

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19  
ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

FACTORS AFFECTING PERSONAL FINANCIAL BEHAVIOR VIA TECHNOLOGY  
DURING COVID-19 OUTBREAK OF POPULATION IN BANGKOK

นายชิษณุ ทวีฤทธิคุณชัย chitsanu.tawe@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ไม่ต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน และประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีหนี้ครัวเรือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน และมุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์

COVID-19 มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ด้านสาธารณูปโภค ด้านอุปโภคบริโภค ด้านความบันเทิง ด้านสุขภาพ

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคล, เทคโนโลยี, สถานการณ์ COVID-19

### **ABSTRACT**

This research has the objectives 1. to study factors affecting personal financial behavior via technology during COVID-19 outbreak of population in Bangkok and 2. to study factors affecting personal financial behavior via technology during COVID-19 outbreak of population in Bangkok classified by personal factors and perspective on the severity of COVID-19 outbreak.

The sample in the study is 400 population in Bangkok by using a questionnaire as a tool for data collection. The statistics used in the analysis include frequency, percentage, mean, and standard deviation (SD). The hypotheses were tested by t-test and One-Way ANOVA. If differences are detected, they are compared in a pair by the means of LSD and multiple regression.

The hypothesis test found that population in Bangkok with different genders results in similar personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak. Population in Bangkok with different ages results in different personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak. Population in Bangkok with different statuses results in different personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak. Population in Bangkok with different educational backgrounds results in different personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak. Population in Bangkok with different careers results in different personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak. Population in Bangkok with different monthly incomes results in different personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak. Population in Bangkok with different household debts results in different personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak. Perspective on the severity of COVID-19 outbreak affects personal financial behaviors via technology during COVID-19 outbreak in terms of utilities, consumption, entertainment, and health.

**Keywords:** personal financial behavior, technology, COVID-19 outbreak

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาโลกเราผ่านพ้นวิกฤตเศรษฐกิจมาแล้วหลายครั้ง โดยทุกครั้งที่ผ่านมาได้ก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นทั้งในด้านกฎเกณฑ์ พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา จะเห็นภาพของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคในโลกอย่างรวดเร็วในหลายมิติ โดยเฉพาะการใช้จ่ายในภาคบริการที่เพิ่มขึ้น รวมถึงกระแสการใส่ใจสุขภาพและความต้องการสินค้าที่แตกต่าง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ประเทศกำลังพัฒนาในเอเชียมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้จ่ายจากสินค้าจำเป็นมาสู่สินค้าไม่จำเป็น และใช้จ่ายในภาคบริการมากขึ้น โดยเฉพาะหมวดไลฟ์สไตล์ เช่น ท่องเที่ยว และบันเทิง รวมถึงเทรนด์การใช้จ่ายด้านสุขภาพและการรักษาพยาบาล (health) ที่มีแนวโน้มเติบโตควบคู่กับความต้องการการกินคืออยู่ดี (wellness) ทั้งนี้ นอกจากการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้จ่ายดังกล่าวแล้ว เทรนด์การบริโภคที่น่าจับตามองคือ ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการความแตกต่าง ความมีเอกลักษณ์ ต้องการสินค้าและบริการที่สามารถปรับแต่งตามความต้องการได้เอง (personalization) และต้องการเสพประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งรายได้ที่เติบโตต่อเนื่องนำไปสู่การที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่ตอบโจทย์กับความต้องการดังกล่าว นอกจากนี้ เทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดเข้ามามีบทบาทสำคัญทำให้การเข้าถึงและการทำตลาดกับผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง e-Commerce ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตเร็วและทำให้การซื้อสินค้าเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว (fast shopping) อีกทั้งยังทำให้การเปรียบเทียบสินค้านี้ระหว่างแบรนด์ง่ายขึ้นตามด้วยคลื่นความนิยมของโซเชียลมีเดียที่เข้ามาเปลี่ยนรูปแบบการบอกต่อจากการพบปะพูดคุยแบบเดิม ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ ต้องหันมาพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดียในการพัฒนาช่องทางการตลาด นอกจากนี้ เทคโนโลยีล้ำยุคต่างๆ อาทิ Virtual Reality, Augmented Reality, IoT และ 3D printing มีผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง ผู้บริโภคไทยส่วนใหญ่เสพสื่อบันเทิงมากขึ้น ต้องการเดินทางท่องเที่ยวและปรับปรุงที่อยู่อาศัยเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น

