

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของ
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่
Factors Affecting the Decision of SMEs' Financial Transaction Through
e – Payment in Mueang District , Chiang Mai Province.

ทิพาภรณ์ แสนปัญญา*¹ , ไพรัช กาญจนการณ² และนิสิต พันธมิตร³
Tipaporn Sanpunya , Pairut Kanjanakarun and Nisit Pamtamit

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลแบบปฐมภูมิที่ได้จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยวิธีแบบสุ่ม วิธีการศึกษาครั้งนี้เป็นการผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Binary Logistic Model โดยประเมินจากด้านข้อมูลทั่วไป ด้านส่วนผสมการตลาด ด้านภาษี และด้านการส่งเสริมภาครัฐ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 14 ตัวแปร ได้แก่ เพศ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปี ประเภทของธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ การรับรู้กฎหมายอีเพย์เมนต์ ความถี่ในการทำธุรกรรมต่อสัปดาห์ ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่ง่าย/ไม่ซับซ้อน ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียม ช่องทางการให้บริการผ่านApplication การลดค่าธรรมเนียม การลดเอกสาร/ขั้นตอนการยื่นภาษี และรัฐบาลเป็นสื่อช่วยโฆษณา/ประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : 1)วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2)อีเพย์เมนต์ 3)ผู้ประกอบการ
4)ธุรกรรมทางการเงิน 5)แบบจำลองโลจิสติก

ABSTRACT

This independent research aims to identify the factors related to e-payment transactions of the small and medium enterprises in Muang District, Chiang Mai. The primary data were obtained using the questionnaires from 400 samples by randomized method. General information, ingredients, marketing,

*Corresponding author .E-mail: tipaporn_sa@cmu.ac.th

¹นักศึกษานิเทศศาสตร์ สาขาการสื่อสารมวลชน (ภาคพิเศษ) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³รองศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

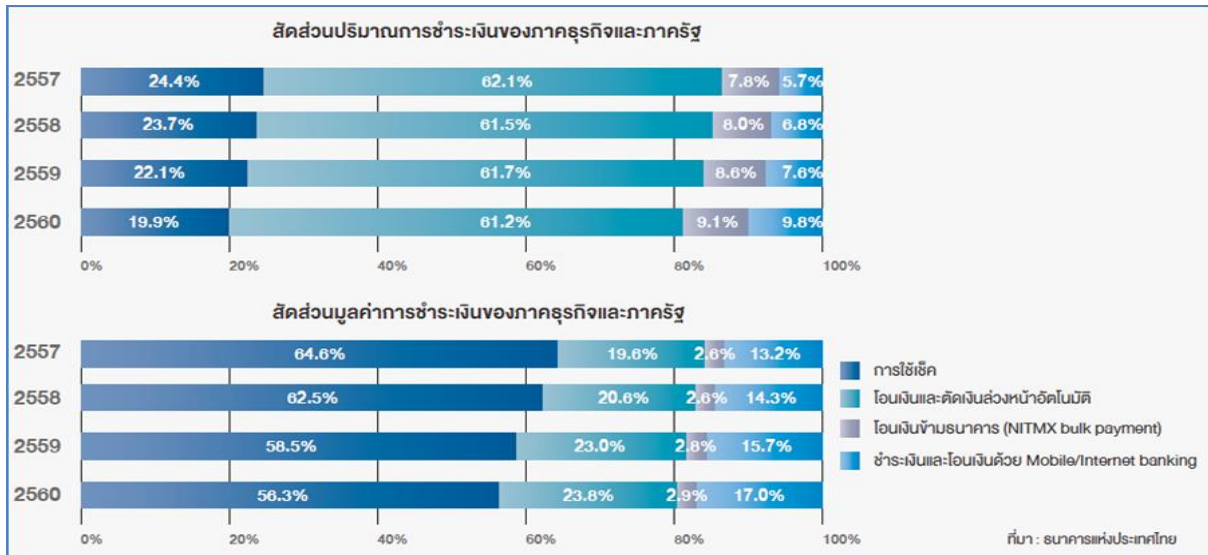
taxation, and government promotion data were analyzed quantitatively and qualitatively using binary Logistic Model.

The results showed that gender, experience in doing business, an average annual income, business type, nature of business, e-Payment law awareness, frequency of transactions per week, user friendly product characteristics, safe product characteristics, fee waiver, service channels through online application, reduction of tax filing procedures, and advertising/public relations medium by the government are the significant factors related to e-payment transactions of the small and medium enterprises in Muang District, Chiang Mai.

