

พฤติกรรมการชำระค่าบริการของลูกค้าโทรศัพท์มือถือ Service Payment Behavior of Mobilephone Customers

แพรวพรรณ พระพานะ

Paewphan Phrapana

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Rattanakosin College of Innovation Management

E-mail: paewphan.phr@rmutr.ac.th

Retrieved 14-10-2020; Revised 09-11-2020; Accepted 23-12-2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่างๆ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด โดยมีกรอบแนวคิดของงานวิจัยประยุกต์จากมุมมองความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ จำนวน 423 คน จากลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยโลจิสต์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินของลูกค้าโทรศัพท์มือถือประกอบด้วย เงินสด โฉนด บัตรเครดิต แอปพลิเคชัน และบัตรเดบิต คือ มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัยของลูกค้าที่มีต่อช่องทางการชำระเงินนั้น ๆ โดยมีปัจจัยด้านเพศ อายุและรายได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ: ช่องทางการชำระเงิน; มุมมองความสะดวกและปลอดภัย; แบบจำลองสมการถดถอยโลจิสต์

Abstract

The purposes of this research was to determine factors affecting payment channel decision of AIS customers. Conceptual framework was based on perception on convenience and security of the payment channel. Stratified random sampling technique was applied to select 423 customers to answer self-reported questionnaire. Data were analyzed by bivariate analysis and Logit regression model analysis. Research findings revealed that major factor determining payment channel decision of the AIS customers, consisted of Cash, Mobile banking, Application, Credit Card/debit was perceived

convenience and security on that payment channel. Additionally, gender, age and income of customers also significantly affected payment channel decision.

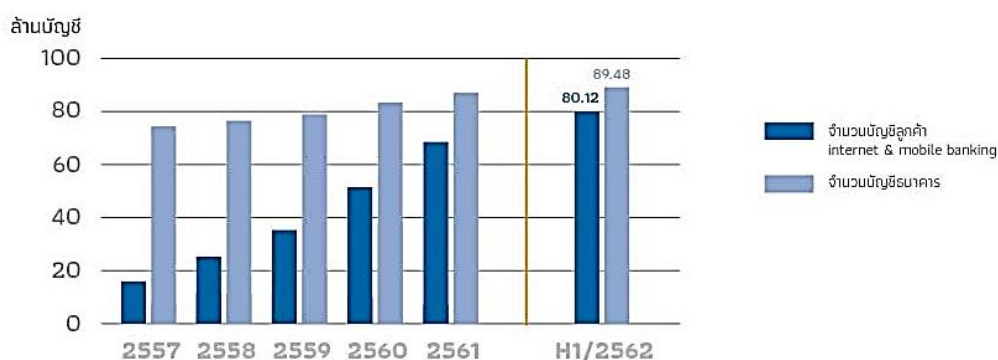
Keywords: Payment Channel; Perceived Convenience and Security; Logic Regression Model

บทนำ

ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Payment อาศัยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดย การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยใช้เทคโนโลยีเสริมสร้างความปลอดภัย ประโยชน์ของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในองค์กร ด้านการสั่งชำระเงินและการรับชำระเงินมีความ สะดวกมากยิ่งขึ้น ทำให้ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปชำระเงินด้วยวิธีการเดิม ๆ สามารถประหยัดเวลาและ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

ปริมาณการใช้ e-Payment ภาพรวมเติบโตขึ้นร้อยละ 35.7 โดยบริการที่เติบโต สูงสุด คือการโอนเงินและชำระเงินผ่านช่องทาง Internet banking และ Mobile banking ใน ปี 2561 จำนวนบัญชี มีอัตราเติบโตร้อยละ 33 จาก 51.7 ล้านบัญชีในปี และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็น 80.1 ล้านบัญชีในครึ่งปีแรกของปี 2562 ดังภาพที่ 1 นอกจากนี้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อัตราการเข้าถึงบริการชำระเงิน ผ่าน Mobile banking และ Internet banking มีจำนวน 43.5 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 53 จากช่วงเวลา เดียวกันของปีก่อน ขณะที่บัญชี Internet banking ที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับจำนวนบัญชีธนาคาร โดยเพิ่มจากสัดส่วนร้อยละ 22 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 77 ในปี 2561 และครึ่งปีแรกของปี 2562 สัดส่วนร้อยละ 90 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