ในช่วงต้นปี 2563 มีการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) องค์การอนามัยโลก (WHO) ยกย่องให้เป็น “ภาวะการระบาดใหญ่ทั่วโลก (Pandemic)” แล้ว ในวันที่ 23 เมษายน 2563 มีผู้ติดเชื้อและตรวจพบ COVID-19 ใน 119 ประเทศ มากกว่า 2,723,044 ราย ยอดผู้เสียชีวิตสะสมทั่วโลกมีมากกว่า 190,919 ราย (www.worldometers.info, 2563) และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้คนไทยหันมาให้ความสำคัญวางแผนการใช้จ่ายเงินมากขึ้น ห่วงอนาคตเศรษฐกิจ กังวลสุขภาพ ค้นหาแพ็คเกจประกันชีวิต จากมาตรการและเหตุการณ์ข้างต้นส่งผลโดยตรงต่อการหยุดชะงักของกลไกต่าง ๆ ของประเทศ ทั้งในแง่เศรษฐกิจและการใช้ชีวิตของผู้บริโภค จากผลวิจัยโดย คันทาร์ พบว่าคนไทยมีความกังวลมากขึ้นในเรื่องของความปลอดภัยและสถานภาพทางการเงินของตัวเองมากขึ้น

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19

## ขอบเขตของการวิจัย

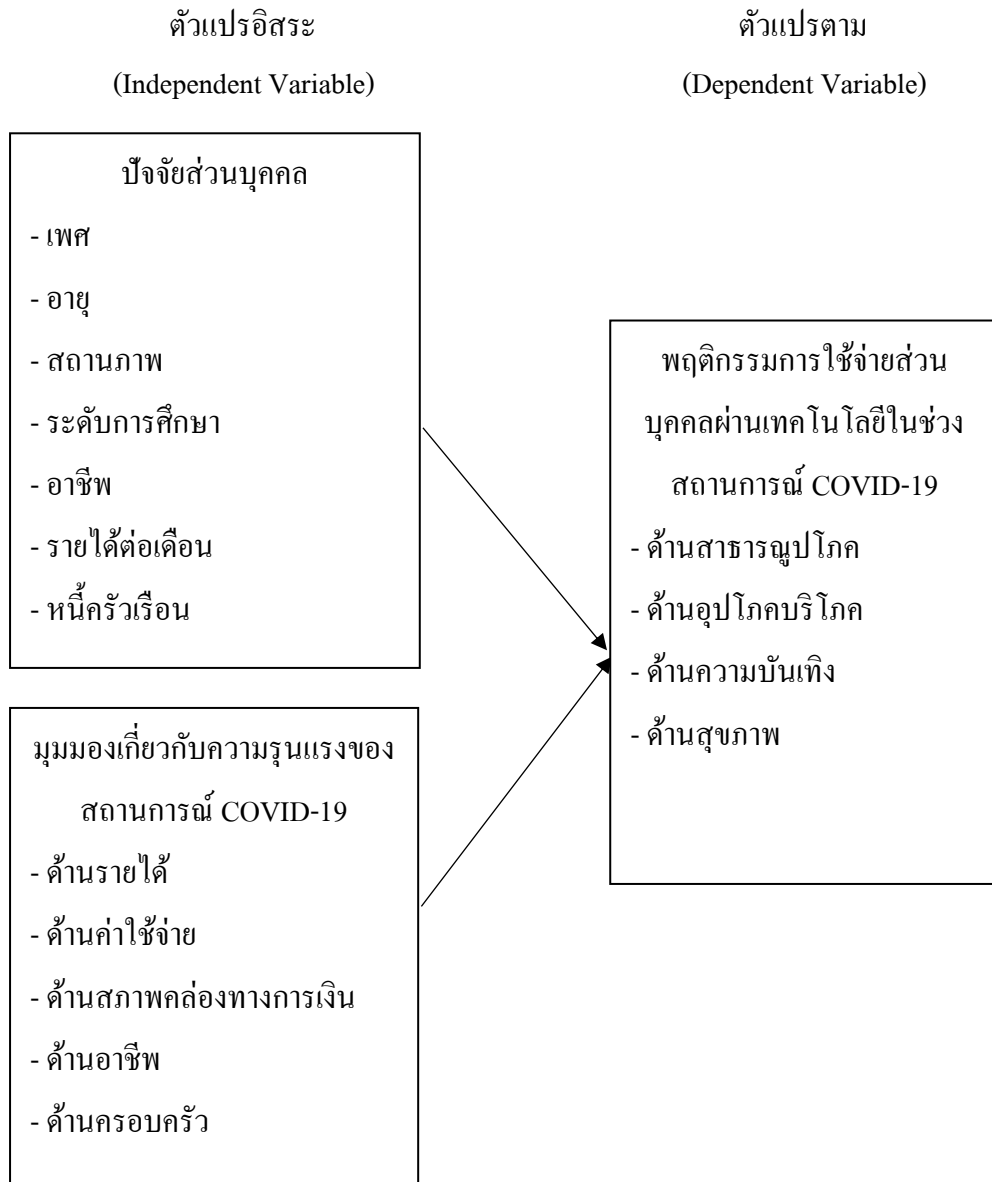
การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัยไว้ตามหัวข้อดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร อายุ 22-60 ปี จำนวน 3,246,809 คน (กรมการปกครอง, 2563)
2. กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร อายุ 22-60 ปี กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือ 5% โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) โดยขนาดของกลุ่มประชากรที่มีจำนวน 3,246,809 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จนครบตามจำนวนที่ต้องการ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่
  - 2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ข้อมูลส่วนตัวของประชากรจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน หนี้ครัวเรือน และมุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19
  - 2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยี ด้านสาธารณูปโภค ด้านอุปโภคบริโภค ด้านความบันเทิง ด้านสุขภาพ

## สมมติฐานของงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน หนี้ครัวเรือน แตกต่างกันทำให้ พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยี แตกต่างกัน
2. มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย



## นิยามศัพท์

1. ค่าใช้จ่าย หมายถึง มูลค่าเงินที่ใช้เป็นค่าบริการหรือสินค้าต้องจ่ายเมื่อทำกิจกรรมใด ๆ โดยอาจจ่ายในรูปแบบเงินสดหรือเครดิต ทั้งออนไลน์และออฟไลน์
2. พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยี หมายถึง ลักษณะการจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสาธารณูปโภค ด้านอุปโภคบริโภค ด้านความบันเทิง ด้านสุขภาพ เป็นต้น โดยตั้งชื่อหรือจ่ายผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลต่าง ๆ ทราบถึงภาระค่าใช้จ่ายเพื่อกำหนดพฤติกรรมที่ไม่จำเป็นให้ลดน้อยลง
3. วัตถุประสงค์การใช้จ่าย หมายถึง เป้าหมายในการจ่ายเงินในการซื้อสินค้าหรือบริการ โดยมีการวางแผนทางการเงินให้เป็นระบบและรองรับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
4. ความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 หมายถึง เหตุการณ์ COVID-19 ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจประเทศทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ผลกระทบต่อบุคคลเช่น รายได้ลดลง ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ด้านอาชีพที่มีความเสี่ยง โดเนลิกจ้างหรือปิดสถานประกอบการชั่วคราวจากภาครัฐ ความเสี่ยงทางด้านครอบครัว

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

## วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional Study) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร อายุ 22-60 ปี จำนวน 3,246,809 คน (กรมการปกครอง, 2563) กลุ่มตัวอย่างประชาชนจังหวัดกรุงเทพมหานคร อายุ 22-60 ปี จำนวน 3,246,809 คน จึงกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือร้อยละ 5 โดยใช้ตารางคำนวณตามสูตรของทาโร ยามานะ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นคือแบบบังเอิญ

