

พฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ
ผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

Consumer Behavior, Perception and Response to the Electronic Financial
System of Different Generations in Chiang Mai Province

เกศราภรณ์ ใจข้อ*¹ และ จีระคม สิริศรีสกุลชัย²

Kessaraporn Jaikor and Jirakom Sirisrisakulchai

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ รวมไปถึงการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย จำแนกประชาชนออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เบบี้บูมเมอร์ เจเนอเรชันเอกซ์ และเจเนอเรชันวาย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่า รุ่นเบบี้บูมเมอร์มีการชำระสินค้าอุปโภค สินค้าบริโภค ค่าน้ำประปาและเติมเงินโทรศัพท์ผ่านเงินสด ค่าไฟฟ้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีการรับรู้ข้อมูลจากแหล่งโทรทัศน์เพราะมีการเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายมากที่สุด เจเนอเรชันเอกซ์มีการชำระสินค้าอุปโภค สินค้าบริโภค ค่าน้ำประปาผ่านเงินสด ค่าไฟฟ้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เติมเงินโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชัน มีการรับรู้ข้อมูลจากสาขาธนาคารเพราะเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการมากที่สุด ส่วนเจเนอเรชันวายมีการชำระสินค้าอุปโภคผ่านบัตรเครดิต ชำระสินค้าบริโภคผ่านบัตรATM บัตรเดบิต ค่าน้ำประปาผ่านเงินสด ซื้อสินค้าออนไลน์ ขายกองทุนรวม เติมเงินโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชัน มีการรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์เพราะเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการและด้านลักษณะกายภาพมากที่สุด การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างพบว่า เจเนอเรชันของผู้บริโภคที่ต่างกันจะมีผลต่อการถือเงินสด ความถี่ในการชำระสินค้าบริโภค ค่าน้ำประปา ซื้อสินค้าออนไลน์ ซื้อกองทุนรวม เติมเงินโทรศัพท์ เติมเงินe-Wallet ชำระประกันภัย และแหล่งรับรู้ข้อมูล

คำสำคัญ : เงินอิเล็กทรอนิกส์ เจเนอเรชัน เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต บัตรอิเล็กทรอนิกส์

* Corresponding author. E-mail: aiiewkess@gmail.com

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This study aimed to evaluate service usage behavior and electronic financial system information perception among different generation consumers in Chiang Mai province. Also, factors effect to electronic financial system service usage in each generation consumers living in Chiang Mai province were studied. A survey research was used to examine the samples of 400 people living in Chiang Mai province exclude foreigner. 3 type of generations: 1)Baby boomer s 2)Generation X 3)Generation Y were studied. The questionnaire was used as data collected tool and data was analyzed by descriptive statistic analysis and inferential statistics analysis.

Study results showed that baby boomer, consumer goods, water bill and mobile top up were paid by cash. Electric bill was paid via internet. Electronic money system information were perceived by television since it's easy to access and convenient. They are most interested in product factor and distribution factor. Generation x, consumer goods and water bill were paid by cash. Electric bill was paid via internet. Mobile top up was made via application. Information perception was perceived by bank branch since it's easy to access and convenient. They are most interested in product, price, distribution and process factors. While generation y, water bill was paid by cash. Online goods, mutual fund and mobile top up were made via application. Information perception was perceived by Internet since it's easy to access and convenient. They are most interested in product, price, distribution, process and physical factors. Comparison of average among people sample in difference generations in Chiangmai province showed that consumers in different generation effects to their cash on hand, frequency of consumer goods payment, water bill payment, online goods purchasing, mutual fund purchasing, mobile top up payment, frequency of e- wallet top up, insurance payment, consumer goods value payment, electric bill, water bill, online goods purchasing, mutual fund purchasing, mobile top up, life insurance and insurance payment and electronic money information perception source.