จำนวนบัญชี Mobile banking และ Internet banking เทียบกับจำนวนบัญชีธนาคาร



ภาพที่ 1 จำนวนบัญชี Mobile banking และ Internet banking เทียบกับจำนวนบัญชีธนาคาร

ที่มา: <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/>

ด้วยเหตุข้างต้น จึงเกิดคำถามขึ้นว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสดตั้งแต่นั้นงานวิจัยนี้

จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่างๆ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด โดยงานวิจัยนี้มีขอบเขตครอบคลุม สุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการชำระค่าบริการปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด โดยใช้ การสำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์จากกรณีศึกษา

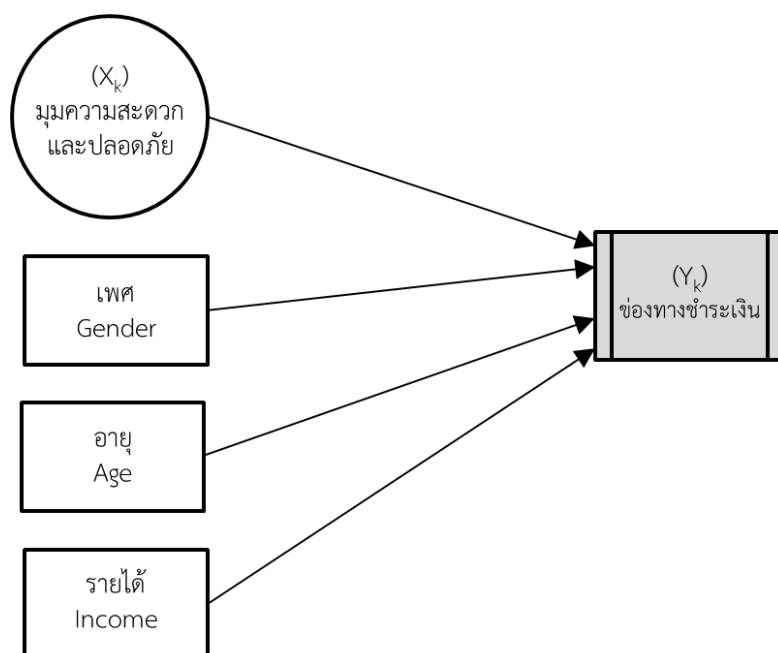
กรอบแนวคิดงานวิจัย

งานวิจัยนี้ ประยุกต์แนวคิดการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ โดยประยุกต์แนวคิดที่เกี่ยวกับมุมมองของผู้ใช้บริการว่ามีความสะดวกและปลอดภัย โดยทำการศึกษาจากปัจจัย คือ มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินนั้นๆ เพศ อายุ และรายได้ของผู้เลือกชำระเงิน

บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ เอไอเอส เป็นผู้นำในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสูงเป็นลำดับที่ 4 ของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเคลื่อนที่โดยประกอบธุรกิจหลัก ได้แก่ บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในประเทศที่ส่วนแบ่งทางการตลาดเชิงรายได้อยู่ที่ 48% ให้บริการลูกค้าจำนวน 41.6 ล้านรายและมีโครงข่าย 4G/3G/2G ครอบคลุมกว่า 98% ของประชากรไทย

