

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เพื่อซื้อ
สินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

FACTORS AFFECTING USAGE BEHAVIOR OF ELECTRONIC WALLET FOR THE GOODS
PURCHASING OF CONSUMER IN MAHA SARAKHAM PROVINCE

กิตติภพ อุทัยแพน*

Kittiphob Uthaipan

ณิฏฐา บรธา**

Nitaya Bantao

พูนศักดิ์ ศิริโสม***

Poonsak Sirisom

นิวัตร สุวรรณ****

Niwat Suwanna

(Received: March 30, 2021 ; Revised: August 20, 2021; Accepted: August 26, 2021)

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัด

* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาสถิติศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Student in Applied Statistics, Faculty of Science and Technology , Rajabhat Maha Sarakham University, e-mail : kong.kk2015@gmail.com.

** อาจารย์สาขาสถิติศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Instructor, Faculty of Science and Technology , Rajabhat Maha Sarakham University, e-mail : nitaya.bu@rmu.ac.th

*** อาจารย์สาขาสถิติศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Instructor, Faculty of Science and Technology , Rajabhat Maha Sarakham University, e-mail : poonsaksirisom@gmail.com

**** อาจารย์สาขาสถิติศาสตร์ประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Instructor, Faculty of Science and Technology , Rajabhat Maha Sarakham University, e-mail : niwat.su@yahoo.com

มหาสารคามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ผลใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ t-test สถิติทดสอบ F-test และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลจากการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ช่องทางการชำระผ่านกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ คือ True Money Wallet และเป่าตัง โดยความถี่ในการใช้งานส่วนมาก 2-5 ครั้ง/สัปดาห์ ค่าใช้จ่ายในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ 3,000-3,500 บาท/เดือน สถานที่ในการชำระผ่านกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ร้านค้าสะดวกซื้อ และชำระค่าบริการจัดส่งพัสดุ 2) การเปรียบเทียบความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ช่วงรายได้ ความถี่ในการใช้งาน และค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า มีผลต่อความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ หรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ อำเภอมือเมืองมหาสารคาม (d_{11}) การศึกษาระดับอนุปริญญา (d_{24}) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (x_6) ด้านการรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ของการใช้งาน (x_9) ด้านความปลอดภัย (x_{10}) ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (x_{11}) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีสมการการพยากรณ์การถดถอยพหุคูณ คือ $\hat{Y} = 0.869 - 0.111d_{11} - 0.102d_{24} + 0.042x_6 + 0.200x_9 + 0.350x_{10} + 0.229x_{11}$ และ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $R^2 = 0.650$

คำสำคัญ: กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet), พฤติกรรมการใช้งาน, การซื้อสินค้า

Abstract

The purposes of this research were to 1) study usage behavior of electronic wallet for the purchase of consumer goods in Maha Sarakham province, 2) to compare satisfaction and attitudes towards the use of e-wallets for consumer purchases in Maha Sarakham province classified by personal factors, and 3) to study the factors affecting e-wallet usage behavior in consumer purchases in Maha Sarakham Province. The data collection tool in this study was questionnaire. The sampling population was citizens living in Maha sarakham province the samples are 400. Statistics that were used in this research were the percentage, average, standard deviation, t-test, F-test and multiple linear regression. The results of this study showed that . Payment methods via electronic wallet were True Money

Wallet and PaoTang. The frequency of use most often was 2 -5 times/month. Expenses for the payment of goods or services are 3,000-3,500 baht/week. The places to pay through e-wallets were a convenience store and pay for the parcel delivery service. 2) Comparison of satisfaction and attitude towards the use of e-wallets for consumer purchases in Maha Sarakham province showed that the income levels, frequency of use and Expenses for the payment of goods affect to customer satisfaction and attitudes towards the use of purse with statistically significant at 0.01 level. 3) Factors affecting electronic wallet usage behavior were Mueang Maha Sarakham District (d_{11}), diploma education (d_{24}), average monthly income (x_6), the awareness and access to the benefits of use (x_9), safety aspect (x_{10}), and intention of use (x_{11}), with significantly at the 0.01 level. The multiple regression equation was

$$\hat{Y} = 0.869 - 0.111d_{11} - 0.102d_{24} + 0.042x_6 + 0.200x_9 + 0.350x_{10} + 0.229x_{11}$$

and the regression coefficient is $R^2 = 0.650$.

