

วารสารธรรมเพื่อชีวิต

JOURNAL OF DHAMMA FOR LIFE

ISSN: 2822-048X

<https://soo8.tci-thaijo.org/index.php/dhammalife/index>

Original Research Article

A Study of Consumer Behaviors and Barriers to the Use of Digital Payment Systems in Bangkok

การศึกษาพฤติกรรมและอุปสรรคของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ต่อการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล

Phairote Ariyaphanphitak^{1*}ไพโรจน์ อริยพันธ์พิทักษ์^{1*}

ARTICLE INFO

Name of Author & Corresponding Author: *

1. Phairote Ariyaphanphitak*

ไพโรจน์ อริยพันธ์พิทักษ์

College of Social Innovation Rangsit University, Thailand.

วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

Email: phairotun@gmail.com

คำสำคัญ:

สังคมลดการใช้เงินสด, พฤติกรรมผู้บริโภค, อุปสรรคทางเทคโนโลยี, การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

Keywords:

Less-Cash Society, Consumer Behavior, Technological Barriers, Behavioral Change

Article history:

Received: 03/07/2025

Revised: 17/06/2025

Accepted: 20/08/2025

Available online: 03/10/2025

How to Cite:

Ariyaphanphitak, P. (2025). A Study of Consumer Behaviors and Barriers to the Use of Digital Payment Systems in Bangkok. *Journal Dhamma for Life*, 31(3), 127-143.

ABSTRACT

This research aims to explore consumer behavior in Bangkok and identify the barriers affecting the adoption of digital payment systems. A qualitative research methodology was employed, utilizing participant observation and in-depth interviews. The primary informants consisted of ten individuals, including consumer representatives from four generational cohorts (Generation Z, Generation Y, Generation X, and Baby Boomers) as well as financial experts. Research instruments included semi-structured interviews, and the data were analyzed using content analysis.

The findings revealed that younger consumers are generally more familiar with and adaptable to digital payment technologies such as e-Wallets, PromptPay, and mobile banking applications while older consumers tend to face several challenges. These include limited digital literacy, concerns about cybersecurity, and restricted access to reliable internet infrastructure. Nevertheless, consumers across all age groups recognized the benefits of electronic payments in terms of convenience and financial management. Two key factors influencing technology adoption were identified: perceived usefulness and perceived ease of use. Based on the findings, several policy recommendations are proposed. These include expanding and improving internet infrastructure, promoting digital literacy particularly among the elderly and low-income populations developing user-friendly and secure applications, and enhancing public awareness regarding cybersecurity threats. These measures are crucial to supporting a sustainable transition toward a cashless society.



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงอุปสรรคที่ส่งผลต่อการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผ่านกระบวนการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วยผู้บริโภคจากแต่ละช่วงวัย ได้แก่ Generation Z Generation Y Generation X และ Baby Boomer ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานมีความคุ้นเคยและสามารถปรับตัวต่อเทคโนโลยีการชำระเงินแบบดิจิทัล เช่น e-Wallet, PromptPay และแอปพลิเคชันธนาคารบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้อย่างรวดเร็ว ในทางตรงกันข้าม ผู้บริโภคในกลุ่มอายุสูงยังคงเผชิญกับข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัล ความไม่มั่นใจในความปลอดภัยของระบบ รวมถึงข้อจำกัดด้านการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคทุกกลุ่มอายุต่างรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในด้านความสะดวก ความรวดเร็ว และความสามารถในการจัดการทางการเงิน โดยมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้คุณค่าของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ข้อเสนอเชิงนโยบายจากผลการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ การขยายและยกระดับโครงข่ายอินเทอร์เน็ตให้มีความทั่วถึงและเสถียร การส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะดิจิทัล โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อย การออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันที่มีความเป็นมิตรกับผู้ใช้ (User-friendly) และมีระบบความปลอดภัยสูง ตลอดจนการส่งเสริมความรู้เท่าทันด้านภัยคุกคามทางไซเบอร์ในกลุ่มผู้บริโภค เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) อย่างยั่งยืนในระยะยาว