ด้านช่องทางการชำระเงินค่าบริการของเครือข่าย เอไอเอส ชำระผ่านช่องทาง ได้แก่ เงินสด แอปพลิเคชัน บัตรเครดิต/เดบิต โฉนดใบกำกับภาษี ฯลฯ การมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย ทำให้ผู้ใช้บริการมีช่องทางเลือกในการชำระเงิน เช่น หากผู้ใช้บริการเลือกชำระผ่านรูปแบบ แอปพลิเคชัน เอไอเอสทาง เอไอเอสก็มีบริการ ออกใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ให้ ช่วยลดการใช้กระดาษ และรักษาสีสิ่งแวดล้อม เพิ่มความสะดวกและสอดคล้องไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในยุคดิจิทัลทั้งนี้ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ นั้น ต้องประกอบไปด้วย ความสะดวกและความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิตา หม่อมปลัด (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือพบว่าความสะดวกและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและปัจจัยด้านรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นุชนาฏ สุทธิวงษ์ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เงินอิเล็กทรอนิกส์ในกรุงเทพมหานครพบว่าผู้ใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดเป็นผู้ที่มีรายได้สูงอาจเพราะผู้มีรายได้สูง มีสภาพคล่องและความสามารถในการทำธุรกรรมทางการเงินมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย ได้ประยุกต์จากงานของ Arango, Huynh, & Sabetti (2015) และ Chen, Huynh, & Shy (2019) โดยปรับให้เหมาะสำหรับการนำมาใช้เกี่ยวกับมุมมองต่อช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

มุมมองด้านความสะดวกและปลอดภัยจะมีส่วนสัมพันธ์ทางตรงกับช่องทางการชำระเงิน กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความสะดวกในระหว่างการใช้บริการผ่านช่องทางบริการต่างๆของเอไอเอส ว่ามีความสะดวกและความปลอดภัยจึงทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้งานในช่องทางการชำระเงินนั้น ๆ

ส่วนด้านเพศ อายุ และรายได้จะมีส่วนสัมพันธ์ทางตรงกับช่องทางการชำระเงินเนื่องจาก เพศ อายุ และรายได้ ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน จึงทำให้ผู้ใช้บริการเลือกช่องทางการชำระเงินที่ต่างกันโดยอาศัยมุมมองความสะดวกและปลอดภัยเพื่อส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้งานในช่องทางบริการต่าง ๆ ของเอไอเอส

วิธีการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการดำเนิน งานวิจัย คือ ลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด จำนวน 423 คนจากการเก็บแบบสำรวจออนไลน์ ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรจากผู้ที่เคยมาใช้บริการชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด โดยแบ่งการเก็บข้อมูลจำแนกตามเพศของผู้ใช้บริการ เนื่องจากเพศชาย

และเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการชำระเงินผ่านช่องทางที่แตกต่างกันและมีความพึงพอใจในการใช้ช่องทางการชำระเงินที่แตกต่างกันดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภท	ชาย	หญิง	รวม
เงินสด	58	94	152
	38.16%	61.84%	100%
แอปพลิเคชัน/โมบายแบงก์กิ้ง	78	123	201
	38.81%	61.19%	100%
บัตรเครดิต	38	32	70
	54.29%	45.71%	100%
รวม	174	249	423
	41.13%	58.87%	100%

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการจัดเก็บข้อมูลจำแนกตามประเภทช่องทางการชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสดจะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการช่องทางการชำระค่าบริการผ่านแอปพลิเคชัน และ โมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด จำนวน 201 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 78 คน และเพศหญิง 123 คน รองลงมาคือช่องทางการชำระค่าบริการแบบเงินสด จำนวน 152 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 58 คน และเพศหญิง 94 คน และ ช่องทางการชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิต จำนวน 70 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 38 คน และเพศหญิง 32 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตารางที่ 2 แสดง ผลการวิเคราะห์ปัจจัย เพื่อยืนยันความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
มุมมองต่อช่องทางการชำระเงินผ่านเงินสด		0.7969	0.7442
การชำระเงินสดมีความสะดวก	0.8927		
การชำระเงินสดมีความปลอดภัย	0.8927		
มุมมองต่อช่องทางการชำระผ่านโมบายแบงก์กิ้ง		0.7119	0.5837
การชำระผ่านโมบายแบงก์กิ้ง มีความสะดวก	0.8438		
การชำระผ่านโมบายแบงก์กิ้ง มีความปลอดภัย	0.8438		
มุมมองต่อช่องทางการชำระผ่านแอปพลิเคชัน		0.8486	0.8202
การชำระผ่าน แอปพลิเคชัน มีความสะดวก	0.9212		