Keywords : 1) Small and Medium enterprises 2)e-Payment 3)Operator
4)Financial transaction 5) Logit Model

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันแนวคิดเรื่อง สังคมไร้เงินสด เป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสด ที่มีการพูดถึงเป็นครั้งแรกในวงการธนาคารพาณิชย์ช่วงยุค ค.ศ.1950 ในขณะที่หลายๆประเทศทั่วโลกกำลังเข้าสู่ยุคของ สังคมไร้เงินสด ประเทศไทยโดยรัฐบาลและกระทรวงการคลังได้มอบหมายให้ธนาคารแห่งประเทศไทยผลักดันแผนยุทธศาสตร์ ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment) เพื่อปฏิรูปโครงสร้างของธนาคารในประเทศ ยกกระดับเพื่อเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลเช่นเดียวกับหลายๆประเทศทั่วโลก(นนทกร เท็ดทูล ทวีเดช,2559)



ภาพที่ 1 สัดส่วนปริมาณและมูลค่าการชำระเงินของภาคธุรกิจและภาครัฐ ปี 2557-2560

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย 2562

สำหรับพฤติกรรมการชำระเงินภาคธุรกิจและภาครัฐ หากพิจารณาธุรกรรมแยกตามช่องทางในช่วงปี 2557 – 2560 พบว่าการใช้จ่ายผ่าน Mobile banking หรือ Internet banking เติบโตสูงเช่นกัน สืบเนื่องมาจากการที่ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งผลักดันให้กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาใช้ Mobile banking หรือ Internet banking โดยมีการเติบโตเชิงปริมาณและมูลค่าอยู่ที่ร้อยละ 36.7 และร้อยละ 9.2 การใช้เช็คมีการลดลง โดยลดลงในเชิงปริมาณและมูลค่าร้อยละ 4.4 และ 2.8 นอกจากนี้การชำระค่าสินค้าและบริการด้วยบัตรเดบิตและเครดิตผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 81.4 สะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการออนไลน์มากขึ้น

พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 หรือกฎหมายอีแพย์ ซึ่งมีผลบังคับใช้ 21 มีนาคม พ.ศ. 2562 เพื่อเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ให้ใช้ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มาอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน ซึ่งรวมถึงการชำระภาษี ทั้งนี้ผลจากการบังคับใช้ จะทำให้ผู้ค้าออนไลน์ หรือผู้ทำธุรกรรมการเงินเป็นประจำต้องปรับตัว จะทำให้ผู้ค้าออนไลน์ หรือผู้ทำธุรกรรมการเงินเป็นประจำต้องระมัดระวัง เป็นกฎหมายใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ประชาชนนิยมซื้อสินค้าออนไลน์กันมากจึงทำให้ธุรกิจขายสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ลักษณะการทำธุรกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของภาคเอกชนส่งผลให้ การตรวจสอบ และติดตามข้อมูล เพื่อจัดเก็บภาษีไม่อาจดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้กรมสรรพากรได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดเก็บภาษีอากร

สำหรับประเทศไทยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการจ้างแรงงาน 3 ใน 4 ของผู้ประกอบการในไทย มีสถานะเป็นบุคคลธรรมดา มีเพียงหนึ่ง

ในสี่ของผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคล นอกจากนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกว่าร้อยละ 99 เป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก แบ่งเป็นภาคการค้าร้อยละ 46 ภาคบริการร้อยละ 27 และภาคการผลิตร้อยละ 17 (นงา วะสี, ชมพูนุช มนต์ชัยตระกูล, มานิตา รัตนสังข์ธรรม, พรชนก บำรุงเรือนและกฤษฎ์เลิศ สัมพันธ์รักษ์, 2562)

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดทางตอนเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศรองจากกรุงเทพมหานครมีประชากรราว 1,763,742 คน(กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ,2561)ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดเชียงใหม่(GPP)ปี 2560 มีมูลค่า 231,726 ล้านบาท ในจังหวัดเชียงใหม่มี SMEs ที่เป็นบุคคลธรรมดาจำนวน 76,029 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.33 เมื่อเทียบกับจำนวนมี SMEs ที่เป็นบุคคลธรรมดาในประเทศ และมี SMEsที่เป็นนิติบุคคลจำนวน 20,121 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.84 เมื่อเทียบกับจำนวนมี SMEs ที่เป็นนิติบุคคลในประเทศ(รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2561) การพาณิชย์กรรมของจังหวัดเชียงใหม่ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ มีธุรกิจที่จดทะเบียนนิติบุคคลมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ธุรกิจขายปลีกเครื่องประดับ(ร้านทอง) 2)ธุรกิจการก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่พักอาศัย 3)ธุรกิจธุรกิจซื้อและขาย อสังหาริมทรัพย์ ส่วนการอุตสาหกรรม จังหวัดเชียงใหม่มีธุรกิจอุตสาหกรรมแบ่งเป็น 21 ประเภท มีจำนวนทั้งสิ้น 1,571 แห่ง โดยมีเงินลงทุนในอุตสาหกรรมทั้งหมด 31,413.23 ล้านบาท และจำนวนคนงานรวม 40,584 คน ธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนมากที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ 1)อุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ 2) อุตสาหกรรมจากพืช 3)อุตสาหกรรมอาหาร

