	มาก
1.3 ระบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกต้องออกแบบให้เหมาะสมกับผู้ใช้แต่ละรายบุคคล	29 (7.25)	200 (50.00)	162 (40.50)	5 (1.25)	4 (1.00)	3.61	0.68	มาก
1.4 การบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความรู้ ความเข้าใจและคอยชินกับการใช้เทคโนโลยีที่มากขึ้น	36 (9.00)	192 (48.00)	163 (40.75)	4 (1.00)	5 (1.25)	3.63	0.72	มาก
1.5 การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะมีบุคคลแนะนำ	31 (7.75)	161 (40.25)	191 (47.75)	11 (2.75)	6 (1.5)	3.50	0.74	มาก
รวม						3.58	0.70	มาก

หมายเหตุ: (5) คือ มากที่สุด, (4) คือ มาก, (3) คือ ปานกลาง, (2) คือ น้อย, (1) คือ น้อยที่สุด และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าร้อยละ

จากตารางที่ 22 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในด้านปัจจัยอุปนิสัยส่วนบุคคล พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของระดับปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดจากการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เพราะความสะดวกสบาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประสบการณ์ที่ดีและน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.71 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะปกติเป็นคนมี life style เกี่ยวกับเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นนวัตกรรมที่ทำให้ชีวิตท่านเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีมากกว่าผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 อยู่ในระดับมาก และการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะไม่มีทางเลือกที่ดีกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

จากตารางที่ 23 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในด้านปัจจัยทางการตลาด พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75

เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของระดับปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดจากการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จากการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ได้เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 อยู่ในระดับมาก รองลงมาการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีการประชาสัมพันธ์ถึงระบบการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องจะทำให้ได้รับสิทธิประโยชน์มากขึ้น เช่น ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ หากพบว่าแต่ละบริษัทที่ขายสินค้าหรือบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ หากมีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ต่อครั้งจะต่ำกว่าช่องทางอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ชำระค่าสินค้าและบริการถูกลงกว่าการชำระเงินแบบอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 อยู่ในระดับ

มาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีช่องทางการแจ้งปัญหาได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 อยู่ในระดับมาก และการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะใช้ดารานักแสดง ที่ชื่นชอบเป็น พิธีเซนต์อร์ มีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

จากตารางที่ 24 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับปัจจัยที่มีผลกระทบของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในด้านปัจจัยทางบริบท พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70

เมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของระดับปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ทำให้มีความรู้ความเข้าใจและเคยชินกับการใช้เทคโนโลยีที่มากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 อยู่ในระดับมาก รองลงมาระบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกออกแบบให้เหมาะสมกับผู้ใช้แต่ละรายบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะชื่อเสียง และฐานะทางการเงินที่ดีของบริษัท สามารถสร้างความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 อยู่ในระดับมาก การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเห็นว่าคนรอบข้างก็ใช้กันและเป็นที่นิยมในสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 อยู่ในระดับมาก และการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะมีบุคคลแนะนำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นการศึกษาปัจจัยใดที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกแบบลำดับ (Ordered Logit Model) ในการวิเคราะห์ที่ได้ทำการคัดเลือกตัวแปรอิสระที่ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามออกจากสมการครั้งละ 1 ตัวแปร เพื่อให้สมการประมาณค่ามีความเหมาะสมที่สุด ผลการวิเคราะห์เป็นไปดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปร	Coefficient	Std.Error	Z-Statistic	p-value
Gender	0.59394	0.30069	1.98	0.048**
Income	0.77632	0.24442	3.18	0.001***
Expenses1	-0.54055	0.20986	-2.58	0.010***
Frequency	0.47685	0.10137	4.70	0.000***
Eservices	0.39774	0.07719	5.15	0.000***
Devices	0.58360	0.21686	2.69	0.007***
Expenses2	0.27900	0.13406	2.08	0.037**
			Log likelihood = -275.89233	
Cut 1	1.94666	0.68877	LR statistic = 136.35	
Cut 2	5.49414	0.73524	Probability (LR stat) = 0.0000	
			Pseudo R ² = 0.352	