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach h Alpha
การชำระผ่านแอปพลิเคชัน มีความปลอดภัย	0.9212		
มุมมองต่อช่องทางการชำระผ่านบัตรเครดิต		0.9234	0.9170
การชำระผ่าน บัตรเครดิต มีความสะดวก	0.9610		
การชำระผ่าน บัตรเครดิตมีความปลอดภัย	0.9610		

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) สำหรับแบบสอบถามที่ใช้วัดมุมมองต่อการชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่างๆ สามารถอธิบายได้ดังนี้

มุมมองต่อช่องทางการชำระเงินเป็นเงินสด มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.7442 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการชำระเงินสดมีความสะดวก และการชำระเงินสดมีความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 0.8927 ซึ่งถือว่าน้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.7969 สรุปว่าแบบสอบถามที่ใช้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ดี

มุมมองต่อช่องทางการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง มีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.5837 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่เหมาะสมต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ทั้งนี้มุมมองของกลุ่มตัวอย่างต่อการชำระเงินอาจมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นด้านความสะดวกและความปลอดภัยที่แตกต่างกัน จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามเชื่อถืออยู่ในระดับพอใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง มีความสะดวก และการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งมีความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 0.8438 ซึ่งถือว่าน้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.7119 สรุปว่า แบบสอบถามที่ใช้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือพอใช้ได้

มุมมองต่อช่องทางการชำระผ่านแอปพลิเคชัน ค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.8202 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันมีความสะดวกและการชำระผ่านแอปพลิเคชันมีความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 0.9212 ซึ่งถือว่าน้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.8486 สรุปว่า แบบสอบถามที่ใช้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ดี

มุมมองต่อช่องทางการชำระผ่านบัตรเครดิต ค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9170 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการชำระผ่าน บัตรเครดิต มีความสะดวกและการชำระผ่านบัตรเครดิต มีความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 0.9610 ซึ่งถือว่าน้ำหนักของปัจจัยอยู่ในช่วงที่ดี และมีค่า % ของ Total Variance อยู่ที่ 0.9234 สรุปว่า แบบสอบถามที่ใช้มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ดี

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตัวแปรของปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย ได้ข้อมูลมาจากแบบสอบถามและสร้างเป็นตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย ซึ่งการศึกษานี้ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด ด้วยวิธีการวิเคราะห์ตัวแปรแบบทวินาม (Bivariate Analysis) และการ

วิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยโลจิสติก (Logit Regression Model Analysis) โดยแบบจำลองสมการถดถอยโลจิสติกที่ใช้ในการศึกษา สามารถแสดงได้ ดังนี้

$$Prob(y_k = 1) = f_k(x_k, Gender, Age, Income)$$

โดยที่ $k = 1$ คือ การชำระเงินสด

$k = 2$ คือ การชำระผ่าน โฉนดใบแบ่งกึ่ง

$k = 3$ คือ การชำระผ่าน แอปพลิเคชัน

$k = 4$ คือ การชำระผ่าน บัตรเครดิต

y_k คือ การตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางที่ k

โดยที่ $y_k = 1$ ในกรณีที่เลือก และ $y_k = 0$ ในกรณีที่ไม่เลือก

x_k คือ มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินช่องทางที่ k

$Gender$ คือ เพศของผู้ชำระเงิน

โดยที่เพศใช้ตัวแปร Female แทน มีค่าเท่ากับ 1 กรณีเพศหญิง และ 0 กรณีเพศชาย

Age คือ อายุของผู้ชำระเงิน

โดยที่อายุใช้ตัวแปรแทนสองกลุ่มอายุ คือ Gen Z และ Gen BB

$Income$ คือ รายได้ของผู้ชำระเงิน

โดยที่รายได้ใช้ตัวแปร Low Income แทนกลุ่มผู้มีรายได้น้อย

$f_k(.)$ คือ ฟังก์ชันความน่าจะเป็นแบบโลจิสติก (Logistic Function)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบทวินามและการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองสมการถดถอย สามารถแสดงได้ดังนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