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักที่ผู้วิจัยใช้การการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจเป็นคำถามปลายปิด โดยผู้วิจัยมีคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบ่งแบบสอบถามปลายปิดเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล (หรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม) เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และหนี้ครัวเรือน จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จำนวน 12 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลมุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale)

## การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และหนี้ครัวเรือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 และมุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19

### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และหนี้ครัวเรือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 และมุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression

### สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลจากการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยภาพรวมมีระดับการใช้บริการ คือ ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ระดับการใช้บริการมาก ได้แก่ ด้านสาธารณูปโภค และด้านอุปโภคบริโภค ระดับการใช้บริการน้อย ได้แก่ ด้านความบันเทิงและด้านสุขภาพ

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.1. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ไม่ต่างกัน

2.2. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน

2.3. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน

2.4. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน

2.5. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน

2.6. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน

2.7. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีหนี้ครัวเรือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

3.1. มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อพฤติกรรมใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ด้านสาธารณูปโภค

3.2. มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อพฤติกรรมใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ด้านอุปโภคบริโภค



3.3. มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ด้านความบันเทิง

3.4. มุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ด้านสุขภาพ

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 ผู้วิจัยได้สรุปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 สามารถสรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

1.1. ด้านสาธารณูปโภค ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับการให้บริการมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีความต้องการใช้บริการมาก เนื่องจากมีความหลายหลายช่องทางทางการเงิน เช่น แอปพลิเคชันธนาคารต่าง ๆ แอปพลิเคชันของบริษัทผู้ให้บริการ แอปพลิเคชันจ่ายเงินผ่านบริการรับชำระเงินออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับ (วสุธิดา นุริตมนต์, 2562) กล่าวถึงการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา โดยใช้งานได้หลากหลายตามความต้องการ การใช้งานง่ายและการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีให้เกิดความประหยัด คุ่มค่า มีประสิทธิภาพ

1.2. ด้านอุปโภคบริโภค ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับการให้บริการมาก ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีความต้องการใช้บริการมากนั้นเนื่องจากผู้ประกอบการมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความทันสมัย มีความสะดวก ประหยัดเวลา มีทางเลือกในการชำระเงิน ซึ่งสอดคล้องกับ (ชนนิกานต์ จุลมกร, 2555) กล่าวถึงการใช้จ่ายผ่านอินเทอร์เน็ตมีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน มีระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน เรียกเก็บเงินตามจำนวนที่ระบุจริงได้ และมีการออกแบบบริการให้ใช้งานง่าย ผู้ใช้บริการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าได้มีความสะดวกในการค้นหาและเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าที่มีชื่อเสียง

1.3. ด้านความบันเทิง ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับการให้บริการน้อย ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 มีความต้องการใช้บริการน้อย มีสาเหตุมาจากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ต้องประหยัดเงินลดการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ซึ่งสอดคล้องกับ (ชนนิกานต์ จุลมกร, 2555) กล่าวถึงการใช้จ่ายผ่านอินเทอร์เน็ตมีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน มีระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน เรียกเก็บเงินตามจำนวนที่ระบุจริงได้ และมีการออกแบบบริการให้ใช้งานง่าย ผู้ใช้บริการสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าได้มีความสะดวกในการค้นหาและเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าที่มีชื่อเสียง ซึ่งสอดคล้องกับ (ภัทรพร กิจชัยนุกูล, 2556) กล่าวถึงอิทธิพลทางจิตวิทยามีผลต่อการตัดสินใจในการใช้จ่ายมากที่สุด อีกทั้ง

ช่องทางการตลาดที่มีความหลากหลายเข้าถึงประชาชนได้ง่าย ภาครัฐจึงควรมีการปลูกฝังเยาวชนให้มีความ  
 ยับยั้งชั่งใจในความต้องการและอดทนต่อสิ่งเร้า

