

# พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## CONSUMER BEHAVIOR TOWARDS CASHLESS SPENDING

### IN THE BANGKOK METROPOLITAN REGION

ธนภรณ์ ภูประยูร

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Tanaporn Phuprayoon

Email: phuprayoon.tp@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยประชากร (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (5) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้ใช้บริการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง และเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 64.2) มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (ร้อยละ 48.3) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.5) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 33.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001- 30,000 บาท (ร้อยละ 29.5) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่ใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านความสะดวก และด้านสิทธิประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้แก่ ด้านรูปแบบการใช้งาน ด้านความง่ายในการดำเนินงาน และด้านความเข้าใจในการใช้งาน โดยร่วมกันพยากรณ์ความผันแปรของพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ คิดเป็นร้อยละ 70.5

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมผู้บริโภค, การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

### **Abstract**

The objectives of this research were (1) to study the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region. (2) to study the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region classified by personal factors. (3) to study Perceived usefulness affecting the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region. (4) to study Perceived ease of use affecting the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region. (5) to study Perceived usefulness and Perceived ease of use affecting the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region. The sample group used in this research was 400 who had made the payment cards, internet - mobile banking and e-Money. Using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypotheses were tested by t-test, One-Way ANOVA. If differences were found, they were compared in pairs. By means of LSD and using multiple regression statistics.

Results indicated that majority of respondents were female (64.2 percent), aged over 20 years old - 30 years old (48.3 percent), and had bachelor degree (59.5 percent) Most of them were company employees (33.5 percent) and had income between 20,001 to 30,000 THBs (29.5 percent). The hypothesis test found that the consumer towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region that are career differences in the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region different. Also, the hypothesis testing showed that the factors affecting the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region at a statistically significant level of 0.05 were Perceived usefulness, convenience and perceived benefits and Perceived ease of use, pattern of use, ease of use and understanding. These factors explained 70.5% of the influence on the consumer behavior towards cashless spending in the Bangkok metropolitan region.

**Keywords:** Consumer Behavior, e-Payment

## บทนำ

พฤติกรรมกรรมการชำระเงินของคนไทยยังนิยมใช้เงินสด แต่การใช้ e-Payment ของในช่วงที่ผ่านมา มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นและเติบโตอย่างก้าวกระโดด ประชาชนจำนวนไม่น้อยเรียนรู้การซื้อของออนไลน์ เป็นครั้งแรก และเริ่มติดใจกับความสะดวก ง่าย ประหยัดและปลอดภัย สิ่งที่จะช่วยให้มีการใช้ digital payment มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ (1) นวัตกรรมและเทคโนโลยี (innovation) ที่จะถูกนำมาผสมผสานประยุกต์ใช้กับ บริการชำระเงินให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้ (2) ความรู้ความเข้าใจ (digital literacy) ที่จะช่วยให้ ประชาชนเข้าใจและเชื่อมั่นที่จะปรับพฤติกรรมมาใช้ digital payment กระจายครอบคลุมไปทั่วประเทศ (3) ความร่วมมือ (collaboration) ของทุกภาคส่วนทั้งธนาคารแห่งประเทศไทยผู้ให้บริการ ภาครัฐและภาคธุรกิจ ในการพลิกโฉมการชำระเงินในไทย ซึ่งธุรกรรมส่วนใหญ่ประมวลผลผ่านบัญชีเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ โดย e-Payments สามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ตามประเภทของสื่อการชำระเงิน (instruments) ได้แก่ บัตรเครดิตและบัตรเดบิต (card payment) การโอนและชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง (internet - mobile banking) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) การใช้ e-Payment ของคนไทยทั่วประเทศ ในปี 2560 ยังกระจุกอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานบางสาขาอาชีพ แต่ COVID-19 เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ ที่กระตุ้นให้คนไทยหันมาใช้ e-Payment มากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะความกังวลในการสัมผัสเงิน

ทั้งนี้ e-Payments ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้จ่าย และลดต้นทุน การทำธุรกรรมการโอนเงินของคนไทย ประชาชนเริ่มเรียนรู้การใช้งานและรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน อีกทั้งยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่กล่าวถึงปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่าย ในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด โดยทำการศึกษา จากประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัย ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยประชากร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่าย แบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
5. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อ พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้ใช้บริการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ตามประเภทของสื่อการชำระเงิน ได้แก่ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ (Payment Cards) อินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง (internet - mobile banking) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้ใช้บริการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ตามประเภทของสื่อการชำระเงิน ได้แก่ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ (Payment Cards) อินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง (internet - mobile banking) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรที่แตกต่างกันทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้พัฒนาสื่อการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ (Payment Cards) อินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง (internet - mobile banking) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการใช้งานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. ผู้พัฒนาสื่อการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามปัจจัยประชากรของผู้ใช้บริการ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการใช้งานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีปัจจัยประชากรต่างกัน