Item	จำนวน	เงินสด	โฉนดใบแบ่งกึ่ง	แอปพลิเคชัน	บัตรเครดิต
ช่องทางการชำระ					
-เงินสด	152	0.9269	0.7720	0.7029	0.7975
-โฉนดใบแบ่งกึ่ง	56	0.8263	0.7905	0.7001	0.7813
-แอปพลิเคชัน	145	0.7477	0.9245	0.8114	0.8405
- เครดิต	70	0.8295	0.8777	0.8378	0.8571
F-test		11.5281 ***	5.0680 ***	4.0251 ***	4.4174 ***
เพศ					
- ชาย	174	0.8338	0.8377	0.7340	0.8074
- หญิง	249	0.8376	0.8488	0.7817	0.8287
t-test		0.0471	1.6437	1.1616	1.6526 *
อายุ					

Item	จำนวน	เงินสด	นโยบาย แบ่งคักง	แอปพลิเคชัน ชั้น	เครดิต	
- ต่ำกว่า 24	83	0.8362	0.8588	0.7172	0.8252	
- 24 – 38	198	0.8340	0.8422	0.7554	0.8143	
- 39 – 54	106	0.8419	0.8617	0.8193	0.8490	
- ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	36	0.8298	0.7703	0.7338	0.7533	
F-test		3.2526	**	1.8788	0.8039	1.2253
รายได้						
ต่ำกว่า 15,000	66	0.8357	0.8638	0.7286	0.8578	
15,001–30,000	179	0.8496	0.8199	0.7311	0.8086	
30,001–50,000	86	0.8424	0.8682	0.8008	0.7994	
50,001–100,000	49	0.8994	0.8544	0.7962	0.7912	
100,000 ขึ้นไป	43	0.8059	0.8557	0.8259	0.8372	
F-test		1.4805	2.3215	**	0.3166	1.3605

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.10, ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, และ *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัย ผู้ใช้เลือกช่องทางการชำระเงินมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การเลือกช่องทางการชำระเงินแบบเงินสดโดยการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของเงินสด รองลงมาคือการเลือกช่องทางการชำระเงินแบบนโยบายแบงก์กิ้ง ช่องทางการชำระเงินแบบบัตรเครดิต และการเลือกช่องทางการชำระเงินแบบแอปพลิเคชันตามลำดับ จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยในการเลือกช่องทางการชำระเงินแต่ละช่องทางมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้ใช้แต่ละคนเชื่อว่าช่องทางการชำระเงินที่ใช้อยู่นั้นมีความสะดวกและปลอดภัย

ปัจจัยด้านเพศ มีผลต่อการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 โดยเพศหญิงมีการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินแบบบัตรเครดิต และเพศที่แตกต่างอื่น มีการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินแบบเงินสดนโยบายแบงก์กิ้ง และแอปพลิเคชัน ไม่แตกต่างกัน จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยในการเลือกช่องทางการชำระเงินแต่ละช่องทางมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการแต่ละเพศเชื่อว่าช่องทางการชำระเงินที่ใช้อยู่นั้นมีความสะดวกและปลอดภัย

ปัจจัยด้านอายุ มีผลต่อการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้มีอายุระหว่าง 39–54 ปีหรือ

Generation X มีการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินแบบเงินสด และอายุที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินแบบโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน และบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยในการเลือกช่องทางการชำระเงินแต่ละช่องทางมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้ใช้แต่ละช่วงอายุเชื่อว่าช่องทางในการชำระเงินที่ใช้อยู่มีความสะดวกและปลอดภัย

