

การวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่

An Analysis of Behavior and Factors Affecting the Expenditure Through
Digital Money for Tourism of Thai Tourists in Chiang Mai

พิมพ์ภัทร วัฒนสิมานนท์¹ และ ภารวี มณีจักร²

Pimplapat Wattanasimanon¹ and Paravee Maneejuk²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการใช้จ่ายเงินดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 ชุด โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเงินดิจิทัล โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา สำหรับค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินดิจิทัล จะนำเครื่องมือทางสถิติศาสตร์และเศรษฐมิติมาประยุกต์ใช้วิเคราะห์ระดับอิทธิพลของแต่ละปัจจัยโดยใช้คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต ประเมินผลกระทบของปัจจัยทั้ง 9 ข้อ ที่มีต่อการใช้จ่ายเงินดิจิทัล โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยแบบช่วง

จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31- 40 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 25,000 บาท โดยมีพฤติกรรมทางการเงินดิจิทัล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าวัตถุประสงค์ที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือการใช้จองโรงแรมและที่พัก ส่วนประเภทของการใช้จ่ายเงินดิจิทัล พบว่านักท่องเที่ยวเลือกใช้ Internet Banking มากที่สุด

สำหรับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลที่นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่คือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การใช้จ่ายตัวเครื่องบิน การใช้จ่ายค่าพาหนะเดินทาง การใช้ Internet banking ความถี่ในการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัล และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to study an analysis of behavior and factors affecting the expenditure through digital money for tourism of Thai tourists in Chiang Mai. The instrument for data collection from the sample of Thai tourists included 400 questionnaire sets, and accidental sampling was used to obtain the samples. Descriptive analysis was applied to examine the behavior related to digital money usage among Thai tourists in Chiang Mai, and the statistics used in the research were frequency, percentage, mean, and Standard deviation. Statistical and the econometric tools were implemented in order to analyze the factors affecting the expenditure through digital money for tourism of Thai tourists in Chiang Mai. The influence of each particular element was analyzed by arithmetic means, and the model of interval regression equation was used to analyze all nine factors that influenced the usage of digital money.

The findings revealed that most Thai tourists in Chiang Mai are female, aged between 31- 40 years, married, graduated with a bachelor's degree, work as employees in private companies and have a monthly income between 15,000 – 25,000 baht. With regard to the of behavior the expenditure through digital money for tourism of Thai tourists in Chiang Mai, it was found that the key objective for its use was for hotel and accommodation reservations. Based on the levels of Thai tourists' opinions on the factors affecting the expenditure through digital money used for tourism, it was found that internet banking was the type of digital money that is used the most. The findings from the studied model of the interval regression equation indicated that the key factors affecting the expenditure through digital money for tourism of Thai tourists in Chiang Mai included occupations as government/state enterprise officers, employees of private companies, or business entrepreneurs; followed by monthly income, flight booking, vehicle expenditure, internet banking, the frequency of digital money usage, and travel duration

คำสำคัญ : เงินดิจิทัล (Digital Money) QR CODE Internet Banking E-Wallet ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว

ความสำคัญของปัญหา

จากข้อมูลของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่าในปี 2561การท่องเที่ยวได้ขยายตัวเพิ่ม 8.16% เมื่อเทียบกับปี 2560 และสร้างรายได้รวม มูลค่า 1.97 ล้านล้านบาท จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญเพราะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ ข้อมูลกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมพบว่า ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้นำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลและเงินดิจิทัล (Digital Money) มาใช้ในการบริหารจัดการช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้จ่ายเงินดิจิทัล ให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยพัฒนาแผนกลยุทธ์สู่ระบบการชำระเงิน

ดังนั้นการศึกษานี้จึงศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลตลอดจนทราบรูปแบบและ แรงจูงใจในการใช้งาน อุปสรรคในการใช้งาน และนำข้อมูลที่ได้ไปจัดทำแนวทางในการพัฒนาเพื่อนำไปประกอบการวางแผนกลยุทธ์ที่จะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ ผู้ประกอบการและธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดและแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดเบื้องต้นของแบบจำลอง Interval Regression