1.4. ด้านคุณภาพ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับน้อย ซึ่งผู้วิจัยมี  
 ความคิดเห็นว่า มีความต้องการใช้บริการน้อย มีสาเหตุมาจากสุขภาพนั้นประชากรอาจมีความกังวลการซื้อ  
 สินค้าหรือบริการ เพราะมีผลโดยตรงต่อสุขภาพ เช่น เมื่อป่วยประชานาเลือกที่จะไปโรงพยาบาลเพื่อพบ  
 แพทย์โดยตรงมากกว่าการปรึกษาแพทย์ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับ (ชนนิกานต์ จุลมกร,  
 2555) กล่าวถึงการใช้จ่ายผ่านอินเทอร์เน็ตมีความหลากหลายของวิธีการชำระเงิน มีระบบความปลอดภัยใน  
 การชำระเงิน เรียกเก็บเงินตามจำนวนที่ระบุจริงได้ และมีการออกแบบบริการให้ใช้งานง่าย ผู้ใช้บริการ  
 สามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าได้มีความสะดวกในการค้นหาและเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าที่มี  
 ชื่อเสียง

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์  
 COVID-19 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน หนี  
 ครัวเรือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วน  
 บุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าทั้งเพศชาย  
 และเพศหญิงต่างมีการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยี แอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้ตามความสะดวกของแต่ละ  
 บุคคล โดยสอดคล้องกับ (ชนนิกานต์ จุลมกร, 2555) พบว่าเพศแตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ  
 สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

2.2. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วน  
 บุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าอายุต่างกัน  
 วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าบริการโดยใช้จ่ายผ่านเทคโนโลยีแตกต่างกัน เช่น บุคคล Gen Babyboom จะ  
 มีการเห็นสินค้าจริงจึงซื้อสินค้าต่างกับ Gen x , y ที่สามารถซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันได้โดยไม่ต้องเห็น  
 สินค้า โดยสอดคล้องกับ (จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี, 2558) พบว่าอายุแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า  
 ผ่านทางแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน

2.3. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่าย  
 ส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าสถานภาพ  
 ต่างกัน ความต้องการในการซื้อสินค้าตามภาระหน้าที่แตกต่างกัน เช่น คนโสดอาจจะมีภาระค่าใช้จ่ายใน  
 ครัวเรือนน้อยจึงสามารถใช้จ่ายส่วนบุคคลได้มากขึ้น

2.4. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้  
 ใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าระดับ  
 การศึกษาต่างกัน เนื่องจากการวิเคราะห์ พิจารณา หรือแนวคิดในการซื้อสินค้า ว่าสิ่งใดจำเป็น หรือคุ้มค่า

ต่อการดำรงชีวิต โดยสอดคล้องกับ (จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี, 2558) พบว่าระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน

2.5. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าอาชีพต่างกัน เนื่องจากการเข้าถึงแอปพลิเคชัน , อินเทอร์เน็ต แตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับ (จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี, 2558) พบว่าอาชีพต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันแตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมีรสนิยม การใช้ชีวิต ความชอบ และแรงจูงใจในการซื้อที่แตกต่างกันออกไป

2.6. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่ารายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้มีช่องทางการเข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น และความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการก็จะสูงขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มมากขึ้น และโอกาสที่จะใช้แอปพลิเคชันใช้จ่ายมากกว่า โดยไม่สอดคล้องกับ (ชนนิกานต์ จุลมกร, 2555) พบว่ารายได้ต่อเดือนต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และไม่สอดคล้องกับ (จุฑารัตน์ เกียรติศรีศรี, 2558) พบว่ารายได้ต่อเดือนต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท หลากราคา ไม่ว่าจะมียาได้สูงหรือต่ำก็สามารถซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันได้

2.7. ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีหนี้ครัวเรือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายส่วนบุคคลผ่านเทคโนโลยีในช่วงสถานการณ์ COVID-19 โดยรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าหนี้ครัวเรือนสูง หรือหนี้ครัวเรือนใกล้เคียงกับรายได้ทำให้การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นน้อยลง เพราะผู้บริโภคต้องการประหยัด ไม่สามารถใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือยได้ โดยไม่สอดคล้องกับ (ภัทรพร กิจชัยนุกูล, 2556) พบว่าการเลือกซื้อสินค้าเป็นไปตามการเลือกสินค้าหรือบริการในด้านการวิถีการดำรงชีวิตไม่แตกต่างกัน เปลี่ยนแปลงไปตามวิถี สังคมรอบตัว ความนิยมในสินค้าหรือบริการ