Keywords: Electronic wallet (e-wallet), Usage behavior, Purchase of Products

บทนำ

ในปัจจุบันแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตไร้สายและสมาร์ทโฟนมีอัตราการเติบโตและมีผู้ใช้งานจำนวนมากเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกเกิดการติดต่อสื่อสารการพบปะพูดคุยรวมถึงการหาความรู้ใหม่ ๆ ก็สามารถทำได้โดยง่ายผ่านโลกออนไลน์ โลกทั้งหมดจึงมีการเชื่อมต่อกันอย่างทั่วถึงและมีเสถียรภาพมากที่สุด ซึ่งจากการพัฒนาเทคโนโลยีและเติบโตมาเป็นยุคอิเล็กทรอนิกส์หรือยุคดิจิทัล โลกของการเงินที่ได้มีการนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการแทนเงินสดและแทนบัตรเครดิตกันแล้ว ผู้ที่ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่จำเป็นต้องรายได้สูงหรือรายได้ประจำเหมือนกับผู้ถือบัตรเครดิต เช่น เด็กนักเรียน หรือผู้คนทั่วไปไม่ว่าจะมีรายได้มากน้อยเพียงใดก็มีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์กันอย่างกว้างขวางเพิ่มมากขึ้นโดยผู้ใช้อาจไม่รู้ตัวว่าสิ่งที่ใช้อยู่ นั่นคือ เงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรซื้ออาหารตามศูนย์อาหารของศูนย์การค้าต่าง ๆ ตัวเตือนขึ้นรถไฟฟ้า บัตรชมภาพยนตร์ การซื้อสินค้าแบบออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งนั่นถือเป็นการพัฒนาการชำระเงินในประเทศไทย ที่สร้างความสะดวกสบายให้กับคนไทยมากยิ่งขึ้น และในปัจจุบันการเปิดให้ใช้การสื่อสารไร้สาย 4 จีได้อย่างเต็มรูปแบบซึ่งนั้นก็ทำให้ระบบการเงินของไทยกำลังเปลี่ยนแปลงเช่นกัน การยกเลิกระบบเงินสดบัญชีเงินฝากและการทำธุรกรรมทางการเงินที่หน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารที่ยุ่งยากวุ่นวายและค่าธรรมเนียมที่สูงกลายมาสู่

“เงินอิเล็กทรอนิกส์” ขณะที่การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ทำให้สมาร์ทโฟนของเรากลายเป็น “กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์”

การใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Wallet ที่อยู่บนโทรศัพท์มือถือผู้บริโภคสามารถใช้แทนเงินสดในการรูดโอน จ่าย ค่าสินค้าและบริการผ่านทางแอปพลิเคชัน ของผู้ให้บริการโดยแอปพลิเคชัน ดังกล่าวจะเป็นตัวเชื่อมต่อกับบัญชีธนาคารบัตรเครดิตบัตรเดบิตของผู้ใช้ซึ่งถูกรวมอยู่เอาไว้ในที่เดียวการใช้งาน e-Wallet มาจากความต้องการลดต้นทุนการใช้เงินสดรวมทั้งมีคนจำนวนมากอีกหลายคนที่ไม่เคยชินกับสถาบันการเงินหรือไม่เคยมีบัตรเครดิตในการชำระสินค้า e-Wallet ที่เป็นที่นิยมในไทย ได้แก่ True Wallet, AirPay, Rabbit line pay เป็นต้น (วัชรกรรณ์ ร่วมรักษ์, 2560) โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากผู้ใช้งานที่ชื่นชอบความบันเทิงเพราะกระเป๋าเงินเหล่านี้โดดเด่นด้วยการเติมเงินในการเล่นเกมส์ การซื้อสตีกเกอร์ไลน์ การได้รับส่วนลดตัวหนังทำให้ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มคนที่มิลิโพลิสได้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเหล่านี้ การเข้ามาของ e-Wallet จึงช่วยลดช่องว่างของการชำระเงินแบบเดิมคือการใช้เงินสดและบัตรเครดิตโดยมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีบนมือถือเป็นตัวขับเคลื่อน