Keywords: Electronic money, Generation, Technology, Internet, Electronic card

ที่มาและความสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงของโลกที่ทันสมัยขึ้นนำไปสู่ยุคแห่งการเป็นโลกดิจิทัล(Digital) ทำให้เทคโนโลยี (Technology) และอิเล็กทรอนิกส์(Electronic) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันและการทำงานของเรทุกคนทั้งในด้านการดำเนินงานทางธุรกิจ ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้วยความเจริญก้าวหน้าและรวดเร็วของเทคโนโลยี(Technology) ที่พัฒนาไปอย่างก้าวไกล ทำให้ระบบข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงระบบความรู้มีความสะดวกและกว้างขวางมากขึ้นเสมือนไม่มีพรมแดนของประเทศ โดยมีอินเทอร์เน็ต(Internet) และสื่อดิจิทัล (Digital media) เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ ผู้คนในยุคนี้จึงต้องเปลี่ยนแปลงปรับตัวเพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ผู้คนมีวิถีชีวิตที่เชื่อมต่อกับโลกดิจิทัล(Digital) อยู่ตลอดเวลา ดังนั้นเทคโนโลยี (Technology) ต่าง ๆ จึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการตอบสนองความต้องการและการเข้าถึงประชาชน

ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยได้ประยุกต์การใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล(Digital technology) มาช่วยขับเคลื่อนในระบบงานต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างสรรค์ ใช้ประโยชน์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สามารถสร้างรายได้มหาศาลและมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด การใช้เทคโนโลยี(Technology) จะถูกนำมาเชื่อมต่อเข้ากับอุปกรณ์และเครื่องจักรผ่านการสื่อสาร ในขณะที่ความสามารถของคอมพิวเตอร์(Computer) ที่ก้าวหน้าขึ้นจะช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมหาศาลได้ ทำให้มีต้นทุนด้านแรงงานต่ำลงและมีประสิทธิภาพในการผลิตที่สูงขึ้น โดยปัจจัยที่สำคัญคือการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต(Internet network) ความเร็วสูงที่เพิ่มขึ้น ความสามารถในการผลิตของบุคลากรที่เพิ่มขึ้นและอุตสาหกรรมดิจิทัล(Digital) แบบใหม่ เช่น ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น ทุกคนจึงต้องพัฒนาเปลี่ยนแปลงเพื่อประสบการณ์ใหม่ที่จะทำให้คุณภาพในการใช้บริการทางการเงินของประชาชนมีความสะดวก ง่าย ปลอดภัย และรวดเร็วขึ้นด้วยแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-payment Master Plan)

จากการที่รัฐบาลได้ออกแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ(National e-payment Master Plan) ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองของประชาชนในแต่ละช่วงวัยที่แตกต่างกัน เนื่องจากประชาชนเติบโตมาในแต่ละช่วงเวลา ทำให้ประชาชนในแต่ละรุ่นจะมีทัศนคติ ค่านิยม แนวคิด ลักษณะนิสัย ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดความต้องการที่ต่างกัน การแยกรุ่นสามารถใช้อธิบายความแตกต่างของคนต่างรุ่นได้ โดยจะแบ่งรุ่นตามช่วงปีเกิด ซึ่งทฤษฎีเจเนเรชัน(Generation) ประกอบด้วย 4 รุ่นหลัก ได้แก่ เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) เจเนอเรชันวาย(Generation Y) และเจเนอเรชันแซด (Generation Z) ในปัจจุบันนี้กลุ่มคนเจเนอเรชันวายจะมีสัดส่วนสูงที่สุด(สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2561: ออนไลน์) ทำให้เป็นที่มาของการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ

ผู้บริโภคในแต่ละรุ่น ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าเป็นเพียงการศึกษาถึงปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) (ชวีศา พุ่มดนตรี, 2559; เสาวลักษณ์ อินุชงค์, 2559; พรชนก พลาบุลย์, 2558). งานวิจัยดังกล่าวได้ศึกษาเฉพาะโครงการระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) เท่านั้นไม่มีการศึกษาระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ร่วมด้วย อีกทั้งไม่ได้ทำการแบ่งกลุ่มตามรุ่นเพื่อทราบถึงพฤติกรรมของประชาชนในแต่ละกลุ่ม

ในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่าง 3 รุ่น คือเบบี้บูมเมอร์(Baby Boomer) เจเนอเรชันเอกซ์ (Generation X) และเจเนอเรชันวาย(Generation Y) เนื่องจากประชาชนเติบโตมาในแต่ละเวลาที่ต่างกัน ส่งผลให้ประชาชนในแต่ละรุ่นจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามไปด้วย ส่วนเจเนอเรชันแซด(Generation Z) ผู้วิจัยไม่ได้เลือกใช้เพราะเป็นกลุ่มบุคคลที่ยังอายุน้อย ไม่มีประสบการณ์และขาดการควบคุมสภาพจิตใจ จึงถือได้ว่าเป็นผู้หย่อนความสามารถและไม่อาจจัดการกับทรัพย์สินหรือทำธุรกรรมทางการเงินของตนได้ อีกทั้งผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทางภาคเหนือของประเทศไทย ทั้งในด้านการเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม ด้านการค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยว ประเภทธรรมชาติ ล้วนแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงด้านการคมนาคมขนส่งที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงมีเส้นทางคมนาคมหลักทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และทางอากาศ รวมทั้งมีความเจริญก้าวหน้า มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีสถานศึกษาที่ดี จึงเป็นจังหวัดที่มีประชาชนเข้ามาใช้ชีวิตเป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายของประชากรตามไปด้วย ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์(Electronic) ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์ระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) เพื่อเป็นประโยชน์แก่ธนาคารพาณิชย์ ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้อื่นที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มคุณภาพของระบบพื้นฐานการชำระเงินอย่างครบวงจร รวมไปถึงการปรับปรุงคุณภาพของระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์(Electronic) ให้ตรงกับความต้องการและตอบสนองความต้องการของประชาชนในแต่ละรุ่นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

ในการศึกษานี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรูปแบบวิธีการศึกษาข้อมูลเป็นเชิงปริมาณและใช้การศึกษาวิจัยแบบสำรวจ

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้นและไม่รวมคนต่างด้าว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างของประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่รวมคนต่างด้าว โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่มีจำนวนมากและมีความแตกต่างกันระหว่างหน่วยสุ่มที่สามารถจำแนกออกเป็นชั้นภูมิ (Stratum) เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนและครอบคลุม ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane) จะได้กลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มเบี่ยงเบนเมอร์จำนวน 70 คน กลุ่มตัวอย่าง เจเนอเรชันเอกซ์จำนวน 166 คน และกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันวายจำนวน 164 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้จำนวน 400 คน โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพที่หลากหลาย ณ ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแต่ละกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเลือกหน่วยตัวอย่างแบบบังเอิญ ซึ่งมีวิธีวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1: เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลลักษณะด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่ายส่วนตัว แอปพลิเคชันที่ใช้ทำธุรกรรม จำนวนบัตรอิเล็กทรอนิกส์ จำนวนบัตรเครดิต และจำนวนเงินสดที่ถือผ่านมือ เพื่อใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยศึกษาวัตถุประสงค์ของการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การชำระสินค้าและบริการ การชำระค่าสาธารณูปโภค ซื้อสินค้าออนไลน์ ซื้อกองทุนรวม เติมเงินโทรศัพท์ ประกันชีวิตและประกันภัยรวมไปถึงซื้ออาหารและเครื่องดื่ม เพื่อใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติ One-way ANOVA เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชันทั้งสามต่อพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์ที่ 2: เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

โดยศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แหล่งข้อมูลที่รับรู้ ความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูลที่รับรู้และเนื้อหาของข้อมูลที่รับรู้ ซึ่งเป็นคำถามแบบปิดและแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีระดับการรับรู้มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีระดับการรับรู้มาก

คะแนน 3 หมายถึง มีระดับการรับรู้ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีระดับการรับรู้น้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีระดับการรับรู้น้อยที่สุด