3. ผลการศึกษามุมมองเกี่ยวกับความรุนแรงของสถานการณ์ COVID-19 ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสภาพคล่องทางการเงิน ด้านอาชีพ ด้านครอบครัว พบว่าจากสถานการณ์ COVID-19 ประชาชนบางส่วนถูกเลิกจ้างงาน บางส่วนให้หยุดงานแบบไม่รับเงินเดือน ทำให้ประชาชนตระหนักถึงการมีรายได้ที่ลดลงจากการทำงาน จากการค้าขาย หรือรายได้อื่น ๆ แต่มีภาระค่าใช้จ่ายเท่าเดิม หรือมากกว่าเดิมในกรณีที่ต้องซื้อสินค้าเกี่ยวกับการป้องกันไวรัส COVID-19 มากขึ้น ประชาชนจึงมีความกังวลถึงด้านสภาพคล่องทางการเงิน ด้านอาชีพ และด้านครอบครัว

ในด้านของอาชีพ บางสถานประกอบการเมื่อถูกสถานการณ์ COVID-19 อาจจะต้องปิดกิจการ , ล้มละลาย ทำให้ประชาชนบางส่วนตกงานขาดรายได้ มีความประหวัชพเนติไม่ใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย เกินความจำเป็น

## เอกสารอ้างอิง

- MARKETINGOOPS! MARKETINGOOPS! (8 เมษายน 2563). อัพเดท ‘พฤติกรรมคนไทย’ เปลี่ยนไปจากผลกระทบ COVID-19 . เข้าถึงได้จาก [www.marketingoops.com](http://www.marketingoops.com):  
<https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thai-consumer-behaviour-changed-in-covid-19-situation-and-business-guideline-for-7-industry-in-thailand/>
- [www.worldometers.info](http://www.worldometers.info). (23 เมษายน 2563). <https://www.worldometers.info/coronavirus/>. เข้าถึงได้จาก <https://www.worldometers.info>: <https://www.worldometers.info/coronavirus/>
- กรมการปกครอง. (9 เมษายน 2563). กรมการปกครอง. เรียกใช้เมื่อ 9 เมษายน 2563 จาก ระบบสถิติทางการทะเบียน: [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php)
- ครองขวัญ รอดหมวน. (22 สิงหาคม 2561). พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipost.net>: <https://www.thaipost.net/main/detail/15886>
- ชนิกานต์ จุลมกร. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี: คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (21 มิถุนายน 2017). ถอดหน้ากาคผู้บริโภคยุค 4.0. เข้าถึงได้จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/3646>: <https://www.scbeic.com/th/detail/product/3646>
- แบงค์ งามอรุณโชติ. (8 เมษายน 2563). จากวิกฤตโรคระบาด สู่วิกฤตเศรษฐกิจ (1) : ความเปราะบางของเศรษฐกิจไทย. เข้าถึงได้จาก [www.the101.world/](http://www.the101.world/): <https://www.the101.world/covid19-economic-crisis-1/>
- แบงค์ งามอรุณโชติ. (9 เมษายน 2563). จากวิกฤตโรคระบาด สู่วิกฤตเศรษฐกิจ (2): ข้อเปรียบเทียบต่อวิกฤตต้มยำกุ้ง. เข้าถึงได้จาก [www.the101.world](http://www.the101.world/): <https://www.the101.world/covid19-economic-crisis-2/>
- พัชรี สารวิโรจน์. (2553). พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภัทรพร กิจชัยนุกูล. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รัชนีกร วงศ์จันทร์. (2553). การบริหารการเงินส่วนบุคคล. กรุงเทพมหานคร: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- วสุธิตา นุริตมนต์. (2562). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- อรรคเดช อุภัยภักดิ์. (2556). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารนอกบ้าน. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.