เนื่องจากการเติบโตของการใช้งาน e-Money ส่วนหนึ่งมาจากธุรกิจ e-Wallet จากผู้ให้บริการ e-Wallet อย่าง True Money, Rabbit Line Pay และอื่น ๆ ที่มีการแข่งขันในการให้บริการผ่านพีเจอาร์ที่หลากหลาย จุดรับชำระทั้งออนไลน์และออฟไลน์ที่มีความหลากหลายและเป็นจุดรับบริการที่สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภค พร้อมแคมเปญโปรโมชั่นต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความถี่ให้กับผู้ใช้บริการ ให้อยอมเปิดแอปพลิเคชันมือถือเพื่อจ่ายเงินค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านช่องทาง e-Wallet แทนการใช้เงินสด และแอปโมบายแบงก์กิงจากธนาคารค่ายต่าง ๆ เพราะธุรกิจนี้การที่ผู้บริโภคใช้งานแอปพลิเคชันในการชำระค่าสินค้าและบริการยิ่งถี่เท่าไร นั่นหมายถึงประสบการณ์ในการใช้งานที่มากขึ้น และกลายเป็นความคุ้นเคยจนเคยชินที่จะหยิบมือถือเปิดแอปขึ้นมาเป็นแอปหลักเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการในจำนวนเงินที่มากขึ้นแทนเงินสด และแอป e-Wallet และ Mobile Banking ของคู่แข่ง โดยสิ่งที่ทุกแบรนด์แข่งขันในรูปแบบคล้ายๆ กันคือขยายพีเจอาร์ในการให้บริการ จุดรับชำระที่ให้อีกค่าสามารถหยิบแอปขึ้นมาใช้ทุกวัน และแคมเปญโปรโมชั่นที่ให้สิทธิพิเศษมากกว่าเงินสดมาจากเหตุผลเดียวคือ ตลาด e-Wallet ยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นในการสร้างความคุ้นเคยและเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้เงินสดมาใช้งาน e-Money และ e-Wallet แทนถึงแม้ว่าในตลาด e-Wallet ในประเทศไทยจะมีให้บริการมากกว่า 10 ปีก็ตาม ที่ผ่านมารัฐกิจนี่ยังมีการใช้งานอยู่จำกัด และส่วนใหญ่จะใช้เพียงชำระบิลค่าใช้จ่าย และเติมเงินมือถือเท่านั้น เนื่องจากการใช้งานสมาร์ทโฟนยังมีอยู่จำกัด ผู้บริโภคยังมีความกังวลด้านการใช้งาน ทั้งด้านความปลอดภัยในการชำระเงิน การเติมเงิน และอื่น ๆ รวมถึงการมีจุดชำระเงินที่ไม่มากนัก และส่วนใหญ่เป็นจุดชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น การเติมเงินในเกมออนไลน์ การซื้อสตีกเกอร์ไลน์ และคอนเทนต์ออนไลน์อื่น ๆ เป็นต้น (Marketeer, 2562)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อประชาชนในชุมชนสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นข้อมูลให้หน่วยงานหรือภาคธุรกิจอื่น ๆ นำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาหรือจัดโครงการเพื่อพัฒนาแนวทางในการบริการการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ให้กับประชาชนเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ e-wallet ได้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานอุปกรณ์ ความเสี่ยง และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในอุตสาหกรรม e-wallet

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคามจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม แบ่งพื้นที่ออกเป็น 13 อำเภอ จำนวน 962,665 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดมหาสารคาม, 2562)

กลุ่มตัวอย่าง คือ คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรจากสูตรของการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างขั้นที่หนึ่งด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) และขั้นที่สองด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้ตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 คน และได้อำเภอที่เก็บข้อมูลจำนวน 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองมหาสารคาม อำเภอแกดำ อำเภอกันทรวิชัย อำเภอบรบือ (ในที่นี้ใช้การทดสอบที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ ให้มีความผิดพลาดได้ ร้อยละ 0.05)

ตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เขตพื้นที่, อำเภอ, เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่องทางการชำระเงิน ความถี่ในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์, ค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า

ต่อเนื่อง, ด้านการรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ของการใช้งาน, ด้านความปลอดภัย, ด้านความตั้งใจในการใช้งาน

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะคิดต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิด (Close-End Question) เป็นเครื่องมือในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ จำนวนความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์การให้ค่าเฉลี่ยคะแนนรายด้านและรายข้อ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2553)

ระดับคะแนนตั้งแต่ 4.51-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับคะแนนตั้งแต่ 3.51-4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ระดับคะแนนตั้งแต่ 2.51-3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับคะแนนตั้งแต่ 1.51-2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ระดับคะแนนตั้งแต่ 1.00-1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพื่อสรุปอ้างอิงถึงประชากร โดยใช้สถิติทดสอบ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554) ได้แก่

2.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ 2 ประชากรที่เป็นอิสระกัน โดยใช้สถิติ ทดสอบที (t-test)

2.2 การทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ สถิติทดสอบเอฟ (F-test) ในกรณีที่พบความแตกต่างระหว่างคู่ใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method) และวิธี LSD (Least Significant Difference's Method)

2.3 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) สร้างตัวแบบสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อพยากรณ์พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงิน ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ด้วยตัวแปรอิสระและทำการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามที่สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ จะได้สมการพยากรณ์ ในตัวแบบ $Y_i = \beta_0 + \beta_1 d_{1i} + \beta_2 d_{2i} + \beta_3 x_{1i} + \beta_4 x_{2i} \dots + \beta_k x_{ki}$

2.4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เพื่อซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's

correlation coefficient) มีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 โดยถ้าค่า r มีค่าเป็นบวกแสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ถ้าค่า r มีค่าเป็นลบ แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใช้เกณฑ์ดังนี้ (Hinkle; et al. 1998)

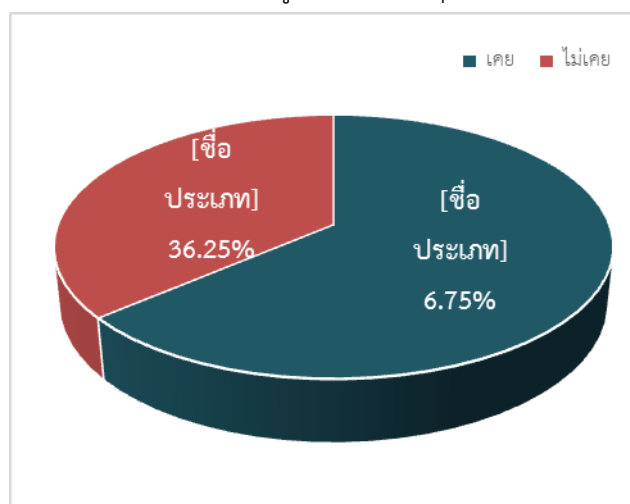
0.90-1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.70-0.90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.50-0.70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.30-0.50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00-0.30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน จำนวนตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)
$S.D.$	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าสถิติทดสอบ t -test
F	แทน ค่าสถิติทดสอบ F -test
P -value	แทน ค่าความน่าจะเป็นน้อยที่สุดจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก
**	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 400 คน รายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง



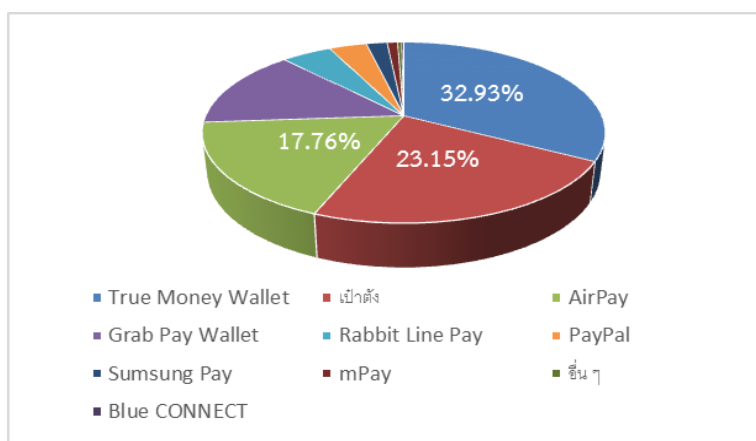
รูปที่ 1 การชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากรูปที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 63.75 และผู้ไม่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 36.25