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญ 0.10, ** ระดับนัยสำคัญ 0.05, *** ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 25 สามารถอธิบายได้ว่า ค่าสถิติ likelihood Ratio (LR) เท่ากับ 136.35 และค่า p-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สามารถสรุปได้ว่ามีสัมประสิทธิ์การถดถอยอย่างน้อย 1 ตัวในแบบจำลองที่ไม่เท่ากับศูนย์ และค่า Pseudo มีค่าเท่ากับ 0.352 ซึ่งตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 35.20

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด 7 ปัจจัย คือ เพศ (Gender) รายรับเฉลี่ยต่อเดือน (Income) รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน (Expenses1) จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน (Frequency) จำนวนบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Eservices) จำนวนอุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Devices) รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Expenses2)

สำหรับค่า Limit Point จากการประมาณค่าของแบบจำลองสามารถนำไปใช้ในการแบ่งกลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ดังนี้

$$Behavior = 1 \text{ เมื่อ } Behavior^* \leq 1.94666$$

$$Behavior = 2 \text{ เมื่อ } 1.94666 < Behavior^* \leq 5.49414$$

$$Behavior = 3 \text{ เมื่อ } Behavior^* > 5.49414$$

เมื่อกำหนดให้

$Behavior = 1$ หมายถึง จัดเป็นกลุ่มการใช้จ่ายลดลง

$Behavior = 2$ หมายถึง จัดเป็นกลุ่มการใช้จ่ายเท่าเดิม

$Behavior = 3$ หมายถึง จัดเป็นกลุ่มการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

โดยมีสมการการประมาณค่าจากแบบจำลองดังนี้

$$\begin{aligned} Behavior^* = & 0.59394(Gender) + 0.77632(Income) - 0.54055(Expenses1) \\ & + 0.47685(Frequency) + 0.39774(Eservices) + 0.58360(Devices) \\ & + 0.27900(Expenses2) \end{aligned}$$

จากสมการข้างต้น สามารถนำไปหาความน่าจะเป็นเกี่ยวกับกลุ่มค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในจังหวัดเชียงใหม่ในแต่ละบุคคลมีสมการดังต่อไปนี้

$$prob (Behavior = 1) = (1 + \exp(Behavior^* - 1.94666))^{-1}$$

$$\begin{aligned} prob (Behavior = 2) = & (1 + \exp(Behavior^* - 5.49414))^{-1} \\ & - (1 + \exp(Behavior^* - 1.94666))^{-1} \end{aligned}$$

$$prob (Behavior = 3) = (1 + \exp(Behavior^* - 5.49414))^{-1}$$

นอกจากนี้ยังสามารถหาผลกระทบส่วนเพิ่มเติม (Marginal Effect) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวต่อความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะได้พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 26 ผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะได้พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

ตัวแปร	<i>prob (Y = 1)</i>	<i>prob (Y = 2)</i>	<i>prob (y = 3)</i>
Gender	-0.0167	-0.1334	0.1481
Income	-0.0191	-0.1743	0.1935
Expenses1	0.0135	0.1214	-0.1348
Frequency	-0.0117	-0.1071	0.1189
Eservices	-0.0098	-0.0893	0.0992
Devices	-0.0144	-0.1311	0.1455
Expenses2	-0.0069	-0.0626	0.0696

หมายเหตุ : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 26 สามารถอธิบายได้ว่า หากเพศ (Gender) มีการเปลี่ยนแปลง จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายน้อยลงเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 1.67 ส่วนความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเท่าเดิมเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 13.34 และความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 14.81 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า เมื่อผู้บริโภคเป็นเพศหญิง ย่อมมีโอกาสที่ผู้เพศหญิงมีการใช้จ่ายผ่านบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงมีจำนวนการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศชาย

หากรายรับเฉลี่ยต่อเดือน (Income) มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือลดลง 1 หน่วย จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายน้อยลงเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือลดลง ร้อยละ 1.91 ส่วนความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเท่าเดิมเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือลดลง ร้อยละ 17.43 และความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น หรือลดลง ร้อยละ 19.35 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า เมื่อผู้บริโภคมีรายรับเพิ่มมากขึ้น ย่อมมีโอกาสที่ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายผ่านบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ทางเทคโนโลยีได้มากขึ้น ย่อมมีโอกาที่ผู้บริโภคจะใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

หากรายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (Expenses₂) มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 หน่วย จะทำให้ความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายน้อยลงเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 0.69 ส่วนความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเท่าเดิมเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 6.26 และความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ร้อยละ 6.96 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้นเมื่อเทียบกับรายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ย่อมมีโอกาที่จะซื้อสินค้าและบริการผ่านบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น

จากการวิเคราะห์ผลกระทบส่วนเพิ่ม พบว่า ตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความน่าจะเป็นที่ผู้บริโภคจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ รายรับเฉลี่ยต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.35 รองลงมาเพศ คิดเป็นร้อยละ 14.81 และจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 14.55 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้กำหนดพื้นที่ศึกษา คือ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นอำเภอที่มีความเจริญ และเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ ขนาดตัวอย่าง 400 ราย สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกแบบลำดับ (Ordered Logit Model) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคล

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 83.75 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16.25 อายุอยู่ระหว่าง 25 ถึง 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคืออายุอยู่ระหว่าง 30 ถึง 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.75 มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 80.50 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.25 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 40.00 มีอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาคืออาชีพหน่วยงานราชการ หรือหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาคือมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 ถึง 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีรายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือมีรายจ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.25

พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่รับรู้จากสื่อโฆษณา อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 67.50 รองลงมาจากการบอกต่อจากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 20.25 จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือนมากกว่า 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคือจำนวนที่ใช้บริการ 7 ถึง 9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.00 วันที่เลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่าน

ทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำเป็นวันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมาวันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์) คิดเป็นร้อยละ 14.25 ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำไม่เกิน 5 นาที คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาใช้เวลา 6 ถึง 10 นาที คิดเป็นร้อยละ 28.75 ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่วงเวลา 18.00 น. ถึง 23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาช่วงเวลา 12.00 น. ถึง 17.59 น. คิดเป็นร้อยละ 39.00 สาเหตุที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีสะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมาอยากทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ คิดเป็นร้อยละ 10.50 ประเภทสินค้าและบริการที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประเภทแฟชั่น คิดเป็นร้อยละ 30.98 รองลงมาประเภทสาธารณูปโภค คิดเป็นร้อยละ 19.26 รูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แบบชำระเงินทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 47.19 รองลงมารูปแบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 21.57 บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ทางธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 15.36 รองลงมาธนาคารกรุงไทย คิดเป็นร้อยละ 14.09 อุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสมาร์ตโฟน คิดเป็นร้อยละ 70.84 รองลงมาแท็บเล็ต คิดเป็นร้อยละ 19.50 รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์อยู่ระหว่าง 1,001 ถึง 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมารายจ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.25

พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 50.75 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 46.25 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 4.50 รองลงมาค่าใช้จ่ายเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 44.00 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 33.25 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 10.75 ส่วนจำนวนหนี้เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 96.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16.25 รองลงมาจำนวนหนี้เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 3.75 เป็นเพศหญิง จำนวนเงินออมเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 82.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 15.25 รองลงมาจำนวนเงินออมนลดลง คิดเป็นร้อยละ 17.75 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 16.75 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ส่วนระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 67.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.75 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 9.50 รองลงมาระยะเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 32.75 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 26.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 6.75 ราคาสินค้าและบริการที่ชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เมื่อ

เทียบกับราคาสินค้าและบริการที่ชำระเงินแบบอื่นมีราคาเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 88.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 73.50 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 14.75 รองลงมาราคาสินค้าและบริการเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เทียบกับบริการที่ชำระเงินแบบอื่นมีราคาถูกลง คิดเป็นร้อยละ 10.00 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 9.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 1.00 การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 75.75 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.75 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 8.50 รองลงมาจำนวนซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 24.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 17.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 8.50 การใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 74.75 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 7.75 รองลงมาการใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยมีจำนวนเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 25.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 16.75 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 8.50 ระยะเวลาในการทำงานเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 98.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 82.50 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 15.75 รองลงมาระยะเวลาในการทำงานลดลง คิดเป็นร้อยละ 1.75 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 1.25 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 0.5 สิทธิประโยชน์เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง มีสิทธิประโยชน์เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 53.75 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 44.25 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 2.00 รองลงมาสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 46.25 แบ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 39.50 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 14.25