ปัจจัยด้านรายได้ มีผลต่อการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินที่แตกต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผู้มีรายได้ระหว่าง 30,000–50,000 บาท โดยมีการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินแบบโมบายแบงก์กิ้ง และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงินแบบเงินสดแอปพลิเคชัน และบัตรเครดิต ไม่แตกต่างกัน จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความสะดวกและปลอดภัยในการเลือกช่องทางการชำระเงินแต่ละช่องทางมีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้ใช้มีรายได้ที่แตกต่างกันจึงเชื่อว่าช่องทางในการชำระเงินที่ใช้อยู่มีความสะดวกและปลอดภัย

ตารางที่ 4 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบจำลองโลจิส

	เงินสด	โมบายแบงก์กิ้ง	แอปพลิเคชัน	เครดิต
เงินสด	6.4244***			
โมบายแบงก์กิ้ง		-1.4838**		
แอปพลิเคชัน			1.2071***	
เครดิต				1.2879*
female	0.2089	1.0024***	-0.2574	-0.6419**
genZ	-0.3401	-1.4797***	0.7782***	0.4319
genBB	0.9884**	-0.1256	-0.6089	-0.3811
lincome	0.2462	0.8527**	-0.6579***	-0.0493
Constant	-	-1.6720**	-1.1822***	-2.3899***
	6.4852***			
N	423	423	423	423
ll	-	-150.1986	-259.9221	-183.7604
	237.3738			
chi2	77.7212	30.3047	24.0225	12.0402
r2_p	0.1407	0.0916	0.0442	0.0317

* $p < .1$, ** $p < .05$, *** $p < .01$

จากตารางที่ 4 ผลการประมาณค่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรงแบบจำลองโลจิส พบว่า โดยรวมปัจจัยทางด้านความสะดวกและปลอดภัย พบว่า ความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระแบบเงินสดส่งผลมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 6.4244 รองลงมาคือ แอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 1.2071 เครดิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.1 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 1.2879 และไม่เลือกชำระค่าบริการผ่านโมบายแบงก์กิ้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ -1.4838ตามลำดับ

โดยรวมปัจจัยทางด้านเพศ พบว่า เพศหญิงใช้ช่องทางการชำระแบบโมบายแบงก์กิ้ง มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 1.0024 และเพศหญิงไม่เลือกใช้ช่องทางการชำระค่าบริการแบบเครดิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ -0.6419

โดยรวมปัจจัยทางด้านอายุ พบว่า กลุ่มคนอายุน้อย Generation Z หรือที่มีอายุระหว่าง 39-54 ปี เลือกใช้ช่องทางการชำระแบบแอปพลิเคชัน มากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.7782 และไม่เลือกใช้ช่องทางการชำระแบบโมบายแบงก์กิ้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ -1.4797 และกลุ่มคนอายุมาก Generation BB หรือกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 54-72 เลือกใช้ช่องทางการชำระแบบเงินสด มากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.9884

โดยรวมปัจจัยทางด้านรายได้ พบว่า กลุ่มคนที่มีรายได้น้อยใช้ช่องทางการชำระแบบโมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.8527 แต่ไม่เลือกใช้ช่องทางการชำระค่าบริการผ่านแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ -0.6579

สรุปผลการศึกษา พบว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อช่องทางการชำระเงินในเรื่องของมุมมองความสะดวกและปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า การชำระเงินผ่านเงินสด มีความสะดวกและปลอดภัยมากที่สุด เพราะในการเข้าใช้บริการชำระเงินสดยังมีความสำคัญอยู่ในปัจจุบันนี้ เปรียบเสมือนเป็นตัวกลางพูดคุยระหว่างลูกค้าและบริษัท ทำให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์สินค้า และบริการต่าง ๆ รวมทั้งสามารถสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการรักษาลูกค้าให้ใช้งานต่อไปในอนาคต เพราะผู้ใช้งานกลุ่มมองว่าการชำระเงินผ่านเงินสดมีความสะดวกและปลอดภัยกว่า เช่นกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น รองลงมา คือ การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเพราะผู้ใช้บริการบางกลุ่ม เช่น กลุ่มที่มีอายุน้อย มองว่าการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน มีความสะดวกเพราะสามารถเลือกขั้นตอนการชำระได้อย่างสะดวกและปลอดภัยกว่า ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุน้อยเลือกที่จะไม่ใช้การชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง เพราะในการเข้าระบบของโมบายแบงก์กิ้งในแต่ละครั้งนั้นอาจใช้ระยะเวลานาน ในด้านของเพศและรายได้ เพศหญิงและคนรายได้น้อยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการชำระแบบโมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด เพราะส่วนใหญ่มองว่า การเข้า