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลที่ใช้ในการศึกษานี้คือ แบบจำลอง Interval Regression ซึ่งเป็นแบบจำลองทางเศรษฐมิติที่สามารถอธิบายลักษณะรูปแบบการถดถอยเชิงเส้นสำหรับค่าข้อมูลแบบช่วง ตามงานของ Lima-Neto และ De Carvalho (2010) และงานของ Gonzalez-Rodriguez et al. (2007) โดยมีลักษณะของรูปแบบสมการดังนี้

1. รูปแบบของ Lima-Neto และ De Carvalho (2010)

ถ้าให้ Y เป็นตัวแปรตามแบบช่วงที่ตอบสนองตามตัวแปรต้น และค่า X_1, \dots, X_p เป็นชุดของตัวแปรต้นค่าช่วงที่ได้จากหน่วย n ดังนั้น Constrained Center and Range Method (CCRM) ที่ถูกเสนอโดย Lima-Neto และ De Carvalho (2010) คือมีความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างการตอบสนองของตัวแปรตามและตัวแปรต้น ดังนี้ :

$$Y_{Mi} = b_{M0} + \sum_{j=1}^p b_{Mj} X_{Mij} + e_{Mi}, i = 1, \dots, n, \quad (1)$$

$$Y_{Ri} = b_{R0} + \sum_{j=1}^p b_{Rj} X_{Rij} + e_{Ri}, i = 1, \dots, n,$$

เมื่อ Y_{Mi} และ Y_{Ri} คือค่ากลางและค่ารัศมีของ Y_i ($i = 1, \dots, n$), X_{Mij} และ X_{Rij} ตาม ลำดับค่ากลาง และค่ารัศมี ของ X_{ij} ($i = 1, \dots, n, j = 1, \dots, p$) และ e_{Mi} และ e_{Ri} ($i = 1, \dots, n$) เป็นค่าที่เหลือ (ค่า

เดียว) สำหรับรูปแบบของจุดกึ่งกลางและสำหรับรัศมี ตามลำดับ ดังนั้น b_{M_j} และ b_{R_j} ($j = 0, \dots, p$) จะเป็นค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยสำหรับรูปแบบของค่ากลาง และค่ารัศมี ตามลำดับ ค่าตัวแปรที่เหมาะสมจะได้จาก ค่ากำลังสองที่น้อยที่สุด โดยการรวมค่ากำลังสองของค่าที่เหลือ ของทั้งสองรูปแบบ b_{R_j} ($j = 0, \dots, p$) ซึ่งจะไม่เป็นลบ เพื่อยืนยันว่าค่ารัศมีที่ได้จากการคำนวณจะไม่ติดลบ เราจึงได้

$$\begin{aligned} \min_{b_{M0}, \dots, b_{Mp}, b_{R0}, \dots, b_{Rp}} \quad & \sum_{i=1}^n [(e_{Mi})^2 + (e_{Ri})^2], \\ \text{s. t. } & b_{Ri} \geq 0, j = 0, \dots, p \end{aligned} \quad (2)$$

ดังนั้นในสมการที่ 2 จะสามารถเขียนใหม่ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \min_{b_M, b_R} \quad & \|e_M\|^2 + \|e_R\|^2 = \|Y_M - X_M b_M\|^2 + \|Y_R - X_R b_R\|^2, \\ \text{s. t. } & b_R \geq 0 \end{aligned} \quad (3)$$

โดยที่ค่าที่เหมาะสมที่สุดของ b_M สามารถหาได้โดยการแก้ปัญหการถดถอย ดังนั้น CCRM จึงประกอบด้วย การแก้ปัญหการถดถอยแยกกัน สองแบบ เพราะ CCRM ไม่ได้คำนึงถึงคุณสมบัติร่วมกันของข้อมูลที่มีค่าช่วง แม้ว่าทุกช่วงใดๆ จะมีลักษณะสองอย่าง คือ จุดกึ่งกลาง (ตำแหน่ง) และรัศมี (ความไม่ชัดเจน) CCRM จะไม่ใช้ร่วมกันเมื่อต้องการประเมินค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย จึงทำให้ผลการวิเคราะห์อาจไม่สมบูรณ์ได้ในบางกรณี

2. รูปแบบของ Gonzalez-Rodriguez et al. (2007)