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score) แล้วแปลความหมายระดับคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีผลมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีผลปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีผลน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับมาจัดเรียงตามลำดับความสำคัญ(Ranking) จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยการรับรู้ข้อมูลที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นการรับรู้ข้อมูลที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้ข้อมูลในด้านนี้มากที่สุดและการรับรู้ข้อมูลที่ได้คะแนนรวมน้อยที่สุดเป็นการรับรู้ข้อมูลที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อยที่สุด นำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) และค่าเฉลี่ย(Mean) และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติ One-way ANOVA เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเงื่อนไขทั้งสามต่อพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์

วัตถุประสงค์ที่ 3: เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

โดยทำการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการและปัจจัยด้านลักษณะกายภาพ ซึ่งเป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตรวัดของลิเคิร์ต(Likert Scale) คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score) แล้วแปลความหมายระดับคะแนน
ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีผลมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีผลมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีผลปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีผลน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีผลน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับมาจัดเรียงตามลำดับความสำคัญ(Ranking) จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ปัจจัยที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้มากที่สุดและปัจจัยที่ได้คะแนนรวมน้อยที่สุดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อยที่สุด นำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) และค่าเฉลี่ย(Mean)

ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่รวมคนต่างด้าว จำนวน 400 คน ซึ่งผลการศึกษาแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกประชาชนออกเป็น 3 กลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเบบีบูมเมอร์เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 63 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีรายได้เฉลี่ย 43,958 บาทต่อเดือน รายจ่ายส่วนตัวเฉลี่ย 26,558 บาทต่อเดือน ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารอื่น ๆ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารยูโอบี เป็นต้น ไม่มีบัตรเครดิตและบัตรเครดิต ถือเงินสดผ่านมือเฉลี่ย 1,275 บาทต่อวัน

กลุ่มตัวอย่างเจนเรชั่นเอกซ์ พบว่าเป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 49 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ย 44,434 บาทต่อเดือน รายจ่ายส่วนตัวเฉลี่ย 27,097 บาทต่อเดือน ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารอื่น ๆ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารยูโอบี เป็นต้น มีบัตรเครดิตทรอนิกส์ 1 ใบ แต่ไม่มีบัตรเครดิต ถือเงินสดผ่านมือเฉลี่ย 1,032 บาทต่อวัน

กลุ่มตัวอย่างเจนเรชั่นวาย พบว่าเป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 30,289 บาทต่อเดือน รายจ่ายส่วนตัวเฉลี่ย 19,857 บาทต่อเดือน ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย มีบัตรเครดิตทรอนิกส์ 1 ใบ แต่ไม่มีบัตรเครดิต ถือเงินสดผ่านมือเฉลี่ย 633 บาทต่อวัน

4.2 พฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกประชาชนออกเป็น 3 กลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์มีพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการชำระสินค้าและบริการจะชำระสินค้าอุปโภคผ่านเงินสดโดยเฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 10,150 บาทต่อเดือน ด้านการชำระค่าสาธารณูปโภคจะชำระค่าไฟฟ้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 1,569 บาทต่อเดือน ไม่มีการใช้บริการด้านการซื้อสินค้าออนไลน์และซื้อกองทุนรวม ด้านเติมเงินโทรศัพท์จะใช้บริการผ่านการจ่ายเงินสดโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 320 บาทต่อเดือน และไม่มีมีการใช้บริการด้านประกันชีวิต ประกันภัยและประกันสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างเจนเรชั่นเอกซ์ พบว่ามีพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการชำระสินค้าและบริการจะชำระสินค้าผ่านเงินสดโดยเฉลี่ย 3 ครั้งต่อเดือน มีมูลค่าเฉลี่ย 5,570 บาทต่อเดือน ด้านการชำระค่าสาธารณูปโภคจะชำระค่าไฟฟ้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 1,210 บาทต่อเดือน ไม่มีการใช้บริการด้านการซื้อสินค้าออนไลน์และซื้อกองทุนรวม ด้านเติมเงินโทรศัพท์จะใช้บริการผ่านการจ่ายเงินสดโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 308 บาทต่อเดือน และไม่มีมีการใช้บริการด้านประกันชีวิต ประกันภัยและประกันสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างเจนเรชั่นวาย พบว่ามีพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการชำระสินค้าและบริการจะชำระสินค้าอุปโภคผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ย 3 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 3,934 บาทต่อเดือน ด้านการชำระค่าสาธารณูปโภคจะไม่มีการชำระค่าไฟฟ้า ถ้ามีจะใช้บริการโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 610 บาทต่อเดือน ด้านการซื้อสินค้าออนไลน์จะใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันโดยเฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 1,153 บาทต่อเดือน ด้านกองทุนรวมจะขายกองทุนรวมผ่านแอปพลิเคชันโดยเฉลี่ย 1 ครั้งต่อเดือน ด้านเติมเงินโทรศัพท์จะใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันโดยเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน มูลค่าเฉลี่ย 442 บาทต่อเดือน และไม่มีมีการใช้บริการด้านประกันชีวิต ประกันภัยและประกันสุขภาพ