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งเสริมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ในขณะที่มีการเริ่มใช้กฎหมายอีเพย์เมนต์ในการจัดเก็บภาษี ซึ่งในงานวิจัยอื่นๆ อาจไม่ได้มีการสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้กฎหมายของระบบ e-Payment ที่เพิ่งเริ่มมีการประกาศใช้ รวมถึงการสอบถามยังมุ่งเน้นไปที่ภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นหน่วยที่สามารถสร้างความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ มากกว่าภาคครัวเรือนที่เน้นการบริโภคเป็นหลักของงานวิจัยอื่นๆ ที่มีอย่างแพร่หลาย เช่น การใช้พร้อมเพย์ หรือการใช้ QR Code รวมทั้งในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาของผู้ทำธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีจำนวน SMEs มากที่สุดในภาคเหนือ โดยยังไม่มีการวิจัยใดที่ทำการศึกษาในพื้นที่ดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research)โดยใช้ข้อมูลจากแบบสอบถาม และเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อตัดสินใจใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้วิจัยครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ จึงมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ(Primary Data)** เป็นข้อมูลที่ทำการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมและมีผลต่อการทำธุรกรรมผ่านธนาคารด้วยระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 400 คน เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรทั้งหมดที่ต้องการศึกษา คำนวณโดยหลักการสุ่มแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ทราบแต่เพียงว่าจำนวนมาก ใช้สูตรแบบ Taro Yamane ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยแทนค่า n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

N = ขนาดของประชากร(อ้างอิงจากจำนวนSMEsที่เป็นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่จากรายงานรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2561)

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

ในการวิจัยครั้งนี้ แทนค่าประชากรเพื่อคำนวณหาขนาดประชากรตัวอย่างตามสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{96,150}{1 + 96,150 \times 0.05^2}$$

ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือค่าระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary Data)** เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยและบทความต่างๆ ข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้แล้วจากหน่วยงานต่างๆ เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ การประกันสังคม กระทรวงแรงงาน ธนาคารแห่งประเทศไทย งานวิจัยวารสาร และบทความต่างๆ เป็นต้น

วิธีการศึกษาข้อมูล

การศึกษานี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของข้อมูลจะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำเสนอในรูปแบบของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ซึ่งข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์ในด้านนี้ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์

2. ในการวิเคราะห์การตัดสินใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางออนไลน์ระบบอีเพย์เมนต์นั้น กำหนดให้ผลของการตัดสินใจเป็นตัวแปรตาม (Y_i) ที่มีค่าได้เพียง 2 ค่า คือ $Y_i = 1$ คือ ตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ $Y_i = 0$ คือ ตัดสินใจไม่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ และกำหนดให้ เมื่อตัวแปรตาม (Y_i) มีค่าได้เพียง 2 ค่าจะพบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง X และ Y_i ของการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก

3. นำผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติแบบจำลองโลจิสติก (Binary Logit Model) เพื่อวิเคราะห์หาตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์

ตัวแปรที่ต้องการศึกษา

ในแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้นผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) แบบ Binary Logistic Model ซึ่งเหมาะสมสำหรับ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y_i) ในกรณีที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีค่าได้เพียง 2 ค่า (Dichotomous Variable) คือ 1 (เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ) และ 0 (ไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ) เท่านั้น และ ตัวแปรอิสระ (X) จะเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

โดยสามารถเขียนโครงสร้างของแบบจำลองดังนี้

$$Y_i = \ln \left[\frac{P_i}{1-P_i} \right] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_{24} X_{24} + \varepsilon_i$$