ให้ Y และ X เป็นค่าตอบตัวแปรตามและตัวแปรต้นตามลำดับ ดังนั้น รูปแบบตัวแปรคณิตศาสตร์เชิงเส้นตามช่วง (Interval Arithmetic-based Linear Model: IALM) ที่เสนอโดย GonzalezRodriguez et al. (2007) สามารถเขียนเป็นสมการ คือ

$$Y = b_1 X + e, \quad (4)$$

โดยที่ b_1 เป็นค่าตัวแปรการถดถอยที่มีค่าเดียว และ e คือ ค่าส่วนที่เหลือ ที่ใช้รูปแบบแบบสุ่ม จากสมการที่ (4) เรามี $Y_M = b_1 X_M + e_M$ และ $Y_R = |b_1| X_R + e_R$

คุณสมบัติที่โดดเด่นหลักของ IALM เมื่อเปรียบเทียบกับ CCRM คือ สามารถใช้ในการคำนวณทางคณิตศาสตร์แบบช่วง เพื่อพิจารณาข้อมูลจุดกึ่งกลางและรัศมี ในการใช้แบบจำลองของตัวแปรจะถูกจำกัด เมื่อค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นของค่าทั้งสองต่างกัน ระหว่างค่ากึ่งกลางและรัศมี ที่เป็นเช่นนี้เพราะถ้าใช้รูปแบบความสัมพันธ์ $Y_M = b_{M0} + b_{M1} X_M$ และ $Y_R = b_{R0} + b_{R1} X_R$ ที่ $b_{R1} \neq |b_{M1}|$ ดังนั้นจึงจะไม่มี $b_1 \in R$ ที่ค่าความสัมพันธ์เชิงเส้นสามารถแสดงโดย (4) ดูรายละเอียดเพิ่มเติมและส่วนขยายของการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ของ GonzalezRodriguez et al. (2007) ในที่สุด จึงอาจกล่าวได้ว่า Blanco และคณะ (2010) เสนอวิธีการแก้ไขที่เป็นไปได้ดังกล่าว พร้อมกับข้อด้อยที่ใช้ตัวแปรสองที่แตกต่างกัน สำหรับค่าความลาดชันและการแพร่กระจายของความไม่แน่นอน อย่างไรก็ตาม การประเมินการพิจารณาจากข้อมูลจุดกึ่งกลางและรัศมี พอที่จะทำให้แบบจำลองมีความยืดหยุ่นมากขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางที่แตกต่างกัน

วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีแบบสอบถาม (Quantitative Research) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มาจากการสุ่ม นักท่องเที่ยวที่มาจากท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในสถานที่หลักในจังหวัด จำนวน 400 ราย ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการใช้อูตรของ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามพฤติกรรมและการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยคำถามที่ให้นักท่องเที่ยวประเมินพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินดิจิทัลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินดิจิทัลลักษณะคำถามเป็นแบบ (Check List) ประกอบด้วยพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินดิจิทัล มีทั้งหมด 2 ข้อ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการใช้จ่ายเงินดิจิทัล ประเภทการใช้จ่ายเงินดิจิทัล

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินดิจิทัล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยคำถามที่ให้นักท่องเที่ยวประเมินปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินดิจิทัลของตนเอง โดยอิทธิพลของปัจจัยจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ มีผลมาก มีผลปานกลาง และมีผลน้อย และปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการใช้จ่ายเงินดิจิทัล ประกอบด้วยทั้งหมด 9 ข้อ ได้แก่ 1.ความสะดวกในการใช้งาน 2. โปรโมชั่นต่างๆของทางธนาคารส่วนลดค่าอาหาร ,ค่าที่พัก) 3.ระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า 4. กฎระเบียบที่สามารถคุ้มครองผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน 5. สัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 6.จำนวนแอปพลิเคชัน 7.จำนวนร้านค้าที่รองรับเงินดิจิทัล 8.ความปลอดภัยในการถือเงินสด 9.ค่าธรรมเนียม

วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินดิจิทัล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) สำหรับค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้เงินดิจิทัล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จะนำเครื่องมือทางสถิติศาสตร์ และเศรษฐมิติมาประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. วิเคราะห์ระดับอิทธิพลของแต่ละปัจจัยโดยใช้คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

กำหนดช่วงของการวัด โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายข้อมูลจำแนกแต่ละช่วงย่อยต่างกัน (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2551)