ระบบในการทำธุรกรรมการเงินหรือชำระค่าบริการผ่านโมบายแบงก์กิ้งมีความสะดวกและปลอดภัยมากที่สุด ในทางตรงกันข้ามเพชหญิงไม่ใช้บัตรเครดิตในการชำระค่าบริการของเอไอเอสเพราะในการชำระค่าบริการผ่านบัตรเครดิตแต่ละครั้งนั้น อาจมีการเสียค่าบริการเพิ่มเติมจึงทำให้รู้สึกไม่สะดวกและปลอดภัยในด้านการใช้งาน ส่วนผู้ที่มียาายน้อยนั้นไม่เลือกช่องทางการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพราะมองว่าในการเข้าแอปพลิเคชันชำระเงินในแต่ละครั้งนั้นมีความยุ่งยากทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่สะดวกและปลอดภัย

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าที่ชำระค่าบริการโทรศัพท์มือถือในการเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ คือ มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัยของลูกค้าที่มีต่อช่องทางการชำระเงิน พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis, Bagozzi และ Warshaw ที่ว่าปัจจัยด้านการรับรู้ ประโยชน์ในการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ความปลอดภัย ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, F.D., 1985) ส่วนในด้านการวิจัยสอดคล้องกับ ภาวิดา หม่อมพลัด (2556) พบว่าความสะดวกและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดมีผู้ใช้ช่องทางนี้มากที่สุดเพราะเนื่องจากผู้ใช้บริการรู้สึกมีความสะดวกและปลอดภัยต่อการให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ในการชำระค่าบริการโดยสอดคล้องกับนันท์รัตน์ วรณตุง(2548)พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการชำระค่าสาธารณูปโภคผ่านระบบคนกลางในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความเชื่อมั่นและด้านความเข้าใจของลูกค้า ปัจจัยเรื่องเพศของผู้ใช้บริการที่มีต่อช่องทางการชำระเงินนั้นๆ เพชหญิงมีการใช้ช่องทางการชำระโมบายแบงก์กิ้งมากที่สุดเพราะผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความสะดวกและปลอดภัยในการชำระค่าบริการต่างๆสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา มหามงคล (2554) พบว่า เพชหญิงมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือมากที่สุด เพราะในการการชำระเงินแต่ละครั้งต้องอาศัยความสะดวกและรวดเร็วต่อการใช้งานจึงส่งผลต่อความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านอายุ อายุที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้ช่องทางการชำระเงินที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัย ธัญมาศ ทองมูลเล็ก(2560) พบว่าคนกลุ่มเจนเอเรชั่น (GenZ) มีสัดส่วนในการใช้สื่อออนไลน์ที่สูง เนื่องจากกลุ่มคนเจนนี เป็นเด็กรุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยี จึงมีการยอมรับการใช้งานผ่านเครือข่ายออนไลน์ในระดับที่ดีมาก แต่ คนกลุ่มเจนเอเรชั่น (Gen BB) คือกลุ่มเจนที่ยังขัดแย้งกับทฤษฎีการแพร่ของวัฒนธรรม จึงเป็นไปได้ว่าการใช้บริการทางเครือข่ายออนไลน์จะยังมีความไม่สะดวกและไม่รู้สึกปลอดภัยสำหรับกลุ่มเจนนี ปัจจัยเรื่องรายได้ พบว่าผู้มีรายได้น้อยจะเลือกใช้ช่องทางการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งมากที่สุดและไม่เลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันสอดคล้องกับงานวิจัยนุช