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์โดยวิธี Ordered Logit Model พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 7 ปัจจัย ได้แก่ เพศ รายรับเฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่ใช้บริการ จำนวนบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวนอุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เมื่อใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ รายรับเฉลี่ยต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.35 รองลงมาเพศ คิดเป็นร้อยละ 14.81 และจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 14.55 ตามลำดับ

แนวทางการปรับตัว ของผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่าย การเพิ่มขึ้นของจำนวนหนี้ การลดลงของเงินออม และการใช้จ่ายเงินสำหรับ

สินค้าฟุ่มเฟือย กลุ่มตัวอย่างได้มีการปรับตัวและมีแนวทางการแก้ไข คือ หารายได้พิเศษ ทำงานเพิ่มขึ้น (OT) จัดสรรเงิน แบ่งเงินเป็นส่วน ๆ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลจากงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้

พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 25 ถึง 30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานเอกชน มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001 ถึง 20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชวิตา พุ่มดนตรี (2559) ที่ว่าของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์ (2553) ที่ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 ถึง 34 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยวิธี Ordered Logit Model พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อผู้บริโภคที่ใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด 7 ปัจจัย คือ เพศ รายรับเฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนครั้งที่ใช้บริการ จำนวนบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวนอุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพรพรรณ ช้างงาเนียม (2553) ที่ว่าปัจจัยในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ มีความสัมพันธ์กับ รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน และความถี่ที่ใช้ชำระสินค้าและบริการ

ส่วนเพศ ในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพศหญิงย่อมมีโอกาสใช้บริการชำระเงินมากกว่าเพศชาย เนื่องจากพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินในประเภทแพชชั่นมากที่สุด จะเห็นได้ว่าเพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนจำนวนบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ และจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แต่ละบุคคล และหากมีเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์ได้มากขึ้น จะตอบสนองความต้องการที่จะชำระเงินมากขึ้น และสะดวกขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากมีช่องทางการบริการลดลง อาจทำให้การตอบสนองต่อความต้องการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ลดลง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลต่อผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีปัจจัยรายรับเฉลี่ยต่อเดือน (ดังตารางที่ 25) เป็นปัจจัยที่ทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ แสดงว่าผู้บริโภคที่มีรายรับเพิ่มขึ้น ย่อมมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น ฉะนั้นผู้บริโภคต้องมีการทำงานเพิ่มมากขึ้น

2. จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยส่วนใหญ่เข้าถึงบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 9 ครั้ง ทั้งเพศชาย และเพศหญิง (ดังตารางที่ 3) แสดงให้เห็นว่าควรมีข้อจำกัดในการเข้าถึงระบบชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

3. ภาครัฐควรมีนโยบาย หรือออกมาตรการการเข้าถึงบริการทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เนื่องจากการใช้บริการทางการเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มีการใช้จ่ายสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือยเพิ่มมากขึ้น (ดังตารางที่ 19) พร้อมทั้งแนะแนวทางการปรับตัวหรือแนวทางการแก้ไขปัญหา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนของตัวแปรตามได้ ร้อยละ 35.20 ส่วนร้อยละ 64.80 อาจเป็นอิทธิพลของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาในแบบจำลอง ดังนั้นควรศึกษาหาตัวแปรอื่น หรือเพิ่มการศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์อีกหรือไม่ ทั้งปัจจัยอื่น ๆ อาจไม่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

2. จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ควรขยายขอบเขตให้กว้างขึ้นโดยการเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มประชาชนที่มีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากคนในแต่ละพื้นที่มีความหลากหลายจึงมีความเป็นไปได้ว่าจะมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันไป และมีการก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางด้านธุรกรรมทางการเงินเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา

3. จากการศึกษาผลกระทบของบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค จะเห็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหลังจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นควรศึกษาพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงหลังจากใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ และหาแนวทางแก้ไขของผลกระทบจากการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2552. สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวีศา พุ่มดนตรี. 2559. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.** มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยญาพัทธ์ จงทวี. 2558. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร.** มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพมหานคร:ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2560. **รายชื่อผู้ประกอบการบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์.** (Publication.: <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/OversightOfEmoney/ListOfEmoney/Pages/eMoneyProvider.aspx>)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2551. **ระบบการชำระเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย.** (Publication.: <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Pages/default.aspx>)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2559. **ระบบการชำระเงิน 2559.** (Publication.:<https://www.bot.or.th/Thai/Pages/default.aspx>)
- อึ้ง อุดมไพจิติกุล. 2547. **เศรษฐศาสตร์การจัดการ.** พิมพ์ครั้งที่ 5 : กรุงเทพฯ:โครงการตำรา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิยะธิดา ราตรี. 2560 **การรับรู้ผลกระทบและการปรับตัวของเกษตรกรจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อคุณภาพผลผลิตลาไยในอำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่.** มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พรพรรณ ช่างงานเนียม. 2553. **ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร.** มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย. 2549. **หลักการและการใช้สถิติการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางการแพทย์** (พิมพ์ครั้งที่ 3).สงขลา: ชานเมืองการพิมพ์.
- ยุทธ ไกยวรรณ. 2555. **หลักการและการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกสำหรับการวิจัย.** วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.4(1) : 1-12 (2555).
- วัชรพล คงเจริญ. 2558. **ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร.** มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิรุณศิริ ใจมา. 2553. **เศรษฐศาสตร์จุลภาค 1.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. 2544. **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย.** (พิมพ์ครั้งที่ 4).กรุงเทพฯ:

บุญศิริการพิมพ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. . กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

สัจชัย อุปะเตีย. 2553. ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2559. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนจำแนกตามภาคและจังหวัด พ.ศ. 2549 - 2559 (Publication.: <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries11.html>)

สุริย์พร เหมือนหลิ่ง. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารวิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงกุล และดลยา จาตุรงคกุล. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 8).กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์. 2553. ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Chi ShingYiu and et al. 2007. Factors affecting the adoption of Internet Banking in Hong Kong implications for the banking sector. Journal of Information Management.,27(5), 336-351.

Wadie Nasri. 2011. Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia. International Journal of Business and Management,6(8).



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้โดยมีวัตถุประสงค์หลักครั้งนี้เพื่อศึกษาผลกระทบของการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้มีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายของการศึกษาเป็นผู้ที่ใช้บริการการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ซึ่งข้อมูลจะถูกนำมาใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความเสียหายหรือส่งผลกระทบต่อเนื่องใดตามมา ในโอกาสนี้ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านเป็นอย่างสูง

วิธีตอบแบบสอบถาม

1. โปรดอ่านคำถามให้เข้าใจก่อนตอบให้ครบ และตรงคำตอบมากที่สุด
2. ใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง () หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเห็นด้วยทั้งให้ความเห็นเพิ่มเติม
3. กรุณาเติมคำในช่องว่าง (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

- 1.1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
- 1.2. อายุ.....ปี
- 1.3. ระดับการศึกษาสูงสุด.....
- 1.4. สถานภาพ () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หย่าร้าง () 4. แยกกันอยู่
- 1.5. อาชีพ () 1. นักเรียน/นักศึกษา() 2. หน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ
() 3. พนักงานเอกชน () 4. ธุรกิจส่วนตัว () 5. เกษตรกร
() 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 1.6. รายรับต่อเดือน..... บาท
- 1.7. รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน..... บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