2. ประมาณผลกระทบของปัจจัยทั้ง 9 ข้อ ที่มีต่อการใช้เงินดิจิทัล โดยใช้แบบจำลอง Interval regression โดยตัวแปรตาม คือ ค่าใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ ตัวแปรต้นคือ ปัจจัยทั้ง 9 ข้อ ได้แก่ ความสะดวกในการใช้งาน โปรโมชันต่างๆ ของทางธนาคาร ระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า กฎระเบียบในการคุ้มครองผู้ใช้บริการชำระเงินทางแอปพลิเคชัน สัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวนแอปพลิเคชัน จำนวนร้านค้าที่รองรับเงินดิจิทัล ความปลอดภัยในการถือเงินสด ค่าธรรมเนียม และค่าเสียโอกาสในการถือเงินสด

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + b_{10}Z_1 + b_{11}Z_2 + b_{12}Z_3 + u$$

โดยที่ Y = ช่วงค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัล เฉลี่ยต่อวัน เช่น แบ่งเป็น 6 ช่วง ได้แก่

ช่วงที่ 1 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 0 – 2,000 บาท

ช่วงที่ 2 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 2,001 – 4,000 บาท

ช่วงที่ 3 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 4,001 – 6,000 บาท

ช่วงที่ 4 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 6,001 – 8,000 บาท

ช่วงที่ 5 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 8,001 – 10,000 บาท

ช่วงที่ 6 ค่าใช้จ่ายเกินกว่า 10,000 บาท

X_1 = ความสะดวกในการใช้งาน

X_2 = โปรโมชันต่างๆ ของทางธนาคาร

X_3 = ระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

X_4 = กฎระเบียบในการคุ้มครองผู้ใช้บริการชำระเงินทางแอปพลิเคชัน

X_5 = สัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

X_6 = จำนวนแอปพลิเคชัน

X_7 = จำนวนร้านค้าที่รองรับเงินดิจิทัล

X_8 = ความปลอดภัยในการถือเงินสด

X_9 = ค่าธรรมเนียม

ที่ $X_1 - X_9$ ถูกวัดเป็น Scale เชิงคุณภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่
ระดับ 3 มีผลมาก
ระดับ 2 มีผลปานกลาง
ระดับ 1 มีผลน้อย

Z_1 = รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

Z_2 = ระยะเวลาในการท่องเที่ยว (วัน)

Z_3 = ความถี่ในการใช้เงินดิจิทัล ต่อสัปดาห์ (ครั้ง)

โดยที่ $Z_1 - Z_3$ ถูกวัดเป็นตัวเลขเชิงปริมาณ

โดยแบบจำลองนี้จะถูกประมาณโดยวิธีการ Constrained Center and Range Method (CCRM) และ Interval Arithmetic-based Linear Model (IALM) จากนั้นเราจะเลือกแบบจำลองที่ดีที่สุดมาแปลผลการศึกษา โดยใช้ RMSE โดยแบบจำลองที่ใช้ RMSE ต่ำที่สุดจะเป็นแบบจำลองที่ดีที่สุด

ผลการศึกษา

จากการเก็บข้อมูลรวบรวมแบบสอบถาม เมื่อนำมาทำการวิเคราะห์ผลการศึกษารณีการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้ประมาณค่าด้วยแบบจำลอง Interval Regression มีรายละเอียดดังนี้

1. จากผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.5 เนื่องจากเพศหญิงชอบการท่องเที่ยวพักผ่อน และต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายโดยการไปพักผ่อนมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุอยู่ในช่วง 31- 40 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.0 อายุในช่วง 31-40 ปี มีความพร้อมไม่ว่าจะเป็นหน้าที่การงาน เวลา หรือรายได้ จึงมีเวลาและพร้อมที่จะมาท่องเที่ยวมากกว่าช่วงอายุอื่น มีสถานภาพสมรสมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 55.5 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนิยมพาครอบครัวพาลูก พาคนในครอบครัวมาท่องเที่ยวพักผ่อน มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 เนื่องจากเมื่อจบการศึกษาปริญญาตรีเป็นวัยที่มีความพร้อมในหน้าที่การงาน รายได้ จึงมีความพร้อมในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 40.0 เนื่องจากการท่องเที่ยวอาจมีเวลาจำกัดด้านเวลา เพราะต้องทำงาน และการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนอกจากจะต้องมีเวลาต้องมีเงินในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอีกด้วย แต่พนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่สามารถไปทำงานพร้อมกับออกท่องเที่ยวได้ในเวลาเดียวกัน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 25,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.3 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ในช่วงนี้เป็นช่วงที่มั่นคง ถึงแม้จะเป็นรายได้ที่ไม่สูงมากแต่กลุ่มตัวอย่างในช่วงนี้ก็มีความต้องการที่จะท่องเที่ยว

2. จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้เงินดิจิทัล ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า วัตถุประสงค์ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือการใช้จองโรงแรมและที่พัก คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมาคือใช้จ่ายค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 53.0 ส่วนประเภทของการใช้เงินดิจิทัล พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ Internet Banking มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 98.3 รองลงมาคือ การใช้ QR CODE คิดเป็นร้อยละ 25.8 สำหรับวัตถุประสงค์การใช้จองโรงแรมและที่พักมากที่สุดนั้นทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากการใช้จองโรงแรมและที่พักในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น มีจำนวนโรงแรมและที่พักให้เลือกสรรอย่างมากมาย มีราคาและส่วนลดที่พิเศษ สามารถเปรียบเทียบราคาที่พักในสถานที่ต่าง ๆ ได้ในและความสะดวกสบายในการใช้เงินดิจิทัล ก็มีความสะดวกสบายรวดเร็วกว่า การเดินเข้ามาจองห้องพักและจ่ายเงินหน้าเคาน์เตอร์ของโรงแรมนอกจากจะไม่มีส่วนลดพิเศษแล้ว ยังเป็นการเสียเวลาในการเดินทางมาจองโรงแรมและที่พักด้วยตนเอง ส่วนประเภทการเงินดิจิทัล นั้นกลุ่มตัวอย่างเลือก การใช้ Internet Banking เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่าย มากกว่า QR CODE และ E-Wallet สามารถดูข้อมูลรายละเอียด ส่วนลดพิเศษ ต่าง ๆ ได้ง่ายกว่าอีก ทั้งยังมีฟังก์ชันและแอปพลิเคชันในการทำงานที่มากกว่าอีกด้วย

3. จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปร	Estimate	S. E	t - value	Prob.
เพศ	-17.552	18.232	-0.963	0.336
อายุ	17.413	11.982	1.453	0.147
สถานภาพโสด	31.906	22.101	1.464	0.144
สถานภาพสมรส	32.779	21.436	1.529	0.127
ระดับการศึกษา	20.697	14.581	1.419	0.157
อาชีพนักเรียน	28.773	40.817	0.705	0.481
อาชีพนิสิตนักศึกษา	17.519	22.574	0.776	0.438
อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38.416	21.302	1.836	0.067 *
อาชีพพนักงานเอกชน	44.356	20.106	2.207	0.028 **
อาชีพธุรกิจส่วนตัว	54.93	20.372	2.696	0.007 ***
อาชีพรับจ้าง	37.403	22.736	1.645	0.101

ตัวแปร	Estimate	S. E	t - value	Prob.
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.403	0.108	3.735	0.000 ****
ใช้จองโรงแรมและที่พัก	8.593	7.736	1.111	0.267
ใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม	11.661	21.942	0.531	0.595
ใช้จองตั๋วเครื่องบิน	11.586	22.638	1.883	0.061 *
ใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึก	7.611	13.951	0.546	0.586
ใช้จ่ายค่าพาหนะเดินทาง	27.288	9.495	2.875	0.004 ***
ใช้จ่ายค่าความบันเทิง	21.111	15.776	-1.338	0.182
QR CODE	-14.385	8.002	-0.489	0.625
Internet Banking	-40.891	21.391	-1.911	0.057 *
E -Wallet	-9.251	8.97	-1.031	0.303
ความสะดวกในการใช้งาน	3.008	17.427	0.047	0.963
โปรโมชั่นต่าง ๆ ของทางธนาคาร	16.318	18.4	0.887	0.376
ระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า	12.325	8.002	1.541	0.124
กฎระเบียบที่สามารถคุ้มครองผู้ใช้บริการ	-18.275	7.647	-0.65	0.516
สัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	14.458	17.818	0.811	0.418
จำนวนแอปพลิเคชัน	-8.761	21.768	-0.402	0.688
จำนวนร้านค้าที่รองรับ Digital Money	19.346	15.652	1.236	0.217
ความปลอดภัยในการถือเงินสด	8.1	20.667	0.392	0.695
ความถี่ในการใช้ Digital Money/สัปดาห์	13.441	13.822	3.578	0.000 ****
ระยะเวลาในการท่องเที่ยว	16.981	10.215	1.662	0.097 *