3. ผู้ให้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทราบและเข้าใจถึงปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการจ่ายชำระค่าสินค้าและ

บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการตามสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจะได้รับจากการใช้บริการ โดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสำคัญ

### ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูล ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัย ดังนี้

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) กล่าวว่า ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) คือ กระบวนการชำระเงินระหว่างผู้จ่าย/ผู้โอนเงินไปยังผู้รับเงินที่เกิดขึ้นผ่านสื่อและช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หากแบ่งตามประเภทของสื่อการชำระเงิน (instruments) สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1.1 บัตรอิเล็กทรอนิกส์ (Payment Cards) คือ บัตรที่ผู้ออกได้ออกให้แก่ผู้มีสิทธิใช้โดยบันทึกข้อมูลหรือรหัสไว้ในบัตรด้วยการประยุกต์ ประกอบด้วย บัตรเอทีเอ็ม บัตรเดบิต และบัตรเครดิต

1.2 อินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง (internet - mobile banking) คือ การเข้าถึงข้อมูลและบริการโดยใช้อุปกรณ์ระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้

1.3 เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) หมายถึง เงินที่อยู่ในรูปของสื่อการชำระเงิน เช่น บัตรพลาสติก หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ซึ่งผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้าแก่ผู้ให้บริการ e-Money

#### 2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นและการลดลงของประชากร โครงสร้างอายุของประชากร การย้ายถิ่น รูปแบบของครอบครัว การศึกษา รายได้เชื้อชาติ และวัฒนธรรม

สิรินทิพย์ เดชก้องไกล (2560) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาโครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงของประชากร ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรทางด้าน ประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

จิราภรณ์ พิศมัย (2560) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง อายุ อาชีพ การศึกษา และด้านรายได้ เป็นปัจจัยที่น่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสิ่งที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ๆ

ชลิตา ศรีนวล (2560) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นหลักเกณฑ์ในการบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

#### 3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Kotler & Keller (2012 อ้างถึงใน สิรินทิพย์ เดชก้องไกล, 2560) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบของการเกิดพฤติกรรมเริ่มต้นจากมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ (Need) เมื่อสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buying's black box) ที่เปรียบเสมือนเป็นกล่องดำ ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถ

คาดการณ์ได้ ทั้งนี้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะมีอิทธิพลทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's response) หรือ การตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Venkatesh, Morris, Davis & Davis (2003 อ้างถึงใน สิทธิชัย ภูเขาแก้ว, 2560) คิดค้นแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM: Technology Acceptance Model) เพื่อทำการวัดความเข้าใจของผู้บริโภคในเรื่องของการรับรู้ในระบบข้อมูลที่มีการคิดค้นขึ้นใหม่ ประกอบไปด้วยตัวแปรต้น 2 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยี และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยทั้งสองเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

#### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราภรณ์ พิสมัย (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า อายุและอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาและระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

จุฑาภรณ์ ไร่วอน (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทร กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ สถานภาพ ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ชนิลทร ชูรัตน์ (2561) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า เพศ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด อายุ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของ ประเภทของการใช้สื่อ ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องของ ประเภทของการใช้สื่อ

ธนุตรา สุทธิเศียร (2563) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร คือ ด้านรูปแบบการให้บริการ และด้านประเภทและลักษณะการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ

เพียรพิรดา แก้วใส (2562) ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า อายุและอาชีพที่แตกต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ต่างกัน

เมทินี จันทร์กระแจะ (2558) ศึกษาคุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า

การยอมรับในเทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ การเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้ใช้บริการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ตามประเภทของสื่อการชำระเงิน ได้แก่ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ตและ 모바일แบงก์กิ้ง (internet - mobile banking) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ประกอบไปด้วยคำถามด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว และด้านสิทธิประโยชน์ จำนวน 9 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ประกอบด้วย ด้านรูปแบบการใช้งาน ด้านความง่ายในการดำเนินงาน และด้านความเข้าใจในการใช้งาน จำนวน 9 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ประกอบด้วยด้านประเภทของการใช้จ่าย และด้านวัตถุประสงค์ในการใช้จ่าย จำนวน 8 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ

### เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่นำมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประเภทของการใช้จ่ายและวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ด้าน

2. ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

2.1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดต่างกัน

2.2 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในด้านประเภทของการใช้จ่าย คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านสิทธิประโยชน์ ส่วนของปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้แก่ ด้านรูปแบบการใช้งาน ด้านความง่ายในการดำเนินงาน และด้านความเข้าใจในการใช้งาน