4.3 การรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกประชาชนออกเป็น 3 กลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์มีการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จากแหล่งโทรทัศน์ มีความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูลและการรับรู้เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เลือกอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างเจนเนเรชันเอกซ์ พบว่ามีการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จากสาขาธนาคาร มีความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูลและการรับรู้เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เลือกอยู่ในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันวาย พบว่ามีการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ มีความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูลและการรับรู้เนื้อหาจากแหล่งข้อมูลที่เลือกอยู่ในระดับมาก

4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกประชาชนออกเป็น 3 กลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างเจนเนเรชันเอกซ์ พบว่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านกระบวนการในระดับมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันวาย พบว่าให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการและด้านลักษณะกายภาพในระดับมากที่สุด

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชาชนในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เจเนอเรชันของผู้บริโภคที่ต่างกันไม่มีผลต่อความถี่ในการชำระสินค้าอุปโภค ความถี่ในการชำระค่าไฟฟ้า ความถี่ในการขายกองทุนรวม ความถี่ในการชำระประกันชีวิต ความถี่ในการชำระประกันสุขภาพ มูลค่าในการขายกองทุนรวม มูลค่าในการเติมเงิน e-Wallet มูลค่าในการชำระประกันสุขภาพ ความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูล มีการเข้าถึงได้ง่าย ความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูลสามารถรับรู้ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูลสามารถรับรู้ได้รวดเร็ว ความคิดเห็นต่อแหล่งข้อมูลสามารถรับรู้ได้ทุกสถานที่ การรับรู้เนื้อหาวิธีการใช้ระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้เนื้อหาค่าธรรมเนียมของระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้เนื้อหากระบวนการเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวกสบาย และการรับรู้เนื้อหากระบวนการเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย แต่เจเนอเรชันของผู้บริโภคที่ต่างกันจะมีผลต่อการถือเงินสด ความถี่ในการชำระสินค้าบริโภค ความถี่ในการชำระค่าน้ำประปา ความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์ ความถี่ในการซื้อกองทุนรวม ความถี่ในการเติมเงินโทรศัพท์ ความถี่ในการเติมเงิน e-Wallet ความถี่ในการชำระประกันภัย มูลค่าในการชำระสินค้าอุปโภค มูลค่าในการชำระสินค้าบริโภค มูลค่าในการชำระค่าไฟฟ้า มูลค่าในการชำระค่าน้ำประปา มูลค่าในการมูลค่าในการซื้อสินค้าออนไลน์ มูลค่าในการซื้อกองทุนรวม มูลค่าในการเติมเงินโทรศัพท์ มูลค่าในการชำระประกันชีวิต มูลค่าในการชำระประกันภัย และแหล่งรับรู้ข้อมูลระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่รวมคนต่างด้าว จำนวน 400 คน จำแนกประชาชนตามเจเนอเรชันออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ เบบี้บูมเมอร์ เจเนอเรชันเอกซ์ และเจเนอเรชัน สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างเบบี้บูมเมอร์