นาง สุทธิรักษ์ (2562) พบว่าผู้ที่ใช้บริการการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดเป็นผู้ที่มีรายได้สูงอาจเพราะผู้มีรายได้สูง มีสภาพคล่องและความสามารถในการทำธุรกรรมทางการเงินมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำ

สรุป

การวิจัยนี้มีขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการโทรศัพท์มือถือ โดยประยุกต์กรอบแนวคิดจากมุมมองความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน ซึ่งได้ผลการศึกษาสอดคล้องกับกรอบแนวคิด โดยพบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลการตัดสินใจของลูกค้าที่ชำระค่าบริการโทรศัพท์มือถือ ในการเลือกชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินแบบต่าง ๆ คือ มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัยของลูกค้าที่มีต่อช่องทางการชำระเงินนั้น ๆ โดยช่องทางการชำระเงินส่งผลมากที่สุด รองลงมา แอปพลิเคชัน และน้อยที่สุด บัตรเครดิต ปัจจัยด้านเพศ เพศหญิงเลือกใช้ช่องทางการชำระเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด และบัตรเครดิตไม่ถูกเลือกใช้เป็นช่องทางการชำระค่าบริการ ปัจจัยด้านอายุ มีผลการเลือกใช้ช่องทางการบริการที่แตกต่างกันไปโดย Gen Z เลือกใช้แอปพลิเคชัน มากที่สุดและไม่เลือกใช้ช่องทางผ่านโมบายแบงก์กิ้งและ Gen BB มีการเลือกใช้ช่องทางการชำระค่าบริการเงินสดมากที่สุด ปัจจัยด้านรายได้ที่ส่งผลการชำระเงิน โดยผู้มีรายได้น้อยเลือกใช้ โมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด และแอปพลิเคชันไม่ถูกเลือกใช้เป็นช่องทางการชำระค่าบริการ โดยปัจจัยที่กล่าวไปข้างต้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกช่องทางการชำระเงิน มีความสัมพันธ์ มุมมองต่อความสะดวกและปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน เพศ อายุ และรายได้ ของลูกค้าที่ชำระค่าบริการเอไอเอสด้วยรูปแบบเงินสดและไม่ใช้เงินสด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

สำหรับผู้ประกอบการ ในด้านการพัฒนาแอปพลิเคชัน สำหรับคนในกลุ่ม Gen BB ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการใช้งานให้เหมาะสมต่อการเข้าถึงและสามารถใช้งานสะดวกง่ายต่อการใช้บริการในด้านต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการใช้บริการและอุปสรรคที่เกิดกับการยอมรับเทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้เข้าใจความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานระบบการชำระเงิน. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการเงิน
กระทรวงการคลัง.
- ธัญมาศ ทองมูลเล็ก. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์
ในสังคมไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 2(10), 114-124.
- นันทรัตน์ วรรณตุง. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชำระเงินค่าสาธารณูปโภคผ่าน
ระบบคนกลางในกรุงเทพมหานคร (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นุชนาฏ สุทธิวงษ์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันเงิน
อิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ในกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยสยาม.
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารโทรศัพท์มือถือของธนาคาร
กสิกรไทยจำกัด (มหาชน) (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวิดา หม่อมปลัด. (2556). การไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำ
ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Arango, C., Huynh, K. P., & Sabetti, L. (2015). Consumer payment choice: Merchant card acceptance
versus pricing incentives. *Journal of Banking and Finance*, 55, 130-141.
- Chen, H., Huynh, K. P., & Shy, O. (2019). Cash versus card: Payment discontinuities and the burden
of holding coins. *Journal of Banking and Finance*, 99, 192-201.
- Davis, F. D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A
comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Davis, F.D. (1986) *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information
Systems: Theory and Results* (Unpublished Doctoral Dissertation). MIT Sloan School of
Management, Cambridge, MA.