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในด้านวัตถุประสงค์ในการใช้จ่าย คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านความรวดเร็ว และด้านสิทธิประโยชน์ ส่วนของปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้แก่ ด้านรูปแบบการใช้งาน ด้านความง่ายในการดำเนินงาน และด้านความเข้าใจในการใช้งาน

เมื่อเปรียบเทียบกับ (3.1) และ (3.2) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านความสะดวกและด้านความรวดเร็ว มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพียงด้านเดียว คือ ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้จ่าย

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยรวม พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ได้แก่ ด้านความสะดวก และด้านสิทธิประโยชน์ ส่วนของปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้แก่ ด้านรูปแบบการใช้งาน ด้านความง่ายในการดำเนินงาน และด้านความเข้าใจในการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านประเภทของการใช้จ่ายของพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่ เมื่อซื้อของจะเลือกชำระด้วยอินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง (Internet - Mobile banking) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคเข้าถึงง่ายและนิยมใช้

1.2 ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายของพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการใช้จ่ายแทนเงินสดเมื่อใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน (เช่น โอนเงิน, สอบถามยอดคงเหลือและรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี เป็นต้น)

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดที่คล้ายคลึงกัน เพศที่ต่างกันไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดสอดคล้องกับผลการวิจัยของจุฑาภรณ์ ไร่วอน (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาผู้ใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) เขตสาทรกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน โดยเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการ บัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ใกล้เคียงกัน และให้ความสำคัญในด้านความสะดวกมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านประเภท ของการให้บริการ และด้านความปลอดภัยตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยของชนิทร ชูรัตน์ (2561) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสด

2.2 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการ ใช้จ่ายแบบไร้เงินสดไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า อายุที่ต่างกันไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการ ใช้จ่ายแบบไร้เงินสด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนิทร ชูรัตน์ (2561) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ ในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า อายุ ไม่มีผลต่อ พฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อและเรื่องของการรับรู้ข่าวสาร เนื่องจากในการใช้สื่อใช้จ่ายเงินของพนักงานบริษัทมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองการใช้งานและทำให้การ ดำเนินชีวิตสะดวกและง่ายดาย การประชาสัมพันธ์การใช้สื่อเพื่อให้พนักงานบริษัทได้รับรู้ข่าวสารทำได้ง่าย และกระจายข่าวสารอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับผลการวิจัยของธนตรา สุทธิเศียร (2563) ศึกษาพฤติกรรมการ ใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวม ไม่ต่างกัน ไม่ว่าจะอายุเท่าไรจะมีพฤติกรรมการใช้โดยรวมไม่ต่างกัน

2.3 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรม ในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม ในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนิทร ชูรัตน์ (2561) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดในเรื่องประเภทของ การใช้สื่อ เนื่องจากในการใช้สื่อแต่ละประเภทพนักงานบริษัทมีเพียงความเข้าใจในระบบและเทคโนโลยี ก็สามารถใช้อุปกรณ์ใช้จ่ายได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของธนตรา สุทธิเศียร (2563) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ไม่ว่าจะอยู่ในระดับการศึกษาใดมีพฤติกรรมการใช้โดยรวมไม่ต่างกัน

2.4 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้ จ่ายแบบไร้เงินสดต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงิน สดต่างกันทั้งในด้านประเภทของการใช้จ่ายและวัตถุประสงค์ในการใช้จ่าย เนื่องจากแต่ละอาชีพมีโอกาสใน การเข้าถึงเทคโนโลยีและมีความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จุฑาภรณ์ ไร่วอน (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาผู้ใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทรกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด

(มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 ในด้านประเภทของการใช้บริการ ด้านความปลอดภัยและด้านความสะดวก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพียรพิรดา แก้วใส (2562) ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า อาชีพก็มีความแตกต่าง ก็ย่อมส่งผลให้มีความต้องการในด้านการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking ที่ต่างกัน อาจเพราะบางอาชีพต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือความสะดวก รวดเร็ว เป็นต้น

2.5 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ พิสมัย (2560) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากการใช้บริการพร้อมเพย์ ไม่ได้มีค่าใช้จ่ายใดๆ เพราะเป็นบริการที่เกิดจากนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้ประเทศไทยลดใช้เงินสด และใช้จ่ายผ่านระบบออนไลน์กันมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนุตรา สุทธิเศียร (2563) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า คนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect โดยรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าพฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ไม่ว่าจะรายได้เฉลี่ยเท่าไร พฤติกรรมการใช้โดยรวมไม่ต่างกัน