- 2.1. ท่านรู้จักบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ครั้งแรกจากแหล่งใด
- () 1. การบอกต่อจากผู้อื่น () 2. สื่อโฆษณาอินเทอร์เน็ต
- () 3. สื่อโฆษณาส่งพิมพ์ () 4. สื่อโฆษณาวิทยุโทรทัศน์
- () 5. ร้านค้าที่มีบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
- () 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 2.2. จำนวนครั้งที่ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อเดือน
- () 1. 1 - 3 ครั้ง () 2. 4 - 6 ครั้ง
- () 3. 7 - 9 ครั้ง () 4. มากกว่า 9 ครั้ง
- 2.3. วันที่ท่านเลือกเข้าใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ
- () 1. วันธรรมดา (วันจันทร์-ศุกร์) () 2. วันหยุด (วันเสาร์-อาทิตย์)
- () 3. วันหยุดนักขัตฤกษ์ (วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา ฯลฯ)
- 2.4. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ
- () 1. ไม่เกิน 5 นาที () 2. 6 - 10 นาที
- () 3. 11 นาที - 15 นาที () 4. มากกว่า 15 นาที
- 2.5. ช่วงระยะเวลาใดของวันที่ท่านใช้ในการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด
- () 1. 06.00 น. - 11.59 น. () 2. 12.00 น. - 17.59 น.
- () 3. 18.00 น. - 23.59 น. () 4. 00.00 น. - 05.59 น.
- 2.6. ในการเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ท่านเลือกใช้บริการโดยพิจารณาจากสาเหตุใดมากที่สุด
- () 1. สะดวกรวดเร็ว และทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา
- () 2. อยากทดลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ
- () 3. มีราคาสินค้าหรือบริการถูกกว่า
- () 4. มีความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย
- () 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 2.7. ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ในการซื้อสินค้าและบริการใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ประเภทแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เป็นต้น
- () 2. ประเภทสาธารณูปโภค เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่า เป็นต้น
- () 3. ประเภทสินค้าอุปโภค เช่น ของใช้ในชีวิตประจำวัน วัตถุดิบประกอบอาหาร เป็นต้น

() 4. ประเภทบันเทิง เช่น บัตรคอนเสิร์ต เติมเกมส์ ซื้อแอปพลิเคชัน ซื้อตั๋วภาพยนตร์ เป็นต้น

() 5. ประเภทการท่องเที่ยว เช่น บัตรโดยสารเครื่องบิน รถทัวร์ โรงแรม เป็นต้น

() 6. ประเภทการเงิน การลงทุน เช่น ชำระค่าหุ้น ชำระเงินค่ากองทุน ชำระค่าผ่อนสินค้า เป็นต้น

() 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2.8. ประเภทรูปแบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต () 2. ชำระเงินผ่านบัตรเดบิต

() 3. ชำระเงินผ่านระบบ E-Banking () 4. ชำระเงินผ่าน E-Wallet

() 5. ชำระเงินผ่านระบบ Pay-Pal () 6. ชำระเงินแบบหักบัญชีฝาก

() 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2.9. ท่านใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของบริการใดบ่อยที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ธนาคารกรุงเทพ () 2. ธนาคารกรุงไทย

() 3. ธนาคารกรุงศรี () 4. ธนาคารกสิกรไทย

() 5. ธนาคารทหารไทย () 6. ธนาคารทีสโก้

() 7. ธนาคารไทยพาณิชย์ () 8. ธนาคารเกียรตินาคิน

() 9. ธนาคารธนชาติ () 10. ธนาคารยูโอบี

() 11. ธนาคารออมสิน () 12. ธนาคารซีทีแบงก์

() 13. AIS mPAY () 14. TrueMoney Wallet

() 15. Jaew Wallet () 16. BluePay Wallet

() 17. Rabbit LINE Pay () 18. PayPal

() 19. AirPay () 20. Be wallet

() 21. zGold-MOLPoints () 22. PayforU

() 23. LAZADA Wallet () 24. Shopee Wallet

() 25. Deep Pocket () 26. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2.10. ท่านใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์จากแหล่งใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. สมาร์ทโฟน () 2. คอมพิวเตอร์/โน้ตบุ๊ก

() 3. แท็บเล็ต

2.11. รายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนเท่าใด

() 1. ต่ำกว่า 1,000 บาท () 2. 1,001 – 2,000 บาท

- () 3. 2,101 – 3,000 บาท () 4. 3,001 – 4,000 บาท
 () 5. 4,001 – 5,000 บาท () 6. 5,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคหลังจากมีการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