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ : * ระดับนัยสำคัญที่ 0.10 ** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05
*** ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 ****ระดับนัยสำคัญที่ 0.00

จากตารางปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง Interval Regression จะพบว่า มีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ใน จังหวัดเชียงใหม่ มีนัยสำคัญทางสถิติดังนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในด้านบวกต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลได้แก่ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัล อาชีพพนักงานเอกชน มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัล อาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่าน

เงินดิจิทัล รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัล เฉลี่ยต่อวัน ทั้งนี้ เป็นผลอันเนื่องมาจากรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลมากขึ้น การใช้จองตั๋วเครื่องบิน มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัลเฉลี่ยต่อวัน เป็นผลอันเนื่องมาจากเมื่อนักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ต้องมีการวางแผนจองตั๋วเครื่องบินล่วงหน้า และการจองตั๋วเครื่องบินล่วงหน้า นั้นจะมีราคาที่ถูกกว่าการซื้อตั๋วเครื่องบินตามเคาน์เตอร์ในวันเดินทาง การใช้จ่ายค่าพาหนะเดินทาง มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัลเฉลี่ยต่อวัน เป็นผลอันเนื่องมาจาก การใช้จ่ายค่าพาหนะเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการจองรถที่ใช้เดินทางในการท่องเที่ยว หรือ รถโดยสารต่าง ๆ ปัจจุบันมีการโอนเงินมัดจำกันก่อน นักท่องเที่ยวสามารถชำระ ผ่านเงินดิจิทัลโดยไม่ต้องนำเงินเข้าไปมัดจำก่อน เพิ่มความสะดวกสบายรวดเร็ว การใช้ Internet Banking มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัลเฉลี่ยต่อวัน ความถี่ในการใช้เงินดิจิทัลมีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัลเฉลี่ยต่อวัน เป็นผลอันเนื่องมาจาก ถ้านักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้ความถี่ในการใช้เงินดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น และระยะเวลาในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่านเงินดิจิทัลเฉลี่ยต่อวัน เป็นผลอันเนื่องมาจาก ถ้านักท่องเที่ยวใช้เวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ตามสถานที่ท่องเที่ยวหลักในจังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลการศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 400 คน ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ตัวแปรส่วนบุคคล เช่น วัตถุประสงค์ของการใช้ ประเภทการใช้ ความถี่ในการใช้ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว กลุ่มที่ 2 ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลอง Interval Regression ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การใช้จองตั๋วเครื่องบิน การใช้จ่ายค่าพาหนะเดินทาง Internet Banking ความถี่ในการใช้ และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาและวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลคือการจองตั๋วเครื่องบิน และค่าพาหนะเดินทาง สำหรับปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลคือ จองโรงแรมและที่พัก ใช้จ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ใช้จ่ายสินค้าและของที่ระลึก ใช้จ่ายค่าความบันเทิง ความ

สะดวกในการใช้งาน โปรโมชันต่างๆของทางธนาคาร ระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า กฎระเบียบที่สามารถคุ้มครองผู้ให้บริการ สัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวนแอปพลิเคชัน จำนวนร้านค้าที่รองรับเงินดิจิทัล และความปลอดภัยในการถือเงินสด ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะทำให้ปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผ่าน เงินดิจิทัลเฉลี่ยต่อวัน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2562). ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล

สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://mds.go.th/view/1>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนพัฒนาระบบสถาบันการเงินฉบับที่ 4 (2562-2564)*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2562, จาก

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

สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *ดัชนีการท่องเที่ยวไทยปี 2561*

สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2562, จาก <https://www.thailandtourismcouncil.org/en/home-2/>

Billard,L.,Diday,E.,2000. Regression analysis for interval-valued data In:Kiers,H.A.L.,Rasson, P.,Groenen, P.J.F., Schader, M.,(Eds.),Data Analysis,Classification and Related Methods.

Springer-Verlag, Heidelberg, pp.369-374