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความสะดวก มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวมน้อยที่สุด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกในการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยสุดท้าย เนื่องจากยังมีผู้บริโภคที่ยังคงใช้จ่ายด้วยเงินสด แต่ยังคงรู้สึกว่าการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา สะดวกกว่าการชำระเงินด้วยเงินสด และสามารถชำระบิลได้ทุกประเภท สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เมทินี จันทร์กระแจะ (2558) กล่าวว่า การยอมรับในเทคโนโลยี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ เนื่องจากการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จะทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกในการใช้งานในทุกเวลา ทำให้ไม่เสียเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ พิสมัย (2560) กล่าวว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการใช้บริการด้วยช่องทางที่หลากหลาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากบัญชีพร้อมเพย์มีข้อเสนอที่มีความยืดหยุ่นความคล่องตัวในการใช้งานที่มากกว่า เช่น ไม่มีข้อจำกัดเรื่องธนาคารเพราะประชาชนสามารถเลือกเปิดบัญชีพร้อมเพย์ได้หลายธนาคาร และหลากหลายช่องทาง อาทิ ที่สาขาธนาคาร ตู้เอทีเอ็ม

การเริ่มใช้งานสามารถทำได้สะดวกด้วยตนเอง ด้วยความสะดวกสบายในการใช้งานบัญชีพร้อมเพย์ยอมเป็นปัจจัยที่ทำให้ประชาชนยอมรับในบริการและตัดสินใจใช้งาน

3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความรวดเร็ว ไม่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความรวดเร็ว มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้านวัตถุประสงค์ในการใช้จ่าย ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสำคัญกับการอัปเดตข้อมูลการใช้งานได้อย่างรวดเร็ว และการแสดงข้อมูลที่ทันต่อความต้องการใช้งานของช่องทางการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความรวดเร็วจึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

3.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านสิทธิประโยชน์ มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด หมายความว่าผู้บริโภคจะพิจารณาสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานเป็นอันดับแรก ช่องทางการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบใดสามารถให้ข้อมูลและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับการใช้บริการอย่างละเอียด ผู้บริโภคก็จะใช้ช่องทางนั้นในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ พิสมัย (2560) กล่าวว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการพร้อมเพย์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากสิทธิประโยชน์ที่หลากหลายของบัญชีพร้อมเพย์เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของประชาชนในแต่ละกลุ่ม ช่วยให้ได้รับสิทธิประโยชน์จากธนาคารและส่วนลดจากร้านค้ามากขึ้น เข้าถึงสิทธิประโยชน์ของภาครัฐได้สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น บัญชีพร้อมเพย์เป็นบริการที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์การชำระเงินออนไลน์มากขึ้น และการใช้บัญชีพร้อมเพย์ในการทำธุรกรรมจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้าและบริการ

4. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านรูปแบบการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวบรวมจากด้านสิทธิประโยชน์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีรูปแบบการใช้งานที่สามารถใช้งานได้ง่าย ถึงแม้ว่าช่องทางการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้งาน ผู้บริโภคก็สามารถปรับตัวและเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ยังมีรูปแบบการใช้งานที่ง่าย ทุกคนสามารถใช้งานได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนุตรา สุทธิเศียร (2563) กล่าวว่า ปัจจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการมีผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขตกรุงเทพมหานครการพัฒนาออกแบบแอปพลิเคชันที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการง่ายต่อการใช้งานและเกิดความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

4.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านความง่ายในการดำเนินงาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลรองจากด้านสิทธิประโยชน์ และด้านรูปแบบการใช้งาน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายดำเนินการจ่ายและรับชำระเงินได้ง่าย การจ่ายและรับชำระเงินทำได้ง่ายกว่าการใช้เงินสดและมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ง่ายไม่ยุ่งยาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ พิสมย์ (2560) กล่าวว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการทำธุรกรรมผ่านบัญชีพร้อมเพย์ บัญชีพร้อมเพย์คิดอัตราค่าธรรมเนียมการโอนง่ายไม่ซับซ้อน ช่วยให้การทำธุรกรรมออนไลน์เป็นเรื่องง่ายขึ้น มีขั้นตอนในการใช้งานที่สะดวกง่าย ไม่ซับซ้อน ช่วยให้ประหยัดค่าธรรมเนียมการโอนต่างแบงก์ต่างสาขา มีความยืดหยุ่นในการใช้งานสูง