ผลการศึกษาพบว่ามีการชำระสินค้าอุปโภค สินค้าบริโภค ค่าน้ำประปาและเติมเงินโทรศัพท์ผ่านการจ่ายเงินสด มีการชำระค่าไฟฟ้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แต่ไม่มีการซื้อสินค้าออนไลน์ การซื้อกองทุนรวม ชายกองทุนรวม เติมนเงิน e-Wallet ชำระประกันชีวิต ประกันภัย และประกันสุขภาพ มีการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จากแหล่งโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่มีการเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านการจัดจำหน่ายเพราะมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด

2. กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันเอกซ์

ผลการศึกษาพบว่ามีการชำระสินค้าอุปโภค สินค้าบริโภค ค่าน้ำประปาผ่านการจ่ายเงินสด มีการชำระค่าไฟฟ้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การเติมเงินโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชัน ไม่มีการซื้อสินค้าออนไลน์ ซื้อกองทุนรวม ชายกองทุนรวม เติมนเงิน e-Wallet ชำระประกันชีวิต ประกันภัย และประกันสุขภาพ มีการรับรู้ข้อมูลจากสาขานาการ เนื่องจากมีการเข้าถึงได้ง่าย และสะดวกสบาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการเพราะมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด

3. กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันวาย

ผลการศึกษาพบว่า มีการชำระสินค้าอุปโภคผ่านบัตรเครดิต ชำระสินค้าบริโภคผ่านบัตรATM บัตรเดบิต ชำระค่าน้ำประปาผ่านการจ่ายเงินสด ซื้อสินค้าออนไลน์ ชายกองทุนรวม เติมนเงินโทรศัพท์ผ่านแอปพลิเคชัน ไม่มีการชำระค่าไฟฟ้า ซื้อกองทุนรวม เติมนเงิน e-Wallet ชำระประกันชีวิต ประกันภัย และประกันสุขภาพ มีการรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์ เพราะเป็นแหล่งข้อมูลที่มีการเข้าถึงได้ง่าย และสะดวกสบาย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะกายภาพเพราะมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างประชาชนในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เจเนอเรชันของผู้บริโภคที่ต่างกันจะมีผลต่อการถือเงินสด ความถี่ในการชำระสินค้าบริโภค ค่าน้ำประปา ซื้อสินค้าออนไลน์ ซื้อกองทุนรวม เติมนเงินโทรศัพท์ ความถี่ในการเติมนเงิน e-Wallet ชำระประกันภัย มูลค่าในการชำระสินค้าอุปโภค สินค้าบริโภค ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ซื้อสินค้าออนไลน์ ซื้อกองทุนรวม เติมนเงินโทรศัพท์ ชำระประกันชีวิต ประกันภัย และแหล่งรับรู้ข้อมูลระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเบบี๋บูมเมอร์ส่วนใหญ่ไม่มีบัตรอิเล็กทรอนิกส์ประเภทบัตร ATM บัตรเดบิต เนื่องจากไม่ได้ถนัดในการใช้เทคโนโลยีมากนักดังนั้นควรมีการแนะนำวิธีการใช้บริการและแนะนำความปลอดภัย เพื่อประหยัดเวลาไปทำธุรกรรมที่สาขาของธนาคาร ซึ่งบัตรอิเล็กทรอนิกส์สามารถเบิกถอนเงินสดที่ตู้ ATM ในเวลาที่ธนาคารปิดทำการ ทั้งนี้จะทำให้จำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

2. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ากลุ่มเบบี๋บูมเมอร์ ส่วนใหญ่จะไม่ใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากจากการที่ไม่คุ้นชินกับเทคโนโลยีทำให้กลายเป็นเรื่องยุ่งยากที่ทำให้คนกลุ่มนี้พลาดโอกาสความสะดวกสบายไป ดังนั้นธนาคารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการเชิญชวน ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คนกลุ่มนี้มีความรู้ ความเข้าใจและเห็นประโยชน์ที่จะได้รับในการใช้ระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์

3. จากการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า

3.1 กลุ่มตัวอย่างเบบี๋บูมเมอร์ ส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จากแหล่งโทรทัศน์ ดังนั้น ธนาคารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำการส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

3.2 กลุ่มตัวอย่างเจนเนอเรชันเอกซ์ ส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จากสาขาธนาคาร ดังนั้น ธนาคารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำการจัดอบรมให้ความรู้กับพนักงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลและความน่าเชื่อถือกับระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

4. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 7 ด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในระดับที่มากที่สุด ดังนั้น ธนาคารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการพัฒนา รูปแบบการให้บริการระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้ดียิ่งขึ้น ใช้เวลาทำธุรกรรมสั้นลง และมีความปลอดภัยสูง เพื่อใช้ทำธุรกรรมได้สะดวกสบาย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นได้ นำไปสู่สังคมไร้เงินสดในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยแยกเป็นรายอำเภอ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในพื้นที่ที่ต่างกัน ซึ่งจะได้ข้อมูลที่ทั่วถึงและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งนี้ทำศึกษาเฉพาะตัวแปรบางส่วนที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ การรับรู้และการตอบสนองต่อระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและการวิเคราะห์ข้อมูลมีประสิทธิภาพ ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ร่วมด้วย
3. ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการในการใช้บริการระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในแต่ละรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับธนาคารหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มจำนวน ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการคลัง.(2561).โครงการNational e-Payment.สืบค้นเมื่อ25 พฤษภาคม 2561 จาก <http://www.epayment.go.th/home/app/project-strategy>
- กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์.(2559).การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money)ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย.การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ไทยรัฐ.(2561).ประเทศไทยกับยุคดิจิทัล.สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2561 จาก <https://www.thairath.co.th/content/622086>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2561).ปริมาณการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่าง ๆ. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=681&language=TH>
- นงลักษณ์ วิรัชชัย.(2561).การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ.สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2561 จาก http://service.nso.go.th/statstd/method1_04.html
- พรชนก พลาบุลย์.(2558).การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของ รัฐบาลไทย.การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรนิภา หาญมะโน.(2558).พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation B Generation X และ Generation Y ที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา.การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- ภัสสรานัฐ รวยธนาสมบัติ.(2558).การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชั่น.การค้นคว้าแบบอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยพร ชุ่มมงคล.(2559).พฤติกรรมผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ เจเนอเรชั่นเอกซ์ และ

เจเนอเรชันวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร.การค้นคว้าแบบอิสระธุรกิจ
มหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.(2561).**ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค**.สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2561 จาก
<http://e-book.ram.edu/e-book/e/EC103/chapter4.pdf>

รัตนา สายคณิตและชลลดา จามรกุล.(2550).**เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น**.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

วินน์ซอฟต์แวร์ โซลูชั่น.(2561).**อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวัน**.สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2561 จาก
<https://www.wynnsoft-solution.com>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2561).**ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด**.สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2561
จาก<http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>

ศิริเพ็ญ เขียมจรรยา.(2561).**พฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ดำน้ำสาย
สุทธานภดลในวังสวนสุนันทาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจไทย**.รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.(2561).**สุขภาพคนไทย**.สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2561 จาก
<http://www.ipsr.mahidol.ac.th/ipsrbeta/FileUpload/PDF/454-ThaiHealth2016-TH.pdf>

สมวรร ธนศรีพนิชชัย.(2561).**ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด**.สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2561 จาก
<http://academic.udru.ac.th/~samawan/content/02marketingMix.pdf>

เสาวลักษณ์ อินภูงค์.(2559).**ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินแบบพร้อมเพย์**.
การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่.(2561).**ข้อมูลประชากรจังหวัดเชียงใหม่**.สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม
2561 จาก[http://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/
detail_article2.php?info_id=671](http://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web/detail_article2.php?info_id=671)

ไอที 24ชั่วโมง.(2561).**ยุคดิจิทัล**.สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2561 จาก
<https://www.it24hrs.com/2016/thailand-4-0-digital-service-asean/>