ตัวแปร X ทั้งหมด 24 ตัวแปรได้แก่

X_1 = เพศ

X_2 = ระดับการศึกษา

X_3 = ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

X_4 = รายได้ของธุรกิจต่อเดือน

X_5 = ประเภทของธุรกิจได้แก่ การผลิตสินค้า

X_6 = จำนวนพนักงาน

การบริการ การค้าปลีก และการค้าส่ง

X7 = ลักษณะของธุรกิจ เช่น บุคคลธรรมดา

นิติบุคคล เป็นต้น

X9 = การรับรู้กฎหมายอีเพย์เมนต์

X11 = ความถี่ในการทำธุรกรรม

ซับซ้อน

X13 = ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย

X15 = การจัดเก็บค่าธรรมเนียม

X17 = ช่องทางการให้บริการผ่านWebsite

X19 = การส่งเสริมการตลาด

X21 = การหลีกเลี่ยงการถูกตรวจสอบภาษี

X23 = รัฐบาลเป็นสื่อในการโฆษณา

X8 = ธนาคารที่ใช้งานประจำ

X10 = จำนวนเงินที่ทำธุรกรรมต่อครั้ง

X12 = ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย ไม่

X14 = การยกเว้นค่าธรรมเนียม

X16 = ช่องทางการให้บริการผ่านApplication

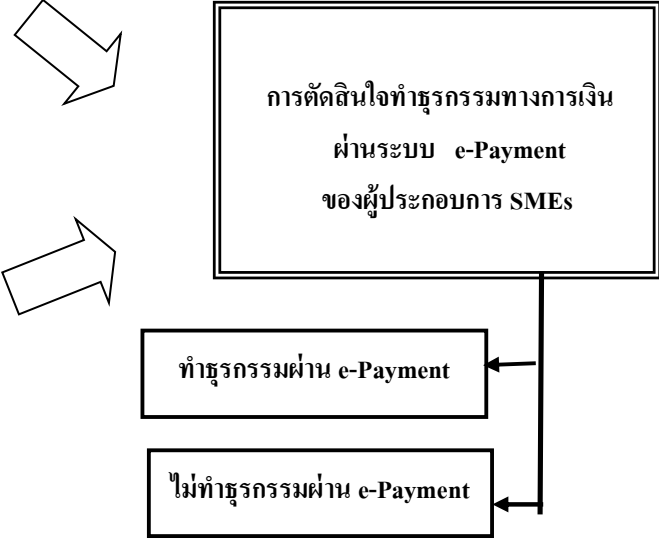
X18 = การลดค่าธรรมเนียม

X20 = การลดเอกสาร/ขั้นตอนในการยื่นภาษี

X22 = รัฐบาลให้ความช่วยเหลือผ่านระบบPromPay

X24 = รัฐบาลช่วยส่งเสริมการลงทุน

<p>ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.เพศ 2.ระดับการศึกษาสูงสุด 3..ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ 4.รายได้ของธุรกิจต่อปี 5.ประเภทของธุรกิจ 6.จำนวนพนักงาน 7.ลักษณะ SMEs
<p>ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ</p> <p>พฤติกรรมทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</p> <ol style="list-style-type: none"> 8.ธนาคารที่ใช้งาน 9.การรับรู้กฎหมายอีเพย์เมนต์ 10.จำนวนเงินที่ทำธุรกรรม 11.ความถี่ในการทำธุรกรรม <p>ส่วนผสมทางการตลาด</p> <ol style="list-style-type: none"> 12.ผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย 13.ผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย 14.การยกเว้นค่าธรรมเนียม 15.การจัดเก็บค่าธรรมเนียม 16.ช่องทางให้บริการผ่านApp 17.ช่องทางการให้บริการผ่านWeb 18.การลดค่าธรรมเนียม 19.การส่งเสริมการตลาด <p>ภาษี</p> <ol style="list-style-type: none"> 20.การลดเอกสาร/ขั้นตอนการยื่นภาษี 21.การหลีกเลี่ยงถูกตรวจสอบภาษี <p>การส่งเสริมของภาครัฐ</p> <ol style="list-style-type: none"> 22.การจ่ายเงินช่วยเหลือของรัฐผ่าน PromPay 23.รัฐเป็นสื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้กับ SMEs 24.รัฐบาลช่วยส่งเสริมการลงทุน



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด

ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

1.ด้านข้อมูลทั่วไป ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ไอพีเอสของผู้ประกอบการSMEsในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านเพศ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.50 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.50 อยู่ในช่วง 10.00% - 10.50%

ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.75 และมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.25 อยู่ในช่วง -10.40% - 10.70%

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อปี ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ไม่เกิน 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 93.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่า 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 6.50 อยู่ในช่วง 15.00% - 15.80%

ปัจจัยด้านประเภทของธุรกิจที่ทำ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ทำธุรกิจด้านการให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 48.75 ด้านกิจการค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 26.50 ด้านการผลิตสินค้า คิดเป็นร้อยละ 17.25 และด้านกิจการค้าส่ง คิดเป็นร้อยละ 7.50 อยู่ในช่วง 8.60% - 8.90%

ปัจจัยด้านจำนวนพนักงาน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีพนักงาน 1-50 คน คิดเป็นร้อยละ 93.00 และมีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อยู่ในช่วง 7.70% - 8.30%

ปัจจัยด้านลักษณะของธุรกิจ SMEs ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นประเภท บุคคลธรรมดา/ห้างหุ้นส่วนสามัญ/คณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 70.25 และนิติบุคคล/ห้างหุ้นส่วนจำกัด/ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล/บริษัทจำกัด/บริษัทมหาชนจำกัด คิดเป็นร้อยละ 29.75 อยู่ในช่วง 15.80% - 15.90%

2.ด้านพฤติกรรมทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ไอพีเอสของผู้ประกอบการSMEsในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการรับรู้กฎหมาย e-Payment ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ไม่รับรู้กฎหมาย e-Payment คิดเป็นร้อยละ 53.75 และผู้ที่รับรู้กฎหมาย e-Payment คิดเป็นร้อยละ 46.25 อยู่ในช่วง -18.30% - 18.90%

ปัจจัยด้านจำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมน้อยกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.25 และ ทำธุรกรรมตั้งแต่ 50,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 32.75 อยู่ในช่วง 5.10 % - 5.80%