4.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านความเข้าใจในการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้บริโภคมีความเข้าใจในการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านเลือกใช้ได้ด้วยตนเอง สามารถชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ถึงแม้ว่าจะชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นช่องทางที่ไม่เคยใช้มาก่อน ก็สามารถทำความเข้าใจในการใช้งานได้โดยง่ายโดยไม่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีมากนัก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เมทินี จันทร์กระแจะ (2560) กล่าวว่า การยอมรับในเทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในการพยายามส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่พยายามทำความเข้าใจ ศึกษาข้อมูลวิธีการใช้งานและทดลองใช้งานเทคโนโลยีพยายามที่จะเรียนรู้การใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เรียนรู้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการทดลองใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบใหม่ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความตั้งใจและตัดสินใจที่จะใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดต่างกัน ผู้พัฒนาสื่อการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ (Payment Cards) อินเทอร์เน็ตและโมบายแบงก์กิ้ง (internet - mobile banking) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ต้องพัฒนารูปแบบการใช้งานของสื่อการชำระเงินแต่ละประเภทให้รองรับกับพฤติกรรมในการใช้จ่ายและวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน

2. จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หากต้องการให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมชำระเงินด้วยเงินสดเป็นการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้พัฒนาสื่อการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ต้องพัฒนาและปรับปรุงสื่อการชำระเงิน โดยให้ความสำคัญในเรื่องสิทธิประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรก

ต้องพิจารณาให้สิทธิประโยชน์กับผู้บริโภคทั้งที่เป็นผู้ใช้งานรายใหม่ และผู้ที่เคยใช้บริการแล้วให้ได้รับสิทธิประโยชน์ที่เพิ่มมากขึ้น ต้องทำให้ผู้บริโภคทราบและเข้าใจถึงข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการ เพื่อนำไปสู่การเลือกใช้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้จ่ายเงินสด นอกจากนี้ ต้องออกแบบรูปแบบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสะดวก มีการเพิ่มและกระจายจุดติดตั้งอุปกรณ์การชำระเงินให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการใช้งานได้ทุกที่ รูปแบบของการใช้งานสามารถใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อน ทุกคนสามารถใช้งานได้ ผู้บริโภคสามารถศึกษาและเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง ทั้งในด้านของรูปแบบการใช้งานโดยรวมของระบบ และขั้นตอนการใช้งานตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย หากให้ความสำคัญกับปัจจัยที่กล่าวในข้างต้น ผู้บริโภคจะมองเห็นถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้อัตราการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้เร็วมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดต่างกัน ดังนั้น ในการศึกษารound ต่อไป ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยประชากรด้านอาชีพ เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของ แต่ละอาชีพในการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
2. จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์และปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบไร้เงินสดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ในการศึกษารound ต่อไป ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีในด้านอื่นๆ เพื่อให้ทราบว่า มีปัจจัยใดบ้างในทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้ใช้บริการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 กลุ่ม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้น ในการศึกษารound ต่อไป ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างของประชาชนในต่างจังหวัด เพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสยาม.
- จิราภรณ์ พิสมัย (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑาภรณ์ ไร่วอน (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการบัวหลวง ไอแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เขตสาทร กรุงเทพมหานคร*. บทคัดย่อ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ชนิทร ชูรัตน์ (2561). *พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้ชีวิตแบบสังคมไร้เงินสดของพนักงานบริษัทในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. บทความ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชลิตา ศรีนวล (2560). *การยอมรับการชำระผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่: ทิศทางสู่สังคมไร้เงินสด*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชญตรา สุทธิเศียร (2563). *พฤติกรรมการใช้ Application Thanachart Connect ของคนในเขต กรุงเทพมหานคร*. บทความ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เพียรพิรดา แก้วใส (2562). *ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด*. บทความ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เมทินี จันทร์กระแจะ (2558). *คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิทธิชัย ภูษาแก้ว (2560). *ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิรินทิพย์ เดชก้องไกล (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้บริการระบบพร้อมเพย์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563). *รายงานระบบการชำระเงิน 2562*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 จาก [https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS\\_Annually\\_Report/AnnualReport/Payment\\_2019\\_TH.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/AnnualReport/Payment_2019_TH.pdf)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563). *สังคมไทย (กำลัง) ไร้เงินสด?*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAnd Research/FAQ/FAQ%20169.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563). *มุ่งเศรษฐกิจไร้เงินสด: พฤติกรรมผู้บริโภคและโอกาสของธุรกิจไทยช่วงโควิด19*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 จาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_21Jul2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_21Jul2020.aspx)
- สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา (2562). *สถานการณ์สังคมไร้เงินสดของประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 จาก [https://www.senate.go.th/document/Ext22526/22526772\\_0002.PDF](https://www.senate.go.th/document/Ext22526/22526772_0002.PDF)
- สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทน (2560). *ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (National E-Payment)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2563 จาก <http://www.parliament.go.th/library>