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ที่เคยการชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

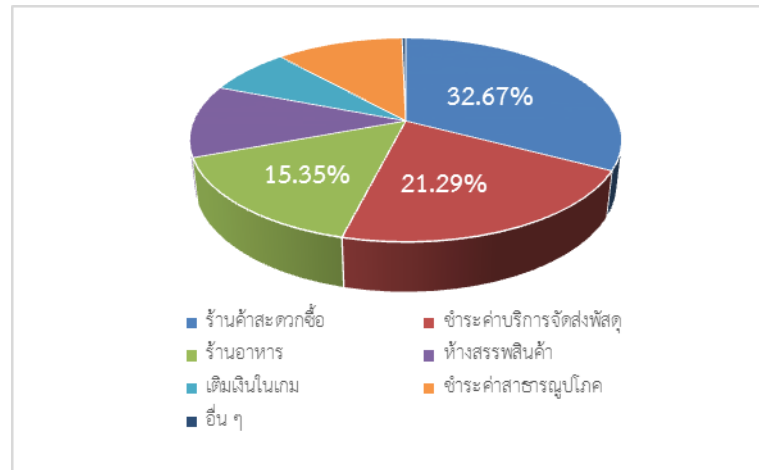
ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	108	42.35
	หญิง	147	57.65
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	10	3.92
	มัธยมศึกษาตอนต้น	14	5.49
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	66	25.88
	อนุปริญญา/ปวส.	24	9.41
	ปริญญาตรีขึ้นไป	141	55.29
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	162	63.53
	เกษตรกร	12	4.71
	รับราชการ	10	3.92
	ค้าขาย/ธุรกิจ	28	10.98
	การบริการ	25	9.80
	อาชีพอิสระ	18	7.06
ภาพรวม		255	63.75

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 63.75 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.65 ศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 55.29 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 63.53



รูปที่ 2 จำนวนและร้อยละของช่องทางการชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากรูปที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยภาพรวมส่วนใหญ่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม (ร้อยละ 63.75) และมีช่องทางการชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ คือ True Money Wallet (ร้อยละ 32.93) เป๋าตัง (ร้อยละ 23.15) และ AirPay (ร้อยละ 17.76) ตามลำดับ



รูปที่ 3 จำนวนและร้อยละของสถานที่ในการชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากรูปที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน โดยภาพรวมส่วนใหญ่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม (ร้อยละ 63.75) สถานที่ในการชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ คือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (ร้อยละ 32.67) ชำระค่าบริการจัดส่งพัสดุ (ร้อยละ 21.29) และ ร้านอาหาร (ร้อยละ 15.35) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป		ความพึงพอใจ		ทัศนคติ	
		$\bar{x}$	sd.	$\bar{x}$	sd.
เพศ	ชาย	4.15	0.43	4.07	0.48
	หญิง	4.08	0.50	4.02	0.53
ช่วงรายได้ (บาท/เดือน)	< 5000	4.00	0.55	3.88	0.55
	5000-10000	4.16	0.38	4.14	0.49
	10001-15000	4.24	0.31	4.28	0.28
	15001-20000	4.13	0.59	4.05	0.33
	> 20000	4.48	0.20	4.29	0.17
ความถี่ใน การใช้งาน (ครั้ง/ สัปดาห์)	1	3.92	0.49	3.73	0.55
	2-5	4.11	0.45	4.07	0.46
	6-10	4.19	0.49	4.17	0.49
	> 10	4.28	0.47	4.15	0.58
ค่าใช้จ่ายในการ ชำระสินค้า (บาท/เดือน)	< 3,000	3.98	0.51	3.86	0.53
	3,000-3,500	4.29	0.27	4.35	0.26
	3,501-4,000	4.29	0.46	4.30	0.38
	4,001-4,500	4.19	0.15	4.22	0.31
	4,501-5,000	4.60	0.29	4.27	0.63
	> 5,000	4.53	0.66	4.23	0.32