- 3.1. จำนวนค่าใช้จ่ายที่ท่านใช้เมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม
 () 3. เพิ่มขึ้น (จำนวน.....บาท/ต่อเดือน)
 ถ้า เพิ่มขึ้น มีแนวทางการปรับตัวหรือการแก้ไขปัญหา.....
- 3.2. จำนวนหนี้เมื่อท่านใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม
 () 3. เพิ่มขึ้น (จำนวน.....บาท/ต่อเดือน)
 ถ้า เพิ่มขึ้น มีแนวทางการปรับตัวหรือการแก้ไขปัญหา.....
- 3.3. จำนวนเงินออมเมื่อท่านใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม
 () 3. เพิ่มขึ้น (จำนวน.....บาท/ต่อเดือน)
 ถ้า ลดลง มีแนวทางการปรับตัวหรือการแก้ไขปัญหา.....
- 3.4. ระยะเวลาที่ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม () 3. เพิ่มขึ้น
- 3.5. ราคาสินค้าที่ชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เมื่อเทียบกับราคาสินค้าที่ชำระเงินแบบอื่น
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม () 3. เพิ่มขึ้น
- 3.6. การใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ท่านสามารถซื้อสินค้าออนไลน์
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม () 3. เพิ่มขึ้น
- 3.7. มีการใช้จ่ายเงินสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม () 3. เพิ่มขึ้น
- 3.8. ระยะเวลาในการทำงานของท่านเมื่อใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม () 3. เพิ่มขึ้น
- 3.9. การใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องจะทำให้ท่านได้รับสิทธิประโยชน์
- () 1. ลดลง () 2. เท่าเดิม () 3. เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 4 การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การศึกษาผลกระทบของผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ปัจจัยส่วนบุคคล						
1	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านอุปกรณ์ที่ตนเองมีเป็นประสบการณ์ที่ดีและน่าสนใจ					
2	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะความสะดวกสบาย					
3	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะปกติเป็นคนมี life style เกี่ยวกับเทคโนโลยีอยู่แล้ว					
4	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะไม่มีทางเลือกที่ดีกว่า					
5	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเป็นนวัตกรรมที่ทำให้ชีวิตท่านเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีมากกว่าผู้ที่ที่ไม่ได้ใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์					
ปัจจัยทางการตลาด						
1	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ได้เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแต่อย่างใด					
2	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีการประชาสัมพันธ์ถึงระบบการรักษาความปลอดภัย					
3	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องจะทำให้ได้รับสิทธิประโยชน์มากขึ้น เช่น ส่วนลด ของกำนัล					
4	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ หากพบว่าแต่ละบริษัทที่ขายสินค้าหรือบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์					

การศึกษาผลกระทบของผู้ใช้บริการชำระเงิน ผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์		ระดับความคิดเห็น				
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5	หากมีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อ ครั้งจะต่ำกว่าช่องทางอื่น					
6	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ มีช่องทางการแจ้ง ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว					
7	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะใช้ตรา นักแสดง ที่ชื่นชอบเป็น พรีเซนเตอร์ มีความน่าสนใจ					
8	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ชำระค่าสินค้า และบริการถูกลงกว่าการชำระเงินแบบอื่น					
ปัจจัยทางด้านบริษัท						
1	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเห็นว่าคน รอบข้างก็ใช้กันและเป็นที่ยอมรับในสังคม					
2	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะชื่อเสียง และฐานะทางการเงินที่ดีของบริษัท สามารถสร้างความ เชื่อมั่น					
3	ระบบการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านเคยใช้ได้ถูกออกแบบ ให้เหมาะสมกับผู้ใช้แต่ละรายบุคคล					
4	การบริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ท่านมีความรู้ความ เข้าใจและเคยชินกับการใช้เทคโนโลยีที่มากขึ้น					
5	ท่านเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เพราะมีบุคคล แนะนำ					

*** ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ***

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวภาวณี ถอนโพธิ์
เกิดเมื่อ	15 กุมภาพันธ์ 2537
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2559 ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาสถิติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ พ.ศ. 2555 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอ่างทองปัทมโรจน์วิทยาคม พ.ศ. 2552 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอ่างทองปัทมโรจน์วิทยาคม
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2560 ผู้ช่วยนักวิจัย สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้

