

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

New Media Usage Behavior and Attitude toward Cashless Society of People in Bangkok

อรรณพ ดวงมณี* ต่อตระกูล อุบลวัตร**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างด้วยค่าที่การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ผ่านอุปกรณ์ประเภทสมาร์ทโฟนมากที่สุด และประเภทสื่อใหม่ที่ใช้มากที่สุดคือ ไลน์ ช่วงเวลาที่ใช้สื่อใหม่มากที่สุดคือ ช่วงเวลา 18.01–24.00 น. โดยใช้เป็นระยะเวลา 3–7 ชั่วโมงต่อวัน สำหรับพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อสังคมไร้เงินสดอยู่ในระดับน้อยที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.25 จากคะแนนเต็ม 5.00 ทั้งนี้ประชาชนมีทัศนคติในเชิงบวกต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 จากคะแนนเต็ม 5.00 โดยส่วนใหญ่เห็นว่า การเข้าสู่สังคมไร้เงินสดทำให้ระบบการเงินของประเทศมีความทันสมัย นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ / ทัศนคติ / สังคมไร้เงินสด

Abstract

The purpose of this research was to study the correlations among new media usage behavior and the attitude toward cashless society of the people in Bangkok, Questionnaires were used to collect the data from 400 samples. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One-way ANOVA and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were employed for the analysis of the data. The results of the research were as follows:

Most people in Bangkok used Smartphone for access to new media and the most favorite new media usage was LINE. The most active new media usage was 6pm–12 pm. Time spent was 3-7 hours per day. The new media usage for Cashless Society was at the lowest level (1.25 / 5.00). The attitude toward Cashless Society was positive (3.45/5.00), Most of people agree supported that Cashless Society will modernize the Thailand's financial system.

In accordance with the relationships among variables, new media usage behavior correlated with attitude toward Cashless Society of people in Bangkok with the significant at 0.01.

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารนวัตกรรมสื่อสาร มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Keywords: New Media Usage Behavior / Attitude / Cashless Society

บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะสื่อสมัยใหม่ที่ได้เข้ามาสร้างบทบาทด้านต่าง ๆ ต่อการดำรงชีวิตทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา ตลอดจนความบันเทิง ตั้งแต่ระดับปัจเจกชน หน่วยงานองค์กร จนถึงระดับประเทศ อีกทั้งความทันสมัยของเทคโนโลยี จึงทำให้ผู้คนสามารถเข้าใช้งานได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดของพื้นที่ และเวลา

การใช้สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ (New Digital Media) มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของประชาชนจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างการรับรู้ และทัศนคติในโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยหรือโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน” มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาส และภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้

สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) นับเป็นหนึ่งในโครงการที่ตอบสนองต่อนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในกลุ่มเกี่ยวข้องกับกลุ่มดิจิทัล ซึ่งภาครัฐบาล รวมถึงเอกชนหลาย ๆ แห่งได้มีการผลักดันให้เกิดขึ้นอย่างเป็นจริงเป็นจังในประเทศไทย

ประชาชนหลายคนคงเคยได้ยินคำว่า Mobile Banking , Prompt Pay, e-money, e-payment และ FinTech ซึ่งคำจำกัดความเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับรูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินใหม่ ๆ ในชีวิตประจำวัน ที่เริ่มเข้ามาแทนที่การทำธุรกรรมรูปแบบเดิมนั้นคือ การใช้เงินสดในการซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เป็นต้น หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า Cashless Society หรือ Cashless Economy ซึ่งเป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากการ

ใช้เงินสดหรือสังคมเศรษฐกิจที่ไม่นิยมถือเงินสดที่มีการพูดถึงกันเป็นครั้งแรกในวงการธนาคารพาณิชย์ในช่วงทศวรรษ 1950 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์ที่มองว่าความสำคัญของเงินสดในอนาคตจะลดน้อยลง และจะถูกแทนที่โดยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน โดย John Diebold เจ้าของบริษัทที่ปรึกษาการวางเครือข่ายคอมพิวเตอร์สำหรับธนาคาร ได้กล่าวถึงการประมวผลที่เกินพิกัดของภาระด้านเอกสาร ธุรกรรมทางการเงินในขณะนั้นจากธุรกรรมเงินสด และเช็คเงินสดที่เพิ่มขึ้นตามการเติบโตของเศรษฐกิจ โดยเป็นเหตุให้ต้นทุนของธนาคารเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วโดยไม่จำเป็น