จากตารางที่ 2 พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่าเพศหญิง มีช่วงรายได้ มากกว่า 20,000 บาท และความถี่ในการใช้งาน มากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์ มีความพึงพอใจในการจ่ายค่าชำระสินค้า 4,501-5000 บาท/เดือน และมีทัศนคติต่อการจ่ายค่าชำระสินค้า 3,000-3,500 บาท/เดือน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามตัวแปรต้น สถิติที่ใช้ ได้แก่ t-test และ F-test มีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบเปรียบเทียบความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ โดยใช้ t-test

ตัวแปร	เพศ	$\bar{X}$	ค่าสถิติ t	p-value
ความพึงพอใจ	ชาย	4.15	1.293	0.217
	หญิง	4.08		
ทัศนคติ	ชาย	4.07	0.735	0.463
	หญิง	4.02		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเพศ พบว่าไม่มีผลต่อความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม หรือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้งาน และค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า โดยใช้ F-test

ตัวแปร	แหล่งความผันแปร	SS	df	MS	F	p-value
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	2.712	4	0.678	3.115	0.016**
	ภายในกลุ่ม	54.411	250	0.218		
	รวม	57.123	254			
ความถี่ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	2.583	3	0.861	3.962	0.009**
	ภายในกลุ่ม	54.540	251	0.217		
	รวม	57.123	254			
ค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	6.477	5	1.295	6.368	0.000**
	ภายในกลุ่ม	50.646	249	0.203		
	รวม	57.123	254			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้งาน และค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า พบว่า มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ใช้วิธีของ LSD พบว่า ช่วงรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทกับช่วง

รายได้ 5,000-10,000บาท ช่วงรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทกับ10,001-15,000 บาท และช่วงรายได้
น้อยกว่า 5,000 บาทกับมากกว่า 20,000 บาท มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานกระเป๋าเงิน
อิเล็กทรอนิกส์ หรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และการใช้งาน 1 ครั้งกับ 6-10 ครั้ง
และความถี่ในการใช้งาน 1 ครั้งกับ มากกว่า 10 ครั้ง มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้งานกระเป๋าเงิน
อิเล็กทรอนิกส์ ค่าชำระสินค้าน้อยกว่า 3,000 บาทกับ 3,501-4,000 บาท มีผลต่อความพึงพอใจต่อ
การใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามช่วงรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้งาน และค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า โดยใช้ F-test