ปัจจัยด้านความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินที่ทำต่อเนื่อง ได้แก่ การฝาก ถอน โอน ชำระค่าสินค้าและบริการหรืออื่นๆ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ทำธุรกรรม 5 ครั้งต่อสัปดาห์ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 63.00 และน้อยกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 37.00 อยู่ในช่วง -10.30% - 11.50%

3.ด้านส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ไอพีซีของผู้ประกอบการSMEsในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านลักษณะทางผลิตภัณฑ์ (Application) ที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 76.00 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 24.00 อยู่ในช่วง -11.60% - 11.90%

ปัจจัยด้านลักษณะทางผลิตภัณฑ์ (Application) ที่ปลอดภัย มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 79.50 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 20.50 อยู่ในช่วง 15.60% - 16.70%

ปัจจัยด้านการยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียม มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 87.50 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 12.50 อยู่ในช่วง 19.30% - 20.20%

ปัจจัยด้านการจัดเก็บอัตราค่าธรรมเนียม มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 87.25 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 12.75 อยู่ในช่วง 19.30% - 20.20%

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการผ่าน Application มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 81.25 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 18.75 อยู่ในช่วง 13.10% - 15.40%

ปัจจัยด้านการลดค่าธรรมเนียม มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 85.00 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 15.00 อยู่ในช่วง 22.40% - 23.20%

4.ด้านภาษี ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ไอพีซีของผู้ประกอบการSMEsในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการลดเอกสาร / ขั้นตอนในการยื่นภาษี มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 83.75 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 16.25 อยู่ในช่วง 9.90% - 10.40%

ปัจจัยด้านการหลีกเลี่ยงถูกตรวจสอบการเสียภาษีจากสรรพากร มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 72.75 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 27.25 อยู่ในช่วง -4.90% - 5.10%

5.ด้านการส่งเสริมของภาครัฐ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้อีเพย์ของผู้ประกอบการSMEsในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

ปัจจัยด้านรัฐบาลเป็นสื่อในการช่วยโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จัดงานแสดงสินค้าให้กับ SMEs มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 59.50 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 40.50 อยู่ในช่วง 10.20% - 10.60%

ปัจจัยด้านรัฐบาลช่วยส่งเสริมการลงทุนให้ SMEs (เช่นโครงการปลอดภาษี,เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ) มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment หรือไม่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีผล คิดเป็นร้อยละ 75.00 และไม่มีผล คิดเป็นร้อยละ 25.00 อยู่ในช่วง -6.90% - 7.10%

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

จากการนำตัวแปรทางด้านสถิติ คือตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ(X_1) ระดับการศึกษาสูงสุด(X_2) ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ(X_3) รายได้เฉลี่ยต่อปี(X_4) ประเภทของธุรกิจ(X_5) จำนวนพนักงาน(X_6) ลักษณะของธุรกิจSMEs(X_7) ธนาคารที่ใช้งานเป็นประจำ(X_8) การรับรู้กฎหมายe-Payment(X_9) จำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้ง(X_{10}) ความถี่ในการทำธุรกรรมต่อสัปดาห์(X_{11}) ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่ง่าย/ไม่ซับซ้อน(X_{12}) ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย(X_{13}) การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียม(X_{14}) การจัดเก็บค่าธรรมเนียม(X_{15}) ช่องทางการให้บริการผ่านApplication(X_{16}) ช่องทางการให้บริการผ่าน Website (X_{17}) การลดค่าธรรมเนียม(X_{18}) การส่งเสริมการตลาด(X_{19}) การลดเอกสาร/ขั้นตอนในการยื่นภาษี(X_{20}) การหลีกเลี่ยงการถูกตรวจสอบภาษี(X_{21}) การจ่ายเงินช่วยเหลือของรัฐบาลผ่านระบบพร้อมเพย์(X_{22}) รัฐบาลเป็นสื่อช่วยโฆษณา/ประชาสัมพันธ์(X_{23}) รัฐบาลช่วยส่งเสริมการลงทุน(X_{24}) และตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจทำธุรกรรมผ่านระบบe-Payment (Y_i)

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม(Marginal effect)และค่าระดับนัยสำคัญ (Significant)ของแต่ละ Model

ตัวแปร	Model					
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6
X_1	0.100 (0.008)***	0.103 (0.005)***	0.104 (0.005)***	0.105 (0.005)***	0.105 (0.005)***	0.105 (0.005)***
X_2	0.022 0.638					
X_3	-0.104 (0.017)**	-0.100 (0.019)**	-0.100 (0.019)**	-0.107 (0.012)**	-0.106 (0.012)**	-0.107 (0.011)**
X_4	0.150 (0.043)**	0.147 (0.043)**	0.150 (0.023)**	0.157 (0.016)**	0.158 (0.015)**	0.158 (0.015)**
X_5	0.088 (0.024)**	0.089 (0.022)**	0.089 (0.020)**	0.086 (0.024)**	0.086 (0.024)**	0.087 (0.020)**
X_6	0.078 0.264	0.083 0.229	0.082 0.210	0.077 0.243	0.077 0.243	0.077 0.242
X_7	0.159 (0.001)***	0.158 (0.001)***	0.158 (0.001)***	0.158 (0.001)***	0.158 (0.001)***	0.158 (0.001)***
X_8	0.002 0.978	0.005 0.958				
X_9	-0.189 (0.000)***	-0.187 (0.000)***	-0.187 (0.000)***	-0.183 (0.000)***	-0.183 (0.000)***	-0.183 (0.000)***
X_{10}	0.051 0.267	0.051 0.266	0.051 0.264	0.058 0.208	0.058 0.208	0.058 0.198
X_{11}	-0.103 (0.013)**	-0.105 (0.011)**	-0.105 (0.011)**	-0.115 (0.004)***	-0.115 (0.004)***	-0.115 (0.003)***
X_{12}	-0.119 (0.060)*	-0.118 (0.061)*	-0.118 (0.060)*	-0.116 (0.064)*	-0.116 (0.063)*	-0.116 (0.063)*
X_{13}	0.156 (0.028)**	0.158 (0.027)**	0.158 (0.027)**	0.166 (0.018)**	0.166 (0.018)**	0.167 (0.017)**
X_{15}	0.202 0.108	0.202 0.112	0.201 0.111	0.194 0.126	0.193 0.125	0.196 0.112
X_{16}	0.154 (0.022)**	0.156 (0.022)**	0.156 (0.021)**	0.132 (0.025)**	0.132 (0.022)**	0.131 (0.023)**

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม(Marginal effect)และค่าระดับนัยสำคัญ(Significant) ของแต่ละ Model (ต่อ)

ตัวแปร	Model					
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6
X_{17}	-0.037 0.503	-0.041 0.463	-0.041 0.464			
X_{18}	0.232 (0.038)**	0.229 (0.044)**	0.231 (0.028)**	0.227 (0.027)**	0.228 (0.022)**	0.224 (0.016)**
X_{19}	0.005 0.901	0.001 0.976	0.001 0.976	0.002 0.965		
X_{20}	0.102 (0.065)*	0.099 (0.073)*	0.099 (0.073)*	0.104 (0.058)*	0.104 (0.052)*	0.104 (0.053)*
X_{21}	-0.052 0.307	-0.050 0.315	-0.050 0.307	-0.049 0.317	-0.049 0.315	-0.051 0.27
X_{22}	-0.011 0.841	-0.008 0.889	-0.008 0.89	-0.007 0.907	-0.007 0.907	
X_{23}	0.106 (0.015)**	0.106 (0.015)**	0.106 (0.014)**	0.103 (0.016)**	0.103 (0.016)**	0.102 (0.016)**
X_{24}	-0.071 0.212	-0.069 0.223	-0.069 0.222	-0.070 0.214	-0.070 0.214	-0.071 0.198

หมายเหตุ Model 1:ตัวแปรอิสระครบทุกตัว

Model 2:ตัดตัวแปรอิสระ ระดับการศึกษาสูงสุด(X_2)

Model 3:ตัดตัวแปรอิสระ ระดับการศึกษาสูงสุด(X_2) และธนาคารที่ใช้งานเป็นประจำ(X_8)

Model 4:ตัดตัวแปรอิสระ ระดับการศึกษาสูงสุด(X_2) ,ธนาคารที่ใช้งานเป็นประจำ(X_8)

และ ช่องทางการให้บริการผ่านWebsite (X_{17})

Model 5:ตัดตัวแปรอิสระ ระดับการศึกษาสูงสุด(X_2) ,ธนาคารที่ใช้งานเป็นประจำ(X_8) ,

ช่องทางการให้บริการผ่านWebsite (X_{17}) และการส่งเสริมการตลาด(X_{19})

Model 6:ตัดตัวแปรอิสระ ระดับการศึกษาสูงสุด(X_2) ,ธนาคารที่ใช้งานเป็นประจำ(X_8) ,

ช่องทางการให้บริการผ่านWebsite (X_{17}) ,การส่งเสริมการตลาด(X_{19})และการจ่ายเงินช่วยเหลือของรัฐบาลผ่านระบบพร้อมเพย์(X_{22})

ในแต่ละช่องจะประกอบด้วยข้อมูลที่สำคัญคือ ตัวเลขด้านบน หมายถึงค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม (Marginal effect) ตัวเลขด้านล่าง หมายถึงค่านัยสำคัญ (Significant)

จะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ได้แก่ เพศ(X_1) ลักษณะของธุรกิจ SMEs(X_7) และการรับรู้กฎหมาย e-Payment(X_9) ตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ(X_3) รายได้เฉลี่ยต่อปี(X_4) ประเภทของธุรกิจ(X_5) ความถี่ในการทำธุรกรรมต่อสัปดาห์(X_{11}) ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย(X_{13}) การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียม(X_{14}) ช่องทางการให้บริการผ่าน Application(X_{16}) การลดค่าธรรมเนียม(X_{18}) รัฐบาลเป็นสื่อช่วยโฆษณา/ประชาสัมพันธ์(X_{23}) และตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ได้แก่ ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่ง่าย/ไม่ซับซ้อน(X_{12}) การลดเอกสาร/ขั้นตอนในการยื่นภาษี(X_{20})

จากตารางที่ 1 การลดตัวแปรอิสระบางตัว ตั้งแต่ 1 ตัว จนถึง 5 ตัว ไม่ส่งผลต่อค่าผลกระทบส่วนเพิ่ม และค่านัยสำคัญของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจการทำธุรกรรมผ่าน e-Payment เพราะตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment นั้นมีค่าเปลี่ยนไปเล็กน้อย และจำนวนตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจดังกล่าวก็มีจำนวนเท่าเดิมและเป็นตัวแปรตัวเดียวกัน

เพราะฉะนั้น Model ที่ 6 จึงเป็น Model ที่เหมาะสมที่สุดเพราะตัดตัวแปรที่ไม่จำเป็นออก ทำให้สามารถศึกษาถึงตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามเท่านั้น การใช้ตัวแปรอิสระที่เยอะไม่ได้ทำให้ค่านัยสำคัญเปลี่ยน การเลือกใช้ตัวแปรที่จำเป็นจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้

สรุปผลการศึกษา

จากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

เพศ มีค่านัยสำคัญ 0.008 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.100 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ระดับการศึกษาสูงสุด มีค่านัยสำคัญ 0.008 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.100 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า

ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ มีค่านัยสำคัญ 0.017 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.104 มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากกว่า 5 ปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี มีค่านัยสำคัญ 0.043 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.150 มีรายได้เฉลี่ยต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท

ประเภทของธุรกิจ มีค่านัยสำคัญ 0.024 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.088 ประเภทของธุรกิจจะเน้นการให้บริการเป็นหลัก

จำนวนพนักงาน มีค่านัยสำคัญ 0.264 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.078 มีพนักงานระหว่าง 1-50 คน
ลักษณะของธุรกิจ มีค่านัยสำคัญ 0.001 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.159 ส่วนมากเป็นบุคคลธรรมดา/
ห้างหุ้นส่วนสามัญ/คณะบุคคลที่ไม่ใช่นิติบุคคล

ด้านการใช้งาน มีค่านัยสำคัญ 0.978 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.002 จะใช้งานธนาคารกสิกรไทย
มากกว่าธนาคารอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ธนาคารหลัก (ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ
ธนาคารกรุงไทยและธนาคารออมสิน)

การรับรู้กฎหมาย มีค่านัยสำคัญ 0.000 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.189 ผู้ประกอบการวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่รับรู้กฎหมายด้าน e-Payment

จำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อครั้งมีค่านัยสำคัญ 0.267 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.051 ในด้าน
การทำธุรกรรมนั้น ส่วนใหญ่ทำธุรกรรมเฉลี่ยน้อยกว่า 50,000 บาทต่อครั้ง

ความถี่ในการทำธุรกรรมต่อสัปดาห์ มีค่านัยสำคัญ 0.013 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.103 ความถี่
ในการทำธุรกรรมมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์

ด้านความเห็นเกี่ยวกับการทำธุรกรรมผ่านระบบ e-Payment ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า

ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ (Application) ที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่านัยสำคัญ 0.060 และมีค่ากระทบ
ส่วนเพิ่ม -0.119 มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ (Application) ที่ปลอดภัย มีค่านัยสำคัญ 0.028 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม
0.156 มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียม มีค่านัยสำคัญ 0.049 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.292 มีผลต่อการ
ตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การจัดเก็บอัตราค่าธรรมเนียม มีค่านัยสำคัญ 0.108 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.202 มีผลต่อการ
ตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-payment

ช่องทางการให้บริการผ่าน Application มีค่านัยสำคัญ 0.022 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.154 มีผล
ต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

ช่องทางการให้บริการผ่าน Website มีค่านัยสำคัญ 0.503 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.037 มีผลต่อ
การตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การลดค่าธรรมเนียม มีค่านัยสำคัญ 0.038 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.232 มีผลต่อการตัดสินใจทำ
ธุรกรรมผ่าน e-Payment

การส่งเสริมการตลาดอื่นๆ(ฟรีประกันอุบัติเหตุ,ฟรีประกัน COVID-19) มีค่านัยสำคัญ 0.901 และมีค่า
กระทบส่วนเพิ่ม 0.005 มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การลดเอกสาร / ขั้นตอนในการยื่นภาษี มีค่านัยสำคัญ 0.065 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.102 มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การหลีกเลี่ยงถูกตรวจสอบการเสียภาษีจากสรรพากร มีค่านัยสำคัญ 0.307 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.052 มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การจ่ายเงินช่วยเหลือของรับผ่านระบบพร้อมเพย์ มีค่านัยสำคัญ 0.841 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.011 มีผลต่อการตัดสินใจ ทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