นอกจากนี้ข้อดีที่สำคัญของแนวคิดนี้คือ การลดการใช้เงินสด และการเพิ่มการใช้ e-payment จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างรวดเร็วขึ้น ผลของการศึกษาผลกระทบของ e-payment ในปี 2013 โดย Moody's Analytics และ Visa บ่งชี้ว่า หากไม่มีการใช้งานบัตรเครดิต และเดบิตที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในระยะหลัง เศรษฐกิจโลกจะไม่สามารถฟื้นตัวได้เร็วอย่างที่เป็นการวิฤตสินเชื่อบีบปรุเมื่อปี 2007 และ 2008 เนื่องจากการใช้บัตรต่าง ๆ นั้นส่งเสริมการใช้จ่าย และเพิ่มช่องทางการทำธุรกิจต่าง ๆ ทำให้ GDP ของ 56 ประเทศทั่วโลกเพิ่มขึ้นรวมกันกว่า 9.84 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในระหว่างปี 2008 และ 2012 หรือเทียบเท่ากับการจ้างงานเพิ่มขึ้น 1.9 ล้านคน โดยระบบ e-payment นั้นช่วยให้ GDP ในประเทศกำลังพัฒนาได้ร้อยละ 0.8 และ GDP ในประเทศพัฒนาแล้วได้ร้อยละ 0.3

ดังนั้นนานาประเทศจึงได้มีการออกนโยบาย และกฎหมายที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศเข้าสู่ cashless society หนึ่งในประเทศผู้นำด้านนี้คือ สวีเดน กล่าวคือมากกว่าร้อยละ 50 ของสาขาธนาคารพาณิชย์ในประเทศไม่รับเช็คเงินสดและไม่มีเงินสดสำรองไว้ ทั้งนี้ร้อยละ 80 ของการชำระเงินในปี 2015 ทำผ่าน e-payment ขณะที่ตัวเลขโดยเฉลี่ยของโลกอยู่ที่เพียงแค่อ้อยละ 25 ผู้ประกอบการหลายภาคส่วนไม่รับการชำระเงินเป็นธนบัตร และเหรียญ เช่น สถานีรถไฟใต้ดิน และพิพิธภัณฑ Abba ในกรุงสต็อกโฮล์ม โดยการตอบรับจากประชาชนทั่วไปนั้นส่วนใหญ่เป็นเชิงบวก รวมถึงการตอบรับจากภาคธุรกิจก็เป็นบวกเช่นเดียวกัน หนังสือพิมพ์ The New York Times ได้รายงานไว้ว่า หลังจากที่เจ้าของร้านขาย

นิตยสารเริ่มติดตั้งเครื่องรับชำระผ่านบัตร ยอดขายของธุรกิจเขาได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 เนื่องจากเครื่องรับบัตรเป็นการเพิ่มช่องทางการบริโภคให้คนหนุ่มสาวยุคใหม่ของสวีเดนที่ไม่นิยมถือเงินสดนั่นเอง (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2560)

นอกเหนือไปจากนี้ Cashless Society ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพของเศรษฐกิจในการแข่งขันระหว่างประเทศจากการลดต้นทุนที่มาจากธุรกรรมเงินสด และการจัดเก็บภาษีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นของรัฐบาล โดยการจัดการบริหารเงินสดนั้นมีค่าใช้จ่ายที่ซ่อนอยู่ เช่น ความเสี่ยงต่อการสูญหาย การขนส่ง การผลิต และการจัดเก็บรักษา ในปี 2006 ธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีการคาดคะเนว่า ค่าใช้จ่ายในการจัดการเงินสดนั้นอยู่ที่ร้อยละ 4 ถึงร้อยละ 9 ของทุก ๆ มูลค่าการซื้อขาย ซึ่งตามการประมาณการของสมาคมธนาคารไทย e-payment มีความสามารถในการกำจัดต้นทุนที่ไม่จำเป็นเหล่านี้ได้กว่า 1 แสนล้านบาทต่อปี เนื่องจากระบบดังกล่าวสามารถลดการผลิตธนบัตร และเหรียญกษาปณ์ จำกัดความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเงินสด และลดภาระด้านเอกสารในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งอันสืบเนื่องจากการใช้งาน e-payment ที่เพิ่มขึ้นทำให้ GDP เติบโตกว่า 60,000 ล้านบาทในเวลาเดียวกัน (นันทกร เทิดทูลทวีเดช, 2559)