บทนำ

ในยุคของเศรษฐกิจดิจิทัล แนวคิด “สังคมลดการใช้เงินสด” (Less-Cash Society) ได้กลายเป็นหนึ่งในนโยบายและแนวทางสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและการดำเนินธุรกรรมทางการเงินของประชาชนอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เมืองหลวงที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีสูง การทำธุรกรรมซื้อขายสินค้าและบริการในปัจจุบันมีแนวโน้มลดการใช้เงินสดอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถใช้ช่องทางการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเครดิต/เดบิต การโอนเงินผ่านระบบออนไลน์ การชำระเงินด้วย QR Code ตลอดจนแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน เช่น PromptPay และกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ลดต้นทุนการทำธุรกรรม และยกระดับประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทางการเงินส่วนบุคคลได้อย่างมีนัยสำคัญ



ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ผ่านนโยบายและโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการ National e-Payment ที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 รวมถึงมาตรการช่วยเหลือประชาชนในช่วงวิกฤตการณ์โควิด-19 ผ่านแอปพลิเคชัน “เป๋าตัง” และการแจกเงินผ่านดิจิทัลวอลเล็ต ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนคุ้นเคยและเปิดรับระบบชำระเงินดิจิทัลในวงกว้างมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเปลี่ยนผ่านไปสู่ระบบชำระเงินดิจิทัลจะนำมาซึ่งประโยชน์หลายประการ แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดและความท้าทายที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ รวมถึงความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยอมรับและใช้งานระบบดังกล่าว โดยเฉพาะกลุ่มประชากรที่เปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ ผู้มีรายได้น้อย และผู้พิการ ซึ่งพบว่ามีคามยากลำบากในการเข้าถึงอุปกรณ์และขาดทักษะด้านดิจิทัล ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นใจและความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวในการทำธุรกรรมทางการเงินดิจิทัล จากการศึกษาของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน อาทิ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ รวมถึงการสำรวจของบริษัทกูเกิ้ล ประเทศไทย และบริษัท เดอะ นีลเส็น คอมปะนี (ประเทศไทย) (โต๊ะขาวไอที ดิจิทัล, 2564) พบว่า ปัญหาด้านความปลอดภัยไซเบอร์ การขาดทักษะดิจิทัล และความไม่ทั่วถึงในการเข้าถึงอุปกรณ์ดิจิทัลยังคงเป็นอุปสรรคหลักที่ต้องได้รับการแก้ไข นอกจากนี้ ยังพบช่องว่างด้านความรู้และความเข้าใจของประชาชนบางกลุ่มที่ส่งผลต่อความมั่นใจในการใช้งานระบบชำระเงินดิจิทัล อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในปัจจุบันยังขาดการศึกษาที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์พฤติกรรมและอุปสรรคในการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลในประชากรกลุ่มต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างละเอียด โดยเฉพาะในมิติของช่วงวัยและลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจที่หลากหลาย ซึ่งการศึกษาที่ครอบคลุมและเจาะลึกในประเด็นนี้จะช่วยให้สามารถระบุปัจจัยผลักดันและอุปสรรคที่แท้จริง พร้อมทั้งเสนอแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมไร้เงินสดอย่างมีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และเท่าเทียม

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ระบบชำระเงินดิจิทัล รวมถึงอุปสรรคและความท้าทายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้นการสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของประชากรในหลายช่วงวัย เพื่อสร้างความเข้าใจในเชิงลึกถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินดิจิทัล รวมถึงเสนอแนวทางที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการขยายตัวของระบบดังกล่าวอย่างทั่วถึงและยั่งยืนต่อไป

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดในการวิจัย

ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล (Digital Payment System)

ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล หมายถึง กลไกและโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์โดยไม่จำเป็นต้องใช้เงินสด โดยระบบดังกล่าวประกอบด้วยเทคโนโลยีและเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น บัตรเครดิตและบัตรเดบิต แอปพลิเคชันธนาคารบนแพลตฟอร์มดิจิทัล กระเป๋าเงิน



อีเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) รวมถึงการชำระเงินผ่าน QR Code ที่มีการพัฒนาให้ใช้งานได้อย่างแพร่หลายและสะดวกมากขึ้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2565) ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการยกระดับประสบการณ์การชำระเงินให้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยยิ่งขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีการเข้ารหัสและมาตรการความปลอดภัยขั้นสูงเพื่อลดความเสี่ยงในการถูกโจรกรรมข้อมูลหรือการทุจริตทางการเงิน นอกจากนี้ ระบบดังกล่าวยังช่วยลดต้นทุนและเวลาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเงินสดและกระบวนการชำระเงินแบบดั้งเดิม ภาครัฐและภาคเอกชนต่างมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการใช้ระบบการชำระเงินดิจิทัลเพื่อผลักดันให้เกิดสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ และสนับสนุนการพัฒนากระบวนการเงินที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ ระบบนี้ยังตอบโจทย์วิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความรวดเร็วในการทำธุรกรรมและความมั่นใจในความปลอดภัยของข้อมูลทางการเงิน

1. ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล พึ่งพาเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การทำธุรกรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว ปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือ เทคโนโลยีสำคัญที่ถูกนำมาใช้ประกอบด้วย
2. การเข้ารหัสข้อมูล (Encryption) เป็นเทคโนโลยีพื้นฐานที่ช่วยปกป้องข้อมูลทางการเงินของผู้ใช้ในระหว่างการส่งผ่านเครือข่าย ทำให้ข้อมูลไม่ถูกดัดแปลงหรือถูกขโมยโดยผู้ไม่หวังดี
3. การยืนยันตัวตนแบบหลายขั้นตอน (Multi-factor Authentication MFA) ระบบการยืนยันตัวตนที่ใช้มากกว่าหนึ่งวิธี เช่น รหัสผ่าน รหัส OTP (One-Time Password) หรือลายนิ้วมือ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในการเข้าสู่ระบบและการทำธุรกรรม
4. เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เป็นเทคโนโลยีฐานข้อมูลแบบกระจายที่เพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ช่วยลดความเสี่ยงในการทุจริตและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมการเงินแบบเรียลไทม์
5. ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence AI) และการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics) ใช้ในการตรวจจับพฤติกรรมที่ผิดปกติ หรือลักษณะการทุจริต (Fraud Detection) รวมถึงการปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้และการให้บริการทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ
6. ระบบ QR Code และ Near Field Communication (NFC) เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยให้การชำระเงินสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมผ่านการสแกน QR Code หรือแตะอุปกรณ์กับเครื่องรับชำระเงินได้ทันที
7. สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) และเงินดิจิทัลของธนาคารกลาง (Central Bank Digital Currency CBDC) เป็นรูปแบบใหม่ของเงินที่ถูกพัฒนาเพื่อรองรับระบบการชำระเงินในยุคดิจิทัล ช่วยให้การโอนเงินข้ามประเทศรวดเร็วและลดต้นทุน เทคโนโลยีเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลมีความน่าเชื่อถือและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งต้องการความรวดเร็ว ความปลอดภัย และความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ในอนาคต คาดว่าเทคโนโลยีและระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลจะมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) และสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) มาใช้ เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและลด



ความซับซ้อนในกระบวนการชำระเงิน รวมถึงขยายการเข้าถึงบริการทางการเงินสู่ประชากรกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model TAM)

เสนอโดยเดวิส (Davis, 1989) เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีของผู้บริโภค โดยมีตัวแปรหลัก 2 ตัว คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) TAM ได้รับการนำมาใช้ในการศึกษาหลายเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและเทคโนโลยี เช่น การใช้แอปพลิเคชันธนาคาร การใช้ e-Wallet และการชำระเงินออนไลน์ (ยงยุทธ ทองชัย, 2559) ทั้งสองปัจจัยนี้มีผลต่อทัศนคติ (Attitude Toward Use) และความตั้งใจใช้งาน (Behavioral Intention to Use) ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้จริง (Actual Use) ในที่สุด นอกจากนี้ ยงยุทธ ทองชัย (2559) ยังได้เสนอเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่นที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความเข้ากันได้ (Compatibility) ความสอดคล้องของเทคโนโลยีกับประสบการณ์ ค่านิยม หรือวิธีการทำงานเดิมของผู้ใช้งาน ความสะดวก (Convenience) ความสามารถของเทคโนโลยีในการตอบสนองความต้องการแบบเรียลไทม์ ใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งครอบคลุมทั้งความรู้ฝังลึก (Tacit) และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit) ความตั้งใจในการใช้งาน (Intention) ความตั้งใจของผู้บริโภคที่เกิดจากทั้งปัจจัยภายใน เช่น แรงจูงใจ ความสามารถในการเรียนรู้ และปัจจัยภายนอก เช่น การตลาด การให้ข้อมูลโดยผู้ให้บริการ TAM จึงเป็นกรอบแนวคิดที่สามารถประยุกต์ใช้กับการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในหลายบริบท ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การตลาด และระบบสารสนเทศ โดยเฉพาะในบริบทของระบบชำระเงินดิจิทัล ซึ่งการออกแบบเทคโนