

A Study on the Spread of Coronavirus (Covid-19) Affecting Generation Y and Z's Electronic Payment Behavior in Thailand and the Perception to Step into a Cashless Society

การศึกษาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวสู่สังคมไร้เงินสด Covid-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และการรับรู้การก้าวสู่สังคมไร้เงินสด

Jutamas Khemngoen^{a*}

จุฑามาศ เข็มเงิน^{a*}

^aGraduate School of Public Administration, National Institute of Development Administration, Thailand

*Corresponding author: chomview.eva@gmail.com

Received 30 May 2022; Revised 26 July 2021; Accepted 3 August 2022;

Published Online 22 March 2023

Abstract

The current coronavirus epidemic situation, as a result, people in society need to adjust and change their lifestyle behaviors to survive this situation until it becomes a new norm. Combined with the advancement of technology, it is a factor that encourages people's behavior to change in society amid the coronavirus epidemic situation. Especially Generation Y and Generation Z people have a habit of spending via electronic payment systems instead of using cash. Moreover, it is a group of people who play an important role in bringing Thailand into a cashless society. A society where cash will become less important and will be replaced by computer and telecommunication systems for financial transactions. This research aimed to study the relationship between the coronavirus epidemic affecting Generation Y and Z's electronic payment behavior in Thailand and the perception of becoming a cashless society from the electronic payment behavior of Generation Y and Z in Thailand. This research is survey research from a sample group of Generation Y (1981-1994) and Generation Z (1995-2010) in Thailand using data collection techniques from A convenient survey of 400 samples by creating and submitting questionnaires via online channels. The statistics were used for percentage, mean, standard deviation, puppet variable, and Pearson correlation coefficient. Simple regression and multiple regression in data analysis.

The results of the research revealed that the factors in the year of birth and the situational factor of the coronavirus (covid 19) epidemic was statistically correlated with Generation Y and Z's electronic payment behavior at a 0.05 level. The best predictor of the change in spending behavior through the e-payment system of Generation Y and Z is the coronavirus (covid 19) situation factor, which can predict the change in the electronic payment behavior of Generation Y and Z got 28.8%, followed by the birth year factor. Generation Y and Z having e-payment behavior change were predicted by 12.7%. Respectively, generation Y and Z's e-payment behavior (intent to use) was correlated with their stepping into a cashless society with a statistical significance of 0.05, which can explain the variation in entering a cashless society by 2.8 percent.

Please cite this article as: Khemngoen, J. (2023, March). A Study on the Spread of Coronavirus (Covid-19) Affecting Generation Y and Z's Electronic Payment Behavior in Thailand and the Perception to Step into a Cashless Society.

Journal of Digital Business and Social Sciences, 9(1), JDB003, 1-18.

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาในปัจจุบัน ส่งผลให้คนในสังคมไทยจำเป็นต้องปรับตัวและเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตเพื่อให้สามารถดำรงอยู่กับสถานการณ์เช่นนี้จนกลายเป็นความปกติรูปแบบใหม่ ผสมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ยิ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้พฤติกรรมของคนในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา โดยเฉพาะกลุ่มคน Generation Y และ Generation Z ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสด และเป็นกลุ่มคนที่มีส่วนสำคัญที่จะสามารถนำพาประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด สังคมที่เงินสดจะมีความสำคัญลดน้อยลงและจะถูกแทนที่ด้วยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงิน (ปรีดา ดาวฉาย, 2559) โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดจากพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากกลุ่ม Generation Y (พ.ศ. 2524-2537) และกลุ่ม Generation Z (พ.ศ. 2538-2553) ในประเทศไทย จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยสร้างและส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ และใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตัวแปรทวน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การถดถอยอย่างง่ายและการถดถอยพหุคูณในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านช่วงปีเกิด และปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Covid 19) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Covid 19) ซึ่งสามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ได้ร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่วงปีเกิด สามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ได้ร้อยละ 12.7 ตามลำดับ และพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ของ Generation Y และ Z (ความตั้งใจใช้งาน) มีความสัมพันธ์กับการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรในการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ได้ร้อยละ 2.8

คำสำคัญ: *สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด19 ในประเทศไทย; พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (ความตั้งใจใช้งาน); เจนเนอเรชันวายและแซด; สังคมไร้เงินสด*

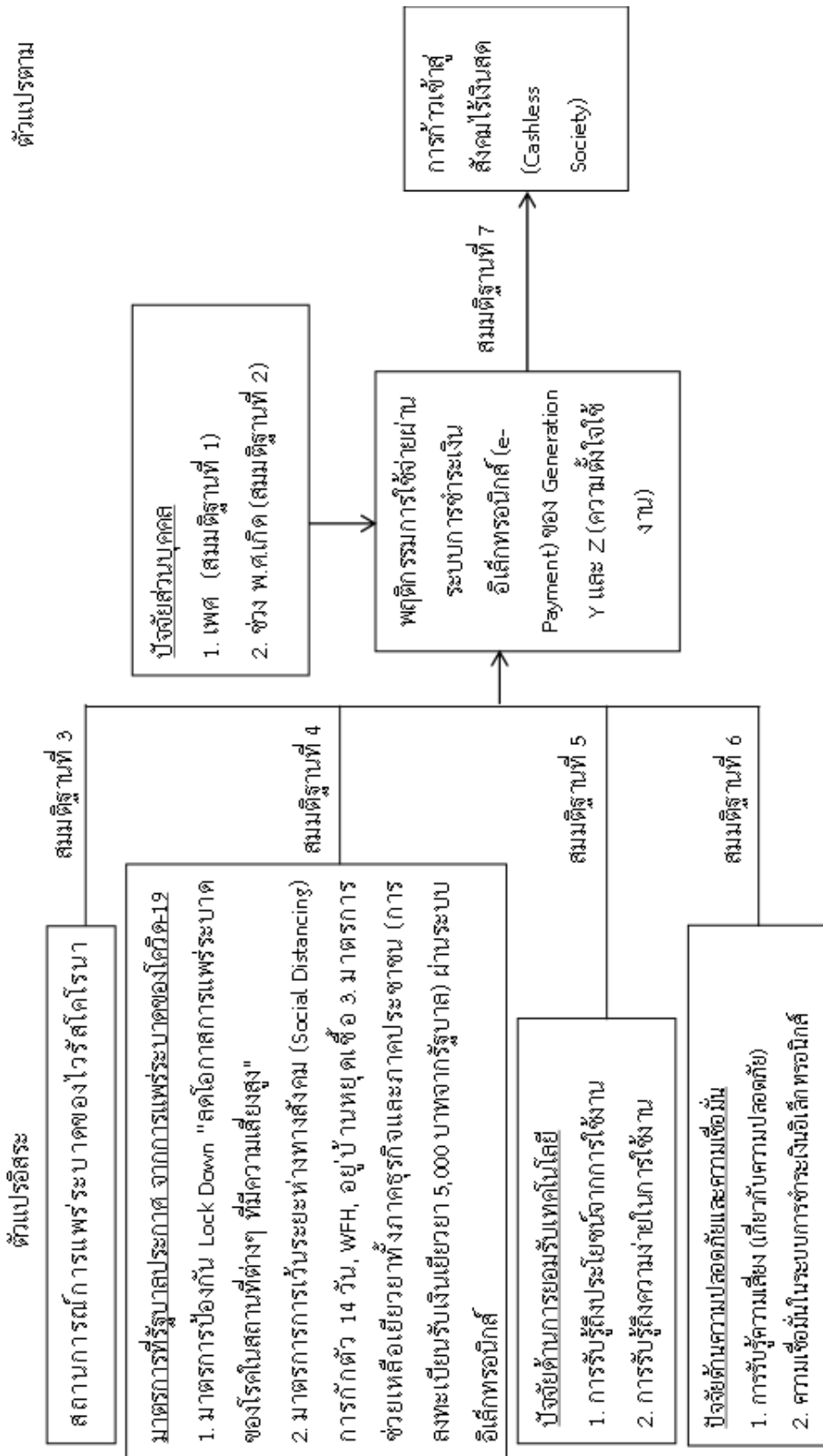
1. บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในปัจจุบัน องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) ได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern (PHEIC)) และประกาศตั้งชื่ออย่างเป็นทางการสำหรับเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 โดยใช้ชื่อว่า Covid-19 (World Health Organization, 2020) การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) กลายเป็นภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในเชิงการแพทย์และการสาธารณสุข เชิงการเมือง เศรษฐกิจและสังคมที่อุบัติขึ้นทุกประเทศทั่วโลก สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ Covid-19 เป็นโรคติดต่ออันตราย ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 และคณะกรรมการบริหารสถานการณ์เสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณามาตรการในด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสาธารณสุข ด้านเวชภัณฑ์ป้องกัน ด้านข้อมูล ด้านการต่างประเทศ ด้านมาตรการป้องกัน Lock Down “ลดโอกาสการแพร่ระบาดของโรคในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีความเสี่ยงสูง” และด้านมาตรการช่วยเหลือเยียวยาทั้งภาคธุรกิจและภาคประชาชน ทั้งนี้ยังได้มีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2558 เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ภายในประเทศ จึงส่งผลให้การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในประเทศไทยตามรายงานของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.) ณ วันที่ 14 เมษายน 2564 ประเทศไทยมีผู้ติดเชื้อสะสม 35,910 ราย เสียชีวิตสะสม 97 ราย รักษาตัวอยู่ในโรงพยาบาล 7,491 ราย และรักษาหายแล้ว 28,322 ราย (ศูนย์บริหารสถานการณ์ โควิด 19 [ศบค.], 2564) สำหรับมาตรการต่าง ๆ ที่รัฐบาลได้ออกประกาศให้ประชาชนปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) นับเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากคนส่วนใหญ่พยายามหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสดโดยตรง ซึ่งอาจมีเชื้อโรคปนเปื้อนอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของธนาคารไทยพาณิชย์ ที่พบว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยผู้บริโภคมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการจับเงินสดโดยตรง และงดเดินทางออกจากบ้านโดยไม่จำเป็น ทั้งยังมีพฤติกรรมหันมาใช้ช่องทางดิจิทัลในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น นอกจากนี้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายผ่านระบบออนไลน์บนแพลตฟอร์มทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (วัฒนพงษ์ ใจวาง, 2563) สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ในการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยประจำปี 2563 พบว่า ในปี 2563 คนไทยมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็น 11 ชั่วโมงต่อวัน โดยเฉพาะ Generation Y (อายุ 19-38 ปี) และ Generation Z (อายุน้อยกว่า 19 ปี) เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตสูงที่สุด และมีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าออนไลน์ 67.3% ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee สูงถึง 75.6% รองลงมา คือ Lazada 65.5%, Facebook Fanpage 47.5%, Line 38.9% และ IG 21.8% ตามลำดับ และทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ 56.5% (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ [ETDA], 2563) และผลการสำรวจของ Visa ประเทศไทยร่วมกับบริษัท Toluna เกี่ยวกับทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคประจำปี 2559 พบว่า พฤติกรรมของ Generation Y เป็นกลุ่มที่หันมาใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการทำธุรกรรมทางออนไลน์มากที่สุด โดย 8 ใน 10 นิยมชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตในการทำธุรกรรมออนไลน์ และจากการศึกษาด้านทัศนคติในการชำระเงินของผู้บริโภคในปี 2559 พบว่า คนไทย 6 ใน 10 คน มีความมั่นใจในระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดย 59% พกเงินสดติดตัวลดลง 60% เชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัย 48% สามารถกด

เงินจากตู้ ATM ได้ทันที และอีก 36% ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสด ซึ่งแนวโน้มการใช้จ่ายเงินสดจะลดลงอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของคนไทยเริ่มมีความคุ้นเคยและมั่นใจในระบบการรักษาความปลอดภัยของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Oongkhing, 2017) สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ที่กำลังเกิดขึ้นในโลกปัจจุบัน อาจส่งผลหรือกระตุ้นให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของคนไทยเปลี่ยนแปลงไป ผนวกกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน ยิ่งช่วยส่งเสริมให้พฤติกรรมของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม แม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ยังไม่มีแนวโน้มจะบรรเทาหรือคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น ประชาชนจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตให้สามารถดำรงอยู่กับภัยพิบัตินี้จนกลายเป็นความเคยชินที่จะต้องอยู่กับภัยพิบัติ เช่นนี้ไปตลอด จนกลายเป็นความปกติรูปแบบใหม่ (New Normal) การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาอาจทำให้พฤติกรรมของคนเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการที่จะกลับเข้าสู่สภาวะปกติได้นั้นอาจทำให้เกิดพฤติกรรมรูปแบบใหม่ของผู้บริโภคที่เรียกว่า “ความปกติรูปแบบใหม่” (New Normal) ในสังคมไทย โดย ไอพีจี มีเดียแบรนด์ส์ ประเทศไทยคาดการณ์ว่า เมื่อการแพร่ระบาดสิ้นสุดลง คนไทยจะกลายเป็นผู้เชี่ยวชาญการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน การคำนึงเรื่องความปลอดภัยทำให้ผู้บริโภคเลือกทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้เทคโนโลยีมากขึ้น กลายเป็นความปกติรูปแบบใหม่ด้านการเงิน และการใช้จ่ายผ่านระบบดิจิทัลจะเป็นประตูนำไปสู่การเป็นสังคมไร้เงินสดมากขึ้น (ถนัดกิจ จันภิเษน, 2563) นอกจากนี้ ผลสำรวจของ VISA ประเทศไทย พบว่า คนไทยร้อยละ 61 กำลังพัฒนานิสัยในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดโดยเลือกที่จะใช้จ่ายด้วยบัตรชำระเงินหรือผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนมากกว่าการใช้เงินสด และร้อยละ 69 มีแนวโน้มที่จะผูกติดกับการใช้จ่ายผ่านช่องทางดิจิทัลแทนการกลับไปใช้เงินสดแบบเดิมแม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสิ้นสุดลง (Oongkhing, 2017) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส (Covid-19) จะสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y และ Z ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ในสังคมไทย ซึ่งคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มคนที่ทำให้พฤติกรรมบริการบริโภคในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากในอดีต โดยคนในกลุ่มนี้จะมีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ต้องการความทันสมัยและความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้การเลือกบริโภคสินค้าและช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าเปลี่ยนไป กลุ่มคนดังกล่าวจึงมีส่วนสำคัญที่จะสามารถนำพาประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้ในอนาคต (ปริธา ดาวฉาย, 2559) นอกจากนี้ปัจจัยข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่ม Generation Y และ Z โดยได้ศึกษางานวิจัยของ รัชดา บัวสำลี (2553) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้รูปแบบการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต โดยทำการศึกษากลุ่มผู้ใช้งานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ทางเลือกในการชำระสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การยอมรับการใช้รูปแบบการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในขณะที่ อายุ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การยอมรับการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นอกจากนี้ทัศนคติด้านความเชื่อมั่นต่อระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ทัศนคติด้านความซับซ้อนของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ทัศนคติด้านอิทธิพลทางสังคม ทัศนคติด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีเกี่ยวกับประโยชน์ของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) การยอมรับเทคโนโลยีด้านความสะดวกของการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความเป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้รูปแบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ของ

ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ขณะที่ ภัคจวรรณ ธนมนตรี (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบมือถือออนไลน์ โดยได้ทำการศึกษาจากลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการศึกษาความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบมือถือออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ขณะที่ สถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการศึกษาความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบมือถือออนไลน์แตกต่างกันระดับนัยสำคัญ 0.05 และจากการศึกษาผลกระทบของการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อความตั้งใจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ของ Lu, Hsu, C., and Hsu, H. (2005) โดยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้โปรแกรมป้องกันไวรัสเวอร์ชันทดลองแบบออนไลน์ จำนวน 1,259 คน ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของกลุ่มตัวอย่าง จะมีผลกระทบทางอ้อมต่อการใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในรูปแบบออนไลน์ภายใต้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย แต่พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลอย่างมากต่อการใช้งานในอนาคตของกลุ่มตัวอย่าง ขณะที่การรับรู้ในเรื่องประโยชน์ที่ได้รับมีความสำคัญต่อการลงใช้หรือเลิกใช้ของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังพบอีกว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการใช้งาน ร้อยละ -29.3 และพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในความตั้งใจ ร้อยละ 26.6 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 หมายความว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับมาก จะส่งผลให้พฤติกรรมความตั้งใจใช้ของกลุ่มตัวอย่างลดลง แต่หากกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับต่ำ จะส่งผลให้พฤติกรรมความตั้งใจใช้ของกลุ่มตัวอย่างมีมากขึ้น นอกจากนี้ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ร้อยละ -27.0 แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ขณะที่ Rigopoulos and Dimitrios (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่อง A TAM Framework to Evaluate User' Perception towards Online Electronic Payment หรือการศึกษาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในการประเมินการรับรู้เกี่ยวกับผู้ใช้บริการชำระเงินออนไลน์ ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวสามารถอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมที่แตกต่างกันของผู้ใช้เทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งแบบจำลอง TAM เป็นทฤษฎีที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย และถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวัดระดับทัศนคติที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี งานวิจัยนี้จึงได้นำเอาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาดัดแปลง เพื่อศึกษาทัศนคติ การยอมรับปัจจัยพื้นฐานทางด้านอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยี และยังนำเอาแบบจำลองดังกล่าวมาพัฒนา เพื่อวัดทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับรูปแบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ซึ่งศึกษาจากกลุ่มประชากรซึ่งเป็นพนักงานธนาคารในประเทศกรีซ โดยการแจกแบบสอบถามออนไลน์และทางอีเมล ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานและการรับรู้ด้านความสะดวกสบาย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมความตั้งใจและยอมรับการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) และ Kim, C., Tao, Shin, and Kim, K. (2009) ได้มีการศึกษาเรื่อง “หลักการสังเกตและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบที่มีผลต่อความต้องการของลูกค้า การรับรู้ถึงความปลอดภัย และความเชื่อมั่นในระบบที่มีผลต่อลูกค้า โดยการสร้างแบบจำลอง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 291 ตัวอย่าง ในประเทศเกาหลีใต้ โดยการเปรียบเทียบระหว่างการใช้จ่ายแบบปกติและการใช้จ่ายทาง อิเล็กทรอนิกส์แบบต่าง ๆ รวมถึงระบบความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจ การปิดบังข้อมูล การยอมรับด้านความปลอดภัย ความมีประสิทธิภาพและความสะดวกสบาย ผลการวิจัย พบว่า เทคโนโลยีเกี่ยวกับระบบการป้องกันพื้นฐานด้านความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะสำคัญกับการรับรู้ด้านความปลอดภัยของผู้บริโภค ซึ่งการรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของผู้บริโภคมีทิศทางบวกสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับด้านความเชื่อมั่นในการใช้บริการการจ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรม บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น นำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยให้เหมาะสมและสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ โดยกรอบแนวคิดการวิจัยผู้วิจัยได้สังเคราะห์มาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) มาใช้เป็นฐานในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนี้เป็นตัวแปรภายนอกที่สร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากบริการ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้บริการ (Perceived Ease of Use) ซึ่งส่งผลกระทบต่อทัศนคติต่าง ๆ ที่มีต่อการใช้งานและเจตนาในการใช้ (Attitude Toward Using) ทำให้เกิดพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี สุดท้ายก็จะเปลี่ยนพฤติกรรม (Behavior Intention) มาสู่การใช้งานจริง (Actual Use) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่าตัวแปรอิสระอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย จึงได้ศึกษางานวิจัยอื่น ๆ และได้นำเอาแนวคิดของ Kim et al. (2009) ที่ได้มีการศึกษาเรื่อง “หลักการสังเกตและการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment)” เพื่อหารูปแบบที่มีผลต่อความต้องการของลูกค้า การรับรู้ถึงความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในระบบที่มีผลต่อลูกค้าโดยการเปรียบเทียบระหว่างการใช้จ่ายแบบปกติและการใช้จ่ายทางอิเล็กทรอนิกส์แบบต่าง ๆ รวมถึงระบบความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจ การปิดบังข้อมูล การยอมรับด้านความปลอดภัย ความมีประสิทธิภาพและความสะดวกสบายมาประยุกต์ในงานวิจัยนี้ นั่นคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการยอมรับการชำระเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เนื่องจาก การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) นั้นไม่ได้กระทำโดยการชำระเงินระหว่างบุคคล แต่เป็นการชำระเงินจากบุคคลเข้าระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้การชำระเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีความเชื่อมั่นหรือน่าเชื่อถือกว่ามีความปลอดภัยลดน้อยลง เนื่องจากบุคคลรู้สึกไม่ปลอดภัยและไม่มั่นใจในระบบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) และการรับรู้การก้าวสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) จากพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย ได้ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้น สามารถแบ่งออกเป็น ตัวแปรอิสระ คือ เพศ, ช่วงปีเกิด, ปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid 19), ปัจจัยด้านมาตรการที่รัฐบาลประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19, ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และ ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในระบบ ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์(ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน) ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) นำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย และทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) จากพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

3. การดำเนินการวิจัย

การวิจัยการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวสู่สังคมไร้เงินสด มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มีขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหาที่มุ่งเน้นศึกษาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ซึ่งศึกษาถึงตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย เพศ, ช่วงปีเกิด, สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid 19), มาตรการที่รัฐบาลประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19, การยอมรับเทคโนโลยี และความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในระบบ ส่วนตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์ เพื่อให้ผู้ให้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ รวมทั้งกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและเพื่อพัฒนาธุรกิจให้สามารถเติบโตภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและมีความไม่แน่นอน

3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ ประชากรไทยที่มีอายุตั้งแต่ 10 - 39 ปี ที่ราชอาณาจักรไทย โดยข้อมูลจากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้เผยแพร่ข้อมูลจำนวนประชากรไทยตามทะเบียนราษฎรที่ราชอาณาจักร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 66.5 ล้านคน และแบ่งตามกลุ่มอายุ กลุ่ม Gen Y จำนวนประชากรจากสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2561 มีจำนวนประชากรช่วงอายุ 25 – 39 ปี ที่ราชอาณาจักรไทยจำนวนทั้งสิ้น 14,383,131 คน และกลุ่ม Gen Z จำนวนประชากรจากสำนักงานสถิติแห่งชาติปี 2561 มีจำนวนประชากรช่วงอายุ 10 – 24 ปี ที่ราชอาณาจักรไทยจำนวนทั้งสิ้น 12,784,951 คน รวมประชากรทั้งสองกลุ่มเป็น 27,168,082 คน คิดเป็น 40.60% ของจำนวนประชากรที่ราชอาณาจักรไทย ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ 400 ตัวอย่าง จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane จากนั้นผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามผ่าน Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

และแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-Ended) 2 ส่วน และคำถามปลายเปิด (Open-Ended) 1 ส่วน รวมทั้งสิ้น 51 ข้อ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ตัวแปรหุ่นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การถดถอยอย่างง่าย และการถดถอยพหุคูณ ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยได้เริ่มทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2563 – 1 มิถุนายน 2563 (ระยะเวลาประมาณ 6 เดือน) และเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน 2563 - 1 สิงหาคม 2563 (ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน)

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 64 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 36 เป็นเพศชาย ร้อยละ 59 เกิดช่วง พ.ศ. 2524-2537 และร้อยละ 41 เกิดช่วง พ.ศ. 2538-2553 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 เคยหรือทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ช่องทางผ่าน Mobile Banking มากที่สุด ร้อยละ 69.8 รองลงมาคือ Prompt Pay ร้อยละ 33.0 และ Credit / Debit ร้อยละ 47.0 ตามลำดับ โดยความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สัปดาห์ละครั้งมากที่สุด ร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ทำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ทำธุรกรรม 2-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ทำธุรกรรมน้อยกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5 และทำธุรกรรมเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ และมูลค่าในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 200 บาท/ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 29.3 ($\bar{X} = 347.5$, $S.D. = 219.98$) รองลงมา คือ 300 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.8, 500 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.8, 150 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.8, 350 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.0, 1000 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.8, 400 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.3, 100 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.3, 50 บาท/ครั้ง และ 2000 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment)	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศหญิง	256	64.0
2. เกิดช่วง พ.ศ. 2524 – 2537	236	59.0
3. เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	400	100
4. ใช้บริการช่องทาง Mobile Banking เป็นอันดับ1 ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	279	69.8

ข้อมูลทั่วไป และข้อมูลพฤติกรรมเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระ เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment)	จำนวน	ร้อยละ
5. ใช้บริการช่องทาง Prompt Pay เป็นอันดับ2 ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	132	33.0
6. ใช้บริการช่องทาง บัตร Credit/Debit เป็นอันดับ3 ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	188	47.0
7. ใช้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	194	48.5
8. มูลค่าในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เฉลี่ย 200 บาท/ครั้ง	117	29.3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 พบว่า ในภาพรวมด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความคิดเห็นด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.472) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านมาตรการที่ภาครัฐประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในภาพรวมด้านมาตรการที่ภาครัฐประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านมาตรการที่ภาครัฐประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.13, S.D. = 0.372) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับเทคโนโลยี ในภาพรวมด้านการยอมรับเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.13, S.D. = 0.364) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่น ในภาพรวมด้านการรับรู้ความปลอดภัยและเชื่อมั่น กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ความปลอดภัยและเชื่อมั่น อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.92, S.D. = 0.291) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความตั้งใจใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ในภาพรวมด้านความตั้งใจใช้งาน กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.50, S.D. = 0.459) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19, มาตรการที่ภาครัฐประกาศ, การยอมรับเทคโนโลยี, การรับรู้ด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่น และความตั้งใจใช้งานผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

ภาพรวมระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. ภาพรวมของระดับความคิดเห็นด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของ ของโควิด-19	4.24	.472	มากที่สุด

ภาพรวมระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
2. ภาพรวมของระดับความคิดเห็นด้านมาตรการที่ภาครัฐประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด-19	4.13	.372	มาก
3. ภาพรวมของระดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี	4.13	.364	มาก
4. ภาพรวมของระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่น	3.92	.291	มาก
5. ภาพรวมของระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจใช้งานผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment)	4.50	.459	มากที่สุด

ผลการศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 ช่วง พ.ศ.เกิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านมาตรการที่รัฐบาลประกาศจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) จากพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้จำนวน 1 ข้อ ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 7 พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) สามารถสรุปผลการศึกษาดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเพศ, ช่วง พ.ศ. เกิด, สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19, มาตรการที่ภาครัฐประกาศ, การยอมรับเทคโนโลยี, การรับรู้ด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่น และความตั้งใจใช้งานผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	แปลผล
1. เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย	Multiple Regression	ไม่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
2. ช่วง พ.ศ.เกิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย	Multiple Regression	มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*	มีความสัมพันธ์กัน
3. ปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัสมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย	Multiple Regression	มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*	มีความสัมพันธ์กัน
4. ปัจจัยด้านมาตรการที่รัฐบาลประกาศจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย	Multiple Regression	ไม่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
5. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย	Multiple Regression	ไม่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
6. ปัจจัยด้านความปลอดภัยและความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย	Multiple Regression	ไม่มีนัยยะสำคัญทางสถิติ	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	แปลผล
7. พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society)	Simple Regression	มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05*	มีความสัมพันธ์กัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระ 2 ตัวสามารถอธิบายความผันแปรของพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ได้ร้อยละ 13.9 โดยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z คือ ปัจจัยด้านช่วงปีเกิด (Beta = -.127 T = -2.514 P-value = .012) และปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Covid-19) (Beta = .288 T = 4.470 P-value = .000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (covid 19) ซึ่งสามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ได้ร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่วง พ.ศ.เกิด สามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยได้ร้อยละ 12.7 ตามลำดับ และผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย พบว่า พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Beta = -.174 T = -3.520 P-value = .000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการวิเคราะห์ พบว่า พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยสามารถอธิบายความผันแปรในการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ได้ร้อยละ 2.8

5. การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดข้างต้น มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยด้าน ช่วง พ.ศ.เกิด ของผู้ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย มีค่า Beta = -.127 T = -2.514 P-value = .012 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) ดังนั้นจึงสรุปว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ช่วง พ.ศ.เกิดกับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ในการสำรวจพฤติกรรมการใช้

อินเทอร์เน็ตของคนไทยประจำปี 2563 พบว่า ในปี 2563 คนไทยมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเป็น 11 ชั่วโมงต่อวัน โดยเฉพาะ Generation Y (อายุ 19-38 ปี) และ Generation Z (อายุน้อยกว่า 19 ปี) เป็นกลุ่มที่มีการใช้งานบนอินเทอร์เน็ตสูงสุด และยังมีพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตในการซื้อสินค้าออนไลน์ 67.3% ผ่านแพลตฟอร์ม Shopee สูงถึง 75.6% รองลงมา คือ LAZADZ 65.5% Facebook Fanpage 47.5% Line 38.9% และ IG 21.8% ตามลำดับ และทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ 56.5% (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2563) ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลกระทบของ COVID-19 ต่อความเชื่อมั่นและพฤติกรรมของผู้บริโภคสเปน พบว่า กลุ่ม Generation Z มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและช่องทางการซื้อสินค้า/บริการ โดยร้อยละ 72 ของผู้บริโภค ได้ปรับเปลี่ยนไปใช้ช่องทางใหม่ ๆ โดยเฉพาะการใช้บริการเดลิเวอรี่ (อาหาร และสินค้าอุปโภคบริโภค) ซึ่งผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพิ่มเพื่อยกระดับของการรับบริการ การซื้อผ่านช่องทางดิจิทัลใหม่ ๆ โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชันและการสั่งซื้อออนไลน์และไปรับสินค้าที่ร้าน (In-store pickup) รวมถึงการซื้อสินค้ามือสอง (Pre-owned) ออนไลน์ ซึ่งผู้บริโภคสเปนใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลายมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จนกลายเป็นวิถีชีวิตรูปแบบใหม่ในช่วงหลัง COVID-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ช่องทางออนไลน์ในการซื้อสินค้า/บริการ หรือการสั่งอาหาร และเพื่อความบันเทิง/สันทนาการ (McKinsey & Company's, 2021 อ้างถึงใน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2564)

2. ปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนากับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย มีค่า Beta = .288 T= 4.470 P-value = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) ดังนั้นจึงสรุปว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาไวรัสกับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับบทความเรื่อง “โควิด-19 กับย่างก้าวสู่ Digital Payment” ที่พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาในประเทศไทย นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นสู่การเปลี่ยนแปลงในการกระตุ้นให้คนไทยหันมาใช้ระบบการรับ-จ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ไปโดยปริยาย นับตั้งแต่ปลายปี 2558 ที่รัฐบาลเริ่มผลักดันแนวคิด National e-Payment จากที่รัฐบาลประกาศแผน National e-Payment นับเป็นครั้งแรกที่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมคนไทยให้หันมาใช้จ่ายผ่านระบบดิจิทัลได้อย่างมาก โดยเหตุผลส่วนหนึ่งเป็นเพราะต้องการหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสดที่อาจปนเปื้อนเชื้อโรคจากการหมุนเวียนเปลี่ยนมือในระบบการซื้อขาย แม้ในระยะแรกอาจจะพบปัญหาในการทำธุรกรรมทางการเงินสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้งานมาก่อน แต่ในระยะยาวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้อย่างแน่นอน (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2563) ทั้งยังสอดคล้องกับข้อมูลจาก CNBC ที่พบว่า การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา อาจนำมาสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการชำระเงินของผู้บริโภคอย่างถาวร เนื่องจากจำนวนผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid-19) ในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความกังวลด้านความปลอดภัยในการใช้จ่ายโดยการใช้เงินสด ส่งผลให้ประชาชนบางกลุ่มหันมาใช้งานการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ แม้จะยังไม่มีการยืนยันเรื่องการติดเชื้อผ่านการใช้นับบัตรหรือเหรียญ แต่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้ช่องทางออนไลน์และผู้ประกอบการเริ่มสนับสนุนให้ลูกค้าหันหลีกเลี่ยงการใช้เงินสดมากขึ้น ความกลัวจากการระบาดของไวรัสโคโรนา อาจกระตุ้นให้ผู้คนหันมาใช้บริการชำระเงินผ่านช่องทางมือถือมากขึ้น (คอนซูเมอร์นิวส์ แอนด์ บิสซิเนส แชนแนล [CNBC], 2563) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับรายงานของ PwC ที่สำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคทั่วโลกจำนวน 8,700 รายในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระหว่าง พฤศจิกายน 2563 – มีนาคม 2564 พบว่าคนไทยซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น โดยผ่านทุกช่องทางไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์สมาร์ตโฮม แท็บเล็ต หรือคอมพิวเตอร์ และยังพบว่า หนึ่งในสามของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับมาตรการป้องกันโควิด-19 ของร้านค้า

โดยผู้บริโภคจำนวนมากเลือกชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสด เพื่อลดความเสี่ยงสัมผัสเชื้อโรค ทั้งนี้จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ปี 2563 คนไทยใช้ e-payment โดยเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 151 ครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ถึง 3 เท่า (ชาวนิชัยชัยประสิทธิ์, 2564)

3. พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยกับการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) มีค่า $Beta = -.174$ $T = -3.520$ $P\text{-value} = .000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) ดังนั้นจึงสรุปว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ พฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยกับการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก ไอพีจี มีเดียแบรนด์ส์ ประเทศไทยเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค เมื่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 สิ้นสุดลง พบว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้พฤติกรรมหลายอย่างของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งหากจะกลับเข้าสู่สภาวะปกติได้นั้น อาจทำให้เกิดพฤติกรรมรูปแบบใหม่ของผู้บริโภคที่เรียกว่า ความปกติรูปแบบใหม่ (New Normal) โดยคาดการณ์ว่า ประชาชนจะมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเลือกทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้เทคโนโลยีมากขึ้น กลายเป็นความปกติแบบใหม่ด้านการเงิน สังคมไร้เงินสดที่เกิดขึ้นมาระยะหนึ่งจะยังคงดำเนินต่อไป ทำให้จะยังเห็นพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโลกดิจิทัล การใช้ดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) หรือธนาคารแบบออนไลน์ แอปพลิเคชัน e-Wallet และการชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลจะเป็นประตูเบิกทางไปสู่การทำทุกอย่างให้เป็น E-Commerce เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย (ถนัดกิจจันกิเสน, 2563) และผลสำรวจของ VISA ประเทศไทย พบว่า ร้อยละ 61 ของผู้ตอบแบบสอบถามกำลังพัฒนานิสัยในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด โดยเลือกที่จะใช้จ่ายด้วยบัตรชำระเงินหรือผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนมากกว่าการใช้จ่ายเงินสด และร้อยละ 69 มีแนวโน้มที่จะผูกติดกับการใช้จ่ายผ่านช่องทางดิจิทัลแทนการกลับไปใช้เงินสดแบบเดิมแม้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สิ้นสุดลง (Oongkhing, 2017) ซึ่งสอดคล้องกับ ปรีดา ดาวฉาย (2559) ที่ศึกษาเรื่องการปรับตัวของสถาบันการเงินไทยในยุค Digital Economy ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส (Covid-19) จะสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Y และ Z ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ในสังคมไทยที่จะทำให้พฤติกรรมการบริโภคในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากในอดีต โดยคนในกลุ่มนี้จะมีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ต้องการความทันสมัยและความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้การเลือกบริโภคสินค้าและช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าเปลี่ยนไป กลุ่มคนดังกล่าวจึงมีส่วนสำคัญที่จะสามารถนำประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้ในอนาคต นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย โดยสรุปได้ดังนี้

3.1 ผลกระทบต่อผู้ประกอบการหรือธุรกิจรายย่อย การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (Covid-19) ทำให้ผู้บริโภคปรับตัวเข้าสู่ดิจิทัลมากขึ้น ปรับกลยุทธ์ในการขายสินค้าให้รองรับการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนา Mobile Platform เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงมีระบบการชำระเงินผ่าน QR Code หรือระบบการชำระเงินที่ไม่ใช้เงินสด เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของผู้บริโภคภายใต้วิถีชีวิตรูปแบบใหม่ (New Normal)

3.2 ผลกระทบต่อภาคธนาคาร จากความก้าวหน้าของนวัตกรรมทางการเงินและระบบโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ทำให้พฤติกรรมการใช้เงินของประชาชนเกี่ยวข้องกับดิจิทัลมากขึ้น จึงทำให้เงินสดมีบทบาทน้อยลง

ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการให้บริการรูปแบบใหม่ ๆ และเริ่มคุ้นชินกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจส่งผลให้ในอนาคตธนาคารกลางได้รับผลกระทบจากการใช้เงินสดที่น้อยลง รวมถึงรายได้จากการพิมพ์ธนบัตรที่ลดลง เนื่องจากเงินสดที่ใช้ในระบบเป็นองค์ประกอบหนึ่งในด้านหนี้สินของธนาคารกลาง ธนาคารกลางจึงจำเป็นต้องเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ดังกล่าวเป็นระยะ ๆ เพื่อวางแผนในการหารายได้ทางอื่นมาชดเชย

3.3 ผลกระทบต่อสังคม เนื่องจากสังคมไทยมีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูงมาก กลุ่มคนชนชั้นรากหญ้าคงมีอยู่อย่างเด่นชัด ซึ่งแตกต่างจากประเทศสวีเดนที่เป็นประเทศพัฒนาแล้ว เป็นประเทศที่มีรายได้ต่อหัวสูงกว่าประเทศไทยมาก ประกอบกับความพร้อมทางเทคโนโลยี มีความพร้อมในการให้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก จึงทำให้การใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องง่าย ทั้งรัฐบาลของสวีเดนยังให้ผลักดันและส่งเสริมผ่านหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้ประชาชนหันมาใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ดังนั้นรัฐบาลไทยควรผลักดันและส่งเสริมผ่านหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จัดแคมเปญโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเห็นข้อดีของการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้ารายย่อยและประชาชน เพื่อสร้างการยอมรับและความไว้วางใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจมีการกำหนดพื้นที่นำร่องในการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยเลือกพื้นที่ที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยี รวมถึงระดับรายได้ของคนในท้องถิ่นค่อนข้างสูง เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น เพื่อศึกษาข้อดีข้อเสียจากการใช้งานจริงก่อนที่จะมีการบังคับใช้ทั่วประเทศ

3.4 ประโยชน์ของการใช้จ่ายผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนต่อภาครัฐ รัฐบาลสามารถจัดทำระบบฐานข้อมูลรายได้และรายจ่ายของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสามารถวิเคราะห์และจัดเก็บเรื่องของภาษีได้ดียิ่งขึ้น การหลบเลี่ยงภาษีทำได้ยากยิ่งขึ้น อัตราการก่ออาชญากรรมลดลง การจับจ่ายใช้สอยมีความคล่องตัว สะดวกสบาย รวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบการใช้จ่ายของตนเองได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ขณะที่ผู้ขายสามารถทำรายรับ กำไรได้อย่างถูกต้อง ส่งผลให้การทำธุรกิจมีความสะดวกและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเมื่อรัฐบาลรายรับและรายจ่ายของประชาชน การให้ความช่วยเหลือสามารถทำได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น การจัดสรรงบประมาณถูกใช้ประโยชน์ในเรื่องที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

- 1) ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในกลุ่ม Generation อื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้ข้อมูลมีความครอบคลุมทั่วถึงกลุ่มคนทุก Generation เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาในกลุ่ม Generation Y และ Z เท่านั้น
- 2) ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในแต่ละช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบความแตกต่างหรือความเปลี่ยนแปลง
- 3) ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างก่อนเกิดการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) และหลังการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) สิ้นสุดลง

6. บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (Covid-19) ส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาส่งผลต่อพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย และเพื่อศึกษาการรับรู้การก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดจากพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย โดยสามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 64 เป็นเพศหญิง และร้อยละ 59 เกิดช่วง พ.ศ. 2524 - 2537 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 100 เคยหรือทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ช่องทางผ่าน Mobile Banking มากที่สุด ร้อยละ 69.8 โดยความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สัปดาห์ละครั้งมากที่สุด ร้อยละ 48.5 และมูลค่าในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 200 บาท/ครั้งมากที่สุด ร้อยละ 29.3 ($\bar{X} = 347.5$, S.D. = 219.98) และในภาพรวมด้านความตั้งใจใช้งาน กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.459) รองลงมา คือ ด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย มีระดับความคิดเห็นด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.472) ด้านมาตรการที่ภาครัฐประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีระดับความคิดเห็นด้านมาตรการที่ภาครัฐประกาศจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.372) ด้านการยอมรับเทคโนโลยี มีระดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.364) และด้านการรับรู้ความปลอดภัยและเชื่อมั่น มีระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ความปลอดภัยและเชื่อมั่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.291) ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 39.3 ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 1.841) มีความคิดเห็นว่าประเทศไทยจะสามารถก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดภายใน 5 ปี และเมื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านช่วง พ.ศ.เกิด และปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Covid-19) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่มีอำนาจในการพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยได้ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส (Covid-19) ซึ่งสามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยได้ร้อยละ 28.8 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านช่วง พ.ศ. เกิด สามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทยได้ร้อยละ 12.7 ตามลำดับ และพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ Generation Y และ Z ในประเทศไทย (ความตั้งใจใช้งาน) มีความสัมพันธ์กับการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถอธิบายความผันแปรในการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ได้ร้อยละ 2.8

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2564). รายงานผลกระทบของ COVID-19 ต่อความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้บริโภคสเปน. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/731560/731560.pdf

- คอนซูเมอร์ นิวส์ แอนด์ บิซิเนส แซนแนล. (2563). COVID-19 เปลี่ยนพฤติกรรมทางการเงินสู่ระบบ e-Payment. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/news/how-covid-19-affects-e-payment>
- ชาญชัย ชัยประสิทธิ์. (2564, 18 พฤษภาคม). เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด-19 [Web log message]. สืบค้นจาก <http://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-2021518.htm>
- ถนัดกิจ จันภิเสน. (2563). 8 New Normal ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคไทยยุคใหม่ หลังวิกฤตโควิด-19 ผ่านพ้นไป. สืบค้นจาก <https://www.thestandard.co/8-new-normal-after-covid-19/>
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2563). โควิด-19 กับย่างก้าวสู่ Digital Payment. สืบค้นจาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/tips-for-you/thailand-digital-payment.html>
- ปรีดา ดาวฉาย. (2559). การปรับตัวของสถาบันการเงินไทยในยุค Digital Economy ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). สืบค้นจาก <http://www.oic.or.th/sites/default/files/institute/course/85449/public/.pdf>
- ภัทรวรรณ ธนมนตรี. (2553). ปัจจัยส่วนบุคคลกับความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบมือถือ ออนไลน์. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- รัชดา บัวลำลี. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้รูปแบบ e-Payment ของผู้บริโภคอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- วัฒนพงษ์ ใจวาท. (2563). ไทยพาณิชย์ Covid19 ทำให้ลูกค้าหันมาใช้ SCB เพิ่มขึ้น 200,000 รายทันที. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/scb-easy-new-user-after-covid-19-boost-200k-user-behavior-change/>
- ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19. (2564). สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. สืบค้นจาก <https://www.moicovid.com/>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยประจำปี 2563. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/newsevents/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, Perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-340.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. -S. (2009). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84-95.
- Lu, H. P., Hsu, C. L., & Hsu, H. Y. (2005). An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications. *Information Management & Computer Security*, 13(2), 106-120.
- Oongkhing. (2017). เปิดพฤติกรรมคนไทยกับธุรกิจ e-Payment ที่เน้นการตลาดควารู้. Retrieved from <https://www.thumbsup.in.th/visa-research-thai-behavior-use-e-payment-increasingly>
- Rigopoulos, G., & Dimitrios, A. (2007). A TAM framework to evaluate users' perception towards online electronic payments. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 12(3), 1-6.
- World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) pandemic*. Retrieved from <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>