ตัวแปร	แหล่งความผันแปร	SS	df	MS	F	p-value
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	5.792	4	1.448	6.058	0.000**
	ภายในกลุ่ม	59.756	250	0.239		
	รวม	65.548	254			
ความถี่ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	5.528	3	1.843	7.707	0.000**
	ภายในกลุ่ม	60.020	251	.239		
	รวม	65.548	254			
ค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	12.935	5	2.587	12.244	0.000**
	ภายในกลุ่ม	52.613	249	0.211		
	รวม	65.548	254			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้งาน และค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้า พบว่า มีผลต่อทัศนคติในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ใช้วิธีของ Scheffe พบว่าช่วงรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทกับช่วงรายได้ 5,000-10,000บาท และช่วงรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทกับช่วงรายได้ 10,001-15,000 บาท มีผลต่อทัศนคติในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และความถี่ในการใช้งาน 1 ครั้งกับ 2-5 ครั้ง และความถี่ในการใช้งาน 1 ครั้งกับ 6-10 ครั้ง มีผลต่อทัศนคติในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และค่าชำระสินค้าน้อยกว่า 3,000 บาท/เดือน กับ 3,000-3,500 บาท/เดือน และค่าชำระสินค้าน้อยกว่า 3,000 บาท/เดือน กับ 3,501-4,000 บาท/เดือน มีผลต่อทัศนคติในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน r (Pearson's correlation coefficient) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ อำเภอก (x₁) เพศ (x₂) อายุ (x₃) อาชีพ (x₅) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (x₆) ความถี่ในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (x₇) ค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้าต่อเดือน (x₈) ด้านการรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ของการใช้งาน (x₉) ด้านความปลอดภัย (x₁₀) ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (x₁₁) ดังตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปรอิสระ	พฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet)		
	Pearson Correlation	P-value	ระดับความสัมพันธ์
เพศ (x ₂)	-0.046	0.231	ต่ำมาก
อายุ (x ₃)	0.077	0.111	ต่ำมาก
อาชีพ (x ₅)	0.242	0.000**	ต่ำ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (x ₆)	0.230	0.000**	ต่ำ
ความถี่ในการใช้งาน e-wallet (x ₇)	0.241	0.000**	ต่ำ
ค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้าต่อเดือน (x ₈)	0.334	0.000**	ต่ำ
ด้านการรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ (x ₉)	0.645	0.000**	สูง
ด้านความปลอดภัย (x ₁₀)	0.732	0.000**	สูง
ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (x ₁₁)	0.687	0.000**	สูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 ผลความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า อาชีพ (x₅) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (x₆) ความถี่ในการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (x₇) ค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้าต่อเดือน (x₈) ด้านการรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ของการใช้งาน (x₉) ด้านความปลอดภัย (x₁₀) ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (x₁₁) มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	42.636	6	7.106	76.917	0.000**
Residual	22.912	248	0.092		
Total	65.548	254			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

หมายเหตุ: $R = 0.807$, $R^2 = 0.650$, $AdjustedR^2 = 0.642$, $SE = 0.304$

จากตารางที่ 7 พบว่า $R^2 = 0.650$ หมายความว่า 65.00% ของความแปรผันของตัวแปรตาม อธิบายได้โดยความแปรผันในตัวแปรอิสระ และปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคามมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการพยากรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปร	B	t	P-value
ค่าคงที่	0.869	4.884	0.000**
อำเภอเมืองมหาสารคาม (d_{11})	-0.111	-2.700	0.007**
การศึกษาระดับอนุปริญญา (d_{24})	-0.102	-2.534	0.012*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (x_6)	0.042	2.131	0.034*
ด้านการรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ (x_9)	0.200	3.661	0.000**
ด้านความปลอดภัย (x_{10})	0.350	5.914	0.000**
ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (x_{11})	0.229	4.839	0.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) มีอำเภอเมืองมหาสารคาม (d_{11}) การศึกษาระดับอนุปริญญา (d_{24}) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (x_6) ด้านการรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ของการใช้งาน (x_9) ด้านความปลอดภัย (x_{10}) ด้านความตั้งใจในการใช้งาน (x_{11}) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.869 - 0.111d_{11} - 0.102d_{24} + 0.042x_6 + 0.200x_9 + 0.350x_{10} + 0.229x_{11}$$

การอภิปรายผลและการสรุป

การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยภาพรวมส่วนใหญ่เคยใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม (ร้อยละ 63.75) เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.65 ศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 55.29 ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 63.53 ซึ่งผู้เคยใช้งานมีช่องทางการชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ คือ True Money Wallet (ร้อยละ 32.93) เป๋าตัง (ร้อยละ 23.15) และ AirPay (ร้อยละ 17.76) ตามลำดับ โดยความถี่ในการใช้งานส่วนมาก 2-5 ครั้ง (ร้อยละ 52.94) ค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้าหรือบริการ 3,000-3,500 บาท/เดือน (ร้อยละ 61.11) สถานที่ในการชำระสินค้าหรือบริการผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่ คือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (ร้อยละ 32.67) ชำระค่าบริการจัดส่งพัสดุ (ร้อยละ 21.29) และ ร้านอาหาร (ร้อยละ 15.35) ตามลำดับ และจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่าเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 20,000 บาท และความถี่ในการใช้งานมากกว่า 10 ครั้ง/สัปดาห์ มีความพึงพอใจในการจ่ายค่าชำระสินค้า 4,501-5000 บาท/เดือน และมีทัศนคติต่อการจ่ายค่าชำระสินค้า 3,000-3,500 บาท/เดือน

จากการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม โดยใช้ t-test และ F-test ในกรณีที่พบความแตกต่างระหว่างคู่ใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method) และวิธี LSD (Least Significant Difference's Method) พบว่า ช่วงรายได้ ความถี่ในการใช้งาน และค่าใช้จ่ายในการชำระสินค้าต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม หรือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน เพศ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจและทัศนคติต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม หรือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิยา ฉายารัตนรักษ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในทุก ๆ ด้าน

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดมหาสารคาม พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ได้แก่ อำเภอ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้าน

การรับรู้และเข้าถึงประโยชน์ของการใช้งาน ด้านความปลอดภัย ด้านความตั้งใจในการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วน เพศ และอายุ ไม่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยมีสมการการพยากรณ์การถดถอยพหุคูณ คือ

$$\hat{Y} = 0.869 - 0.111d_{11} - 0.102d_{24} + 0.042x_6 + 0.200x_9 + 0.350x_{10} + 0.229x_{11}$$

และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $R^2 = 0.650$ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตโสภา ทิพย์ปัญญา วงศ์ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย พบว่าทัศนคติในการใช้งาน e-Money บนโทรศัพท์มือถือส่งผลกระทบต่อการใช้งานจริงและความตั้งใจที่จะใช้งานในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) เพื่อการซื้อสินค้าหรือบริการ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความรู้แก่ประชาชน แม้ว่าการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นรู้จักดีแล้วก็ตาม ในเขตพื้นที่ในเมือง แต่พื้นที่ห่างไกลยังขาดความรู้หรือข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งสื่อและเครื่องมือที่ทันสมัยยังไม่ครอบคลุม
2. ความปลอดภัยและความไว้วางใจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้งาน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าควรเพิ่มความปลอดภัยของระบบในการชำระสินค้าหรือบริการและป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
3. ผู้ประกอบกิจการทั้งรายใหญ่และรายย่อยที่ทำธุรกิจผ่านช่องทางกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-wallet) ควรให้บริการและนำเสนอข้อมูลที่ง่ายในการใช้งานเพื่อมีแนวโน้มตัดสินใจในการใช้บริการมากขึ้น โดยมุ่งเน้นถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในการใช้บริการในการซื้อสินค้าในการปรับปรุงโปรแกรมและซอฟต์แวร์ในการเข้าถึงระบบให้ได้ง่ายขึ้นยิ่งขึ้นไปและสามารถใช้งานระบบโดยที่มือถืออาจจะ Offline ไม่มีอินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อแต่มี QR-Code ในรูปแบบใหม่มาแทนในความสะดวกและง่ายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- วัชรกรรณ์ ร่วมรักษ์. (2560). *Mobile Wallet กระเป๋าเงินดิจิทัล ในยุคสังคมไร้เงินสด*. สืบค้น 19 สิงหาคม 2564. จาก <https://1th.me/zfSMe>
- Marketeer. (2562). *สงคราม e-Wallet 2020 ใครใช้บ่อยกว่า...ชนะ*. สืบค้น 12 พฤศจิกายน 2563. จาก <https://marketeeronline.co/archives/122047>.
- สำนักงานสถิติจังหวัดมหาสารคาม. (2562). *ข้อมูลจำนวนประชากรจังหวัดมหาสารคาม*. สืบค้น 12 พฤศจิกายน 2563. จาก <http://maha.sarakham.nso.go.th/images/documents/others/mkm-geninfo-withgis.pdf>.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *วิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- กัลยา วาณิชยบัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 13
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นนทียา ฉายารัตนรักษ์. (2561). *ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. บริหารธุรกิจ วิชาเอกบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2559). *การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Hinkle, D.E.; William, W.; & Stephen G. J. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences*. 4th ed., NY: Houghton Mifflin.