ในขณะเดียวกันรัฐบาลยังสามารถเก็บภาษีได้อย่างถูกต้องครบถ้วนมากขึ้น เพราะว่า e-payment ทำให้ธุรกรรมการเงินทุกอย่างสามารถตรวจสอบบัญชีย้อนหลังได้ต่างจากเงินสด ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ของนักเศรษฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด Kenneth Rogoff ระบุว่า การใช้สกุลเงินสดในประเทศส่วนใหญ่้นั้นมากกว่าร้อยละ 50 ทำเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการตรวจสอบ และจัดเก็บภาษีของรัฐบาลในธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจผิดกฎหมายใต้ดิน การคอร์รัปชัน และการซื้อขายในตลาดมืด ซึ่งในสหรัฐฯ ธุรกิจใต้ดินนั้นมีมูลค่าราวร้อยละ 10 ของ GDP และตามการประมาณการของ Harvard Business Review มูลค่าของภาษีที่มีการหลีกเลี่ยงจากการใช้เงินสดในประเทศกำลังพัฒนานั้น สามารถสูงได้ถึงร้อยละ 30 ถึงร้อยละ 44 ของ GDP (นันทกร เทิดทูลทวีเดช, 2559)

ด้วยข้อดีดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ประเทศทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยมุ่งพัฒนาวิธีการการ

เงิน และร่วมผลักดันสังคมไปสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ก็เพราะว่า การเป็นสังคมที่ไร้เงินสดนำมาซึ่งประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน ถ้ามองเป็นภาพบุคคลก็ทำให้สะดวกสบายไม่ต้องเสี่ยงถือเงินสดเป็นจำนวนมาก จะทำธุรกรรมอะไรก็ผ่านวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่มีการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ ทำให้เราสามารถตรวจสอบจัดสรรการใช้จ่าย และลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่วนในภาพรวมของประเทศนั้น สังคมไร้เงินสดนี้จะมีส่วนช่วยผลักดันเศรษฐกิจในหลาย ๆ แง่มุม อาทิ ช่วยลดต้นทุนในการจัดการเงินสดจำนวนมาก และยังช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศในระดับนานาชาติ อีกทั้งคาดว่าจะลดภาระต้นทุนการจัดการเงินสดนี้ได้ถึงปีละกว่า 1 หมื่นล้านบาท และยังทำให้การกระจายสวัสดิการ และบริการของรัฐทั่วถึง ตรวจสอบง่าย ลดความซ้ำซ้อน และรวดเร็วยิ่งขึ้น ที่สำคัญยังช่วยให้ระบบการจัดเก็บภาษีมีประสิทธิภาพ และเต็มเม็ดเต็มหน่วยมากขึ้น เนื่องเพราะการที่ทุกอย่างเกิดขึ้นบนช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ยังช่วยให้มีข้อมูล และหลักฐานที่ชัดเจน นำไปสู่การลดปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน และการฟอกเงินรวมไปถึงการค้าขายหรือการกระทำการผิดกฎหมายต่าง ๆ (กรมสรรพากร, 2559)

ที่ผ่านมารัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับโครงการ National e-Payment เพื่อวางรากฐานไปสู่การเป็นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) โดยรัฐบาลไทย และกระทรวงการคลังได้มีการมอบหมายให้ธนาคารแห่งประเทศไทยผลักดันแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment เพื่อที่จะปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารในประเทศ และพร้อมยกระดับผลักดันประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลไร้เงินสดดังที่หลายๆ ประเทศชั้นนำทั่วโลก เช่น เกาหลีใต้ และจีน กำลังทำ โดยได้เริ่มดำเนินการเปิดตัวบริการโอนเงิน และรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์ – PromptPay” หรือ “Any ID” เมื่อเดือนมิถุนายนปี 2559 ที่ผ่านมานี้ หลังจากเปิดรับลงทะเบียนเข้าสู่ระบบข้อมูลกลางสำหรับทุกธนาคารในเดือนกรกฎาคมแล้ว ระบบจะพร้อมใช้งานได้ในเดือนตุลาคมนี้ทันที ซึ่ง “พร้อมเพย์” จะทำให้ค่าธรรมเนียมการโอนมีราคาถูกลง พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้สามารถใช้เพียงเลขบัตรประจำตัวประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ในการทำธุรกรรมได้ โดยโครงการนี้เป็นเพียงขั้นแรกของแผนแม่บท National e-Payment จากทั้งหมด 5

โครงการที่มีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงเครือข่ายการชำระเงินให้สะดวกทันสมัย อีกทั้งดำเนินการร่างกฎหมายเพื่อรองรับธุรกรรม E-Money ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้เร่งผลักดันการระดมเงินทุนผ่าน Crowd-Funding และหน่วยงานหลักที่ถูกมอบหมายภารกิจเพื่อกระตุ้นและสร้างบรรยากาศให้เกิดการขับเคลื่อน คือ กรมสรรพากร ผ่านนโยบายอุดหนุนต่าง ๆ เช่น การคิดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มที่สูงกว่าร้อยละ 7 สำหรับการชำระเงินโดยเงินสด การคิดค่าธรรมเนียมการโอนเงินผ่าน Prompt-Pay ที่ถูกลง และการผ่อนปรนทางภาษีสำหรับผู้ใช้งาน E-Payment โดยโครงการต่อ ๆ มาจะเป็นการขยายเครื่องรับชำระบัตร การพัฒนาระบบการจดทะเบียนภาษีของกรมสรรพากรให้เป็นอิเล็กทรอนิกส์ การจ่ายเบี้ยช่วยเหลือจากภาครัฐผ่าน e-payment และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนด้านความปลอดภัยของระบบ ทั้งนี้รัฐบาลคาดหวังว่า หากโครงการทั้งหมดทำสำเร็จครบถ้วนตามที่วางไว้ แผนกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบการชำระเงินนี้จะเป็อีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตต่อไป (กรมสรรพากร, 2559) รัฐบาล และกระทรวงการคลังยังได้มอบหมายให้ธนาคารแห่งประเทศไทย จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) (ภาพที่ 1) เพื่อปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารในประเทศ พร้อมทั้งยกระดับ และผลักดันประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจยุคดิจิทัลโดยไม่ต้องใช้เงินสดดังเช่นหลายประเทศชั้นนำทั่วโลก ซึ่งนอกเหนือจากการเปิดบริการโอนเงิน และรับโอนเงินแบบใหม่ที่เรียกว่า ‘PromptPay หรือ Any ID’ แล้วยังคงครอบคลุมถึงเรื่อง การเพิ่มจำนวนเครื่องรับชำระบัตรพัฒนาระบบการจดทะเบียนภาษี และการออกไปกำกับภาษีแบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการปรับระบบการจ่ายเงินของภาครัฐให้เป็นรูปแบบ E-Payment ซึ่งจะเป็แรงผลักดันสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเข้าสู่ยุค Cashless Society อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคตต่อไป โดยมีสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transactions Development Agency: ETDA) ซึ่งเป็นองค์กรมหาชนทำหน้าที่ดำเนินการพัฒนา และส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพื่อผลักดันให้เกิดความ

มั่นคงปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้หาก “National e-Payment Master Plan” สำเร็จ นายอภิศักดิ์ ตันติวรวงศ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังคาดว่า แผนยุทธศาสตร์นี้จะช่วยประหยัดต้นทุนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยภาพรวมประมาณ 7.5 หมื่นล้านบาทต่อปี คือ ภาคราชการประหยัดประมาณ 3 หมื่นล้านบาท และภาครัฐกิจหรือร้านค้าอีกประมาณ 4.5 หมื่นล้านบาท โดยรวมจากประชาชนที่จะลดต้นทุนการบริหารจัดการ พกพาเงินสดหันมาใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (กรมบัญชีกลาง, 2559)



ภาพที่ 1 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ที่มา : เว็บไซต์กระทรวงการคลัง ปี พ.ศ 2559

แต่ดูเหมือนว่าการก้าวเข้าสู่ Cashless Society ของประเทศไทยนั้นยังล้าหลังประเทศอื่น ๆ อยู่มาก เพราะอัตราการใช้จ่ายเงินสดของไทยในปัจจุบันมีสัดส่วนถึงร้อยละ 97 เนื่องจากหลาย ๆ คนยังมองว่า แนวคิด Cashless Payment ทำให้สูญเสียความเป็นส่วนตัวในธุรกรรมทางการเงิน อันเนื่องมาจากความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของธนาคาร ผู้ประกอบการ และรัฐบาล ผู้คนบางส่วนได้ให้ความเห็นว่า การที่รัฐบาลหรือหน่วยงานรัฐเข้าถึงข้อมูลส่วนตัว และตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางการเงินได้จะทำให้ประชาชนสูญเสียเสรีภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจจะนำไปสู่การควบคุมอย่างเต็มรูปแบบของระบบการเงินการธนาคารโดยรัฐบาลในอนาคตก็เป็นได้ รวมถึงความเคลือบแคลงใจในระบบรักษาความปลอดภัยของระบบการเงินออนไลน์ต่าง ๆ เนื่องจากการนำข้อมูลการเงินทุกอย่างเข้าไปอยู่ในระบบคอมพิวเตอร์ อาจจะทำให้การโจรกรรมข้อมูลส่วนตัวทำได้ง่ายขึ้น

ข้อเสียที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ Cashless Society จะทำให้การบริโภคสินค้า และบริการพุ่งเพื่อ

เกินความจำเป็น เพราะว่าการความสะดวกสบายจะเป็นสิ่งล่อลวงใจให้ผู้คนมีการใช้สอยจับจ่ายมากขึ้น หากไม่ได้ถือเงินสดอยู่ก็สามารถใช้แอปพลิเคชันในโทรศัพท์มือถือในการใช้จ่ายได้ไม่ต้องกังวลว่าจะมีเงินสดเพียงพออีกต่อไป รวมถึงความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว ความปลอดภัยของระบบ และแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเกินตัวจึงยังเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้แนวคิดนี้โดนต่อต้านอย่างมากในประเทศไทย

ดังนั้นหากภาครัฐ ภาคธนาคาร และภาคธุรกิจยังไม่สามารถหาวิธีการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อใจได้ Cash-less Society ก็คงจะยังไม่เกิดในประเทศไทย เนื่องจากยังขาดความพร้อมในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านกฎหมายรองรับ และสนับสนุน รวมถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ให้ความเชื่อมั่นได้ว่าระบบจะมีความปลอดภัย และการยอมรับของภาคประชาชน ในทางตรงกันข้าม หากธนาคารสามารถพัฒนารูปแบบระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ “ดีกว่า เร็วกว่า และถูกกว่า” คู่ขนานไปกับการเพิ่มความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวได้เราก็น่าจะได้เห็นปรากฏการณ์ดังเช่นที่เกิดขึ้นในประเทศสวีเดนในไทยได้เช่นเดียวกัน (ฤทธิชัย วานิชย์หานนท์, 2559)

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจว่า พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ รวมถึงลักษณะทางประชากรที่มีความแตกต่างกัน จะทำให้พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อรัฐบาล และเอกชนผู้เกี่ยวข้องในโครงการนี้จะได้นำผลการวิจัย และข้อเสนอแนะจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครไปพัฒนาด้านสื่อการประชาสัมพันธ์โครงการสังคมไร้เงินสดให้มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพสูงสุดตามเป้าหมายของรัฐบาล รวมทั้งหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

2. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน

2. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน

3. พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยมีการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2560 – 25 ตุลาคม 2560 โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เมื่อได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานครแล้วจะเกิดประโยชน์ต่อการศึกษาดังนี้

1. ทำให้ทราบระดับการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

2. ทำให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

3. ทำให้สามารถวางแผนการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์การเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

4. ทำให้สามารถจัดกิจกรรมการรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อสังคมไร้เงินสด

5. ทำให้สามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดในการวางแผน การประสานงาน และการประชาสัมพันธ์สังคมไร้เงินสด

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) แบบคำถามให้เลือกตอบ และแบบ Likert Scale แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับสื่อ ประเภทสื่อที่เปิดรับ ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อ ระยะเวลาที่เปิดรับสื่อ ความถี่ในการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานของการวิจัยในเรื่อง พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลลักษณะทางประชากร

ตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อสังคมไร้เงินสด

ตอนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferen-

tial Statistics) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบนัยสำคัญของความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ 1 และ 2 ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ 3 ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งปรากฏผลดังนี้

1. ข้อมูลทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศชาย 191 คน เพศหญิง 209 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 40 – 49 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท
2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์ในการใช้สื่อใหม่โดยประเภทของสื่อใหม่ที่ใช้เป็นประเภท ไลน์ มากที่สุดสำหรับช่วงเวลาในการใช้สื่อใหม่มีมากที่สุดในช่วงเวลา 18.01–24.00 น. ซึ่งจะใช้สื่อใหม่เป็นระยะเวลา 3-7 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีการจำแนกระยะเวลาในการใช้สื่อใหม่ดังนี้ สื่อใหม่ประเภทเว็บไซต์ใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 12.01–18.00 น. สื่อใหม่ประเภทเฟซบุ๊กใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 18.01–24.00 น. สื่อใหม่ประเภทสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 06.01–12.00 น. สื่อใหม่ประเภทไลน์ใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 18.01–24.00 น. สื่อใหม่ประเภทยูทูปใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 18.01–24.00 น. สื่อใหม่ประเภทกระดานสนทนาใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 12.01–18.00 น. สื่อใหม่ประเภทอินสตาแกรมใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 18.01–24.00 น. สื่อใหม่ประเภท

ทวิตเตอร์ใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 18.01–24.00 น. และสื่อใหม่อื่น ๆ อาทิ WeChat, Blog, Weibo มีการใช้มากที่สุดในช่วงเวลา 18.01–24.00 น.

3. พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครผ่านสื่อใหม่

กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อสังคมไร้เงินสดอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดมีคะแนนโดยรวมอยู่ที่ 1.25 จากคะแนนเต็ม 5.00 ทั้งนี้เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดผ่านสื่อเว็บไซต์ของธนาคารที่ใช้บริการอยู่มากที่สุด ส่วนประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้รับข่าวสารจากสื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดผ่านสื่อทวิตเตอร์จากศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ศคง.) น้อยที่สุด

4. ทิศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยรวมในเชิงบวก โดยค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีคะแนนโดยรวมอยู่ที่ 3.45 จากคะแนนเต็ม 5.00 ทั้งนี้

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ทิศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทำให้ระบบการเงินของประเทศมีความทันสมัยมีคะแนนมากที่สุด ส่วนทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคะแนนน้อยที่สุดคือสังคมไร้เงินสดจะสามารถช่วยแก้ไขปัญหาการทุจริตหรือคอร์รัปชัน

5. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่ เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน

ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่		ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่	t	P
เพศ	(1) ชาย	1.2521	-.286	.775
	(2) หญิง	1.2639		
ลักษณะทางประชากร		ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่	F	P
อายุ	(1) ต่ำกว่า 20 ปี	1.23	3.724	.003
	(2) 20 – 29 ปี	1.43		
	(3) 30 – 39 ปี	1.35		
	(4) 40 – 49 ปี	1.26		
	(5) 50 – 59 ปี	1.17		
	(6) 60 ปีขึ้นไป	1.04		

ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่		ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่	t	P
ระดับการศึกษา	(1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย*	1.21	5.437	.000
	(2) ปวช/มัธยมศึกษาตอนปลาย*	1.22		
	(3) ปวส/อนุปริญญา	1.19		
	(4) ปริญญาตรี	1.28		
	(5) สูงกว่าปริญญาตรี	1.54		
อาชีพ	(1) นักเรียน/นักศึกษา	1.26	1.551	.160
	(2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1.46		
	(3) พนักงานบริษัทเอกชน	1.29		
	(4) ธุรกิจส่วนตัว	1.23		
	(5) รับจ้าง	1.24		
	(6) แม่บ้าน	1.33		
	(7) อื่น ๆ	1.00		
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	1.19	1.454	.227
	(2) 10,000 – 20,000 บาท	1.27		
	(3) 20,001 – 30,000 บาท	1.28		
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	1.34		

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่ เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกัน ตารางที่ 2 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน

ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่		ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่	t	P
เพศ	(1) ชาย	3.477	.844	.399
	(2) หญิง	3.432		
ลักษณะทางประชากร		ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่	F	P
อายุ	(1) ต่ำกว่า 20 ปี	3.44	2.606	.025
	(2) 20 – 29 ปี	3.57		
	(3) 30 – 39 ปี	3.46		
	(4) 40 – 49 ปี	3.46		
	(5) 50 – 59 ปี	3.29		
	(6) 60 ปีขึ้นไป	3.20		
ระดับการศึกษา	(1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย*	3.07	10.166	.000
	(2) ปวช./มัธยมศึกษาตอนปลาย*	3.22		
	(3) ปวส/อนุปริญญา	3.52		
	(4)ปริญญาตรี	3.49		
	(5) สูงกว่าปริญญาตรี	3.69		
อาชีพ	(1) นักเรียน/นักศึกษา	3.41	1.399	.214
	(2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.51		
	(3) พนักงานบริษัทเอกชน	3.51		
	(4) ธุรกิจส่วนตัว	3.42		
	(5) รับจ้าง	3.38		
	(6) แม่บ้าน	3.29		
	(7) อื่น ๆ	2.87		

ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่	ค่าเฉลี่ยการใช้สื่อใหม่	t	P
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.22	.000
	(2) 10,000 – 20,000 บาท	3.34	
	(3) 20,001 – 30,000 บาท	3.53	
	(4) มากกว่า 30,000 บาท	3.57	
		8.511	

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรที่ เพศ อายุ และอาชีพแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชน ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อใหม่ของประชาชนกับทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig
ทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด	.289**	.000

**p<.01

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่กับทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

จากผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอยู่ในระดับน้อยที่สุดหรือนานๆ ครั้ง โดยสื่อใหม่ประเภทเว็บไซต์ของธนาคารที่ใช้บริการอยู่เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ดีที่สุด รองลงมาเป็นอีเมลไลน์ เพชบุ๊กของธนาคารที่ใช้บริการอยู่ อีเมลจากศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน เพชบุ๊กศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ยูทูปจากธนาคารที่ใช้บริการอยู่ เว็บไซต์ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ยูทูปจากศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ทวิตเตอร์จาก

ธนาคาร และสุดท้ายคือ ทวิตเตอร์ของหน่วยงานศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การใช้สื่อใหม่ในการประชาสัมพันธ์การเข้าสู่สังคมไร้เงินสดยังไม่มีประสิทธิภาพ และไม่สามารถเข้าถึงประชาชนอย่างได้ผล สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ สมรักษ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชามติเศรษฐกิจอาเซียน AEC ของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่อง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่วนใหญ่จะเปิดรับชมข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับประมาณ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา เป็น หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และเปิดรับข้อมูลผ่านเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยในการเปิดรับประมาณ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ เช่นเดียวกับ สิงห์ สิงห์ขจร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชามติอาเซียนของ

ประชาชนกรณีศึกษากรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนผ่านสื่อประเภทโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โปสเตอร์/ป้าย ประชาสัมพันธ์ เอกสาร ประชาสัมพันธ์ การประชุมสัมมนา นิทรรศการ ASEAN ตามลำดับ ซึ่งทำให้เห็นว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง จึงทำให้ประชาชนเข้าใจข่าวสารได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ในส่วนของสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างกว้างขวาง และสามารถนำมาอ่านซ้ำได้หากต้องการจะได้รับข้อมูลเพิ่มเติม และอยากให้มีการนำข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์อินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่า งานวิจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวมานั้นมีความสอดคล้อง และสามารถใช้อธิบายเกี่ยวกับความสนใจในการเปิดรับสื่อของประชาชน โดยประชาชนให้ความสนใจในการรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการของภาครัฐผ่านสื่อดั้งเดิมที่มีต่อโครงการของภาครัฐโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อใหม่

2.ทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยรวมในเชิงบวก โดยการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดทำให้ระบบการเงินของประเทศมีความทันสมัยมากที่สุด รองลงมาคือ ช่วยให้มีความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า และบริการ ยินดีที่จะเข้าร่วมสนับสนุนให้เกิดสังคมไร้เงินสดในการใช้จ่ายชีวิตประจำวัน มีช่องทางการบริการที่หลากหลาย ส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่าย และส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ มีขั้นตอนการใช้ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ช่วยเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจในการแข่งขันระหว่างประเทศ ช่วยลดปัญหาเรื่องอาชญากรรม เช่น จี้ ปล้น ช่วยให้รัฐสามารถจัดเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการเก็บข้อมูลการใช้จ่ายอย่างเป็นระบบ ประเทศไทยจะสามารถก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้ภายใน 10 ปี มีการเก็บรักษาข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีระบบป้องกันการปลอมแปลงข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีร้านค้าที่รับชำระจำนวนมากเพียงพอ และสุดท้ายคือ ช่วยแก้ไขปัญหาการทุจริตหรือคอร์ปชั่น ตามลำดับ เป็นไปตามแนวคิดของ ชวนะ ภวภานันท์ (2534) ซึ่งทำการแบ่งประเภทของทัศนคติได้ 3 ประเภทคือ ประเภทแรก ได้แก่ ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคล

แสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การดำเนินการขององค์กรหรืออื่น ๆ ประเภทที่สอง ได้แก่ ทัศนคติเชิงลบหรือไม่ดี เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือหน่วยงานองค์กร สถาบันการดำเนินการขององค์กรหรืออื่น ๆ และประเภทที่สาม ได้แก่ ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคลหน่วยงาน สถาบันองค์กรหรืออื่น ๆ โดยสิ้นเชิง ซึ่งทัศนคติทั้งสามประเภทนี้ บุคคลอาจเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดหรือค่านิยม และอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำหรือสถานการณ์ เป็นต้น ซึ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกัน ก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ต่อไป และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรชพร ศักดิ์พรหม และจิรพล สังข์โพธิ์ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ของกลุ่มคนที่สมัครใช้งานระบบพร้อมเพย์เรียบร้อยแล้ว ได้แก่ กระบวนการสมัครใช้งานพร้อมเพย์ ประโยชน์ของตัวระบบพร้อมเพย์ และการส่งเสริมจากรัฐบาล ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ของกลุ่มคนที่ยังไม่ได้สมัครใช้งาน ได้แก่ ความปลอดภัย แรงจูงใจในการเริ่มต้นใช้งาน และการส่งเสริมจากรัฐบาล นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการใช้งานให้ถูกลักษณะกลุ่มคน จะทำให้มีผู้สมัครใช้งานระบบเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีจำนวนมากในสังคมไทย ปัจจุบัน และยังสอดคล้องกับผลวิจัยของ กนกวรรณ สมรักษ์ (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรทั่วไปเป็นกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพฯ ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีทัศนคติต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งเป็น

ทัศนคติในเชิงบวก โดยมีทัศนคติที่เห็นด้วยในเรื่อง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะช่วยขยายการค้า การลงทุน และการบริการในภูมิภาคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด และรองลงมาคือ มีทัศนคติที่ดีต่อเรื่อง ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน จะเห็นได้ว่า แนวคิด และงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมานั้นมีความสอดคล้อง และสามารถใช้อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้เป็นอย่างดี

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อใหม่กับทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชน

จากผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อใหม่กับทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนมีความสัมพันธ์กันกล่าวคือ หากกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับสูงก็จะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในทางบวกต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดด้วย และในทางตรงกันข้าม หากกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับต่ำก็จะส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในทางลบต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับ รุติทิน บุญภาพคอมมอน (2556) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคม และอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างค่านิยมทั้งเชิงลบและเชิงสร้างสรรค์แก่เยาวชน นอกจากนี้สื่อสมัยใหม่ยังเข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นเครื่องมือ และพื้นที่ให้เยาวชนได้ใช้ค้นหา สำรวจ ทดลอง และทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง รวมทั้งยังมีบทบาททางอ้อมในการขัดเกลาทางสังคมให้แก่เยาวชนอีกด้วย และยังสอดคล้องกับ อรรถพร ศักดิ์พรหม และจิรพล สังข์โพธิ์ (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ของกลุ่มคนที่สมัครใช้งานระบบพร้อมเพย์เรียบร้อยแล้ว ได้แก่ กระบวนการสมัครใช้งานพร้อมเพย์, ประโยชน์ของตัวระบบพร้อมเพย์ และการส่งเสริมจากรัฐบาล ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ของกลุ่มคนที่ยังไม่ได้สมัครใช้งาน ได้แก่ ความปลอดภัย แรงจูงใจในการเริ่มต้นใช้งาน และการส่งเสริมจากรัฐบาล นอกจากนี้จากการศึกษายังพบว่า การส่งเสริมการใช้งานให้ถูกลักษณะกลุ่มคน จะทำให้

มีผู้สมัครใช้งานระบบเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีจำนวนมากในสังคมไทยปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั่วไปดังนี้

1. ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สื่อใหม่ ยังไม่สามารถเข้าถึงเข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอ โดยเฉพาะสื่อของรัฐที่ได้มอบหมายให้ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงินเป็นผู้ดำเนินงาน ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ในสิทธิประโยชน์ และความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประเทศไทย รัฐบาลควรให้การสนับสนุน และใช้ “สื่อใหม่” เนื่องจาก “สื่อใหม่” จะสามารถตอบสนองความต้องการของ “ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร” (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยที่เป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อใหม่ประเภท โลกออนไลน์, เฟซบุ๊ก และยูทูบ รวมไปถึงการใช้เว็บไซต์ของธนาคารภาคเอกชน ซึ่งเป็นสื่อที่พบว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดเป็นสื่อหลักในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดให้มากยิ่งขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยรวมในเชิงบวก ดังนั้น รัฐบาล และภาคเอกชนควรมีการร่วมมือกันวางแผนในการสร้างทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดทั้งในแง่ประโยชน์ส่วนบุคคล และผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประเทศไทยสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ และมีความก้าวหน้าทางด้านการเงินเทียบเท่าประเทศชั้นนำทั่วโลก และยังเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งอาจทำให้ไม่ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากนัก ควรมีการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) เพราะผล

จากการวิจัยพบว่า น่าจะมีตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อทัศนคติเพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดต่อไป

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เช่นภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เพราะการศึกษาครั้งนี้ทำแต่ในเฉพาะเขต

กรุงเทพมหานครเท่านั้น ทำให้ผลการศึกษาอาจจะไม่สามารถสื่อได้ถึงภาพรวมของประชาชนทั้งประเทศได้ และกลุ่มตัวอย่างควรมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลในแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันหรือไม่ และมีความสมบูรณ์ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กษวณะ ภวานันท์. (2534). *ภาพพจน์เชิงลบกับการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. เอกสารประกอบการสัมมนาคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [อัดสำเนา].
- จิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สิงห์ สิงห์ขจร. (2558). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชนกรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร. *วารสารสารสนเทศ*. 14(1), 95-102.

ออนไลน์

- กนกวรรณ สมรักษ์. (2555). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ของคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, JCIS 55017. เข้าถึงได้จาก <http://203.131.210.100/ejournal/wp-content/uploads/2013/03/JCIS-550171.pdf>
- กรมบัญชีกลาง. (2559). *แผนงาน National e-Payment*. เข้าถึงได้จาก <http://www.epayment.go.th/home/app/>
- กรมสรรพากร. (2559). *การดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ National e-Payment*. เข้าถึงได้จาก http://www.rd.go.th/publish/seminar/e-Payment_2-3-6-7.pdf
- นนทกร เทิดทูลทวีเดช. (2559). *Cashless Society: เตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ. การเงินธนาคาร*, (สิงหาคม 2559). เข้าถึงได้จาก <https://www.scebic.com/th/detail/product/2602>
- ฤทธิชัย วานิชยานนท์. (2559). *“Cashless Society” กับประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก <http://www.sasinconsulting.com/wp-content/uploads/2016/09/Cashless-society.pdf>
- อรชพร ศักดิ์พรหม และจิรพล สังข์โพธิ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. เข้าถึงได้จาก http://cio.citu.tu.ac.th/cio2016/images/abstract_001.pdf