รัฐบาลเป็นสื่อในการช่วยโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จัดงานแสดงสินค้าให้กับ SMEs มีค่านัยสำคัญ 0.015 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม 0.106 มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การที่รัฐบาลช่วยส่งเสริมการลงทุนให้ SMEs (เช่นโครงการปลอดภาษี, เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ)มีค่านัยสำคัญ 0.212 และมีค่ากระทบส่วนเพิ่ม -0.071 มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

การนำข้อมูลแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสถิติ เพื่อพิจารณาว่าตัวแปรไหนที่มีความสำคัญต่อการทำธุรกรรมผ่าน e-Payment พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการทำธุรกรรมผ่าน e-Payment ได้แก่ เพศ ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อปี ประเภทของธุรกิจ ลักษณะของธุรกิจ การรับรู้กฎหมาย e-Payment ความถี่ในการทำธุรกรรมต่อสัปดาห์ ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่ง่าย/ไม่ซับซ้อน ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัย การยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียม ช่องทางการให้บริการผ่าน Application การลดค่าธรรมเนียม การลดเอกสาร/ขั้นตอนในการยื่นภาษี และการที่รัฐบาลเป็นสื่อช่วยโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ส่วนตัวแปรอื่นๆไม่มีผลต่อการตัดสินใจทำธุรกรรมผ่าน e-Payment

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การตัดสินใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอีเพย์เมนต์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อเสนอแนะต่างๆจากการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านการวางแผนและนโยบาย จากงานวิจัยพบว่าปัจจัยเกี่ยวกับเพศ, ลักษณะของธุรกิจ และการรับรู้กฎหมายอีเพย์เมนต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ธนาคารสามารถออกผลิตภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ระบบอีเพย์เมนต์ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนา แอปพลิเคชัน , เว็บไซต์ หรือ แพลตฟอร์ม ให้มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของผู้ใช้เพื่อขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ และภาครัฐบาลสามารถนำไปใช้ออกนโยบายสำหรับส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้อีเพย์เมนต์ เพื่อตรวจสอบรายได้ และจัดเก็บภาษีให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะทางด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน ควรมีการจัดอบรมหรือนำเสนอเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการนำเสนอสินค้าให้หลากหลายช่องทางมากขึ้น ทั้งนี้ในปัจจุบันสื่อทางสังคม ค่อนข้างไวและรวดเร็ว การใช้ประโยชน์ในด้านนี้จะช่วยพัฒนาธุรกิจได้

เอกสารอ้างอิง

- กวีพงษ์ เลิศวีชราและอัษฎางค์ อารีย์ไทย.(2561).**ประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานระยะยาว(10ปี) ของธนาคารไทย.**วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ,9(2),117-126.ค้นหากจาก <http://ejournal.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/10680>
- คมสัน สุริยยะ, (2552). **แบบจำลองโลจิสติก: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ทางเศรษฐศาสตร์.** ค้นจาก <https://www.slideshare.net/bnnbear/1basic-logit>
- ทศพล ศรีสังข์.(2552).**พฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)ไทยต่อการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commere).**(วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ).มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.กรุงเทพฯ.
- ปิยะพงษ์ หฤทัยแจ่มจิต.(2560).**กลไกทางกฎหมายเพื่อสนับสนุนธุรกิจชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์: กรณีศึกษาผู้ประกอบการ FinTech ประเภท Startup.**(เอกัตศึกษาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขากฎหมายเศรษฐกิจ).จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.กรุงเทพฯ.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์.(2558).**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์(อินสตาแกรม) ของประชากร ในกรุงเทพมหานคร.**(การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.
- สุพัตรา กาญจนโนภาส.(2554).**ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.**(รายงานการวิจัย) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.(2562).บทที่ 4 จำนวนและการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2561.ค้นจาก <https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2561).**รายงานระบบการชำระเงิน2560.**ค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/Pages/default.aspx

ไอที 24 ชั่วโมง เพื่อชีวิตที่ดีขึ้น.2562.กฎหมายภาษีอีเพย์เมนต์ ลงราชกิจจานุเบกษาแล้วบังคับใช้ 21 มี.ค.
2562.[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา: [https://www.it24hrs.com/2019/epayment-laws-tax-approved/\(21 มีนาคม 2562\)](https://www.it24hrs.com/2019/epayment-laws-tax-approved/(21%20มีนาคม%202562))

ชาญวิทย์ ตั้งสุวรรณกุล.(2558).ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB).ค้น
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/470622.%20>

jobsDB.com.เงินได้แบบไหนบ้างที่ต้องนำไปคำนวณภาษี.[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา:
<https://th.jobsdb.com/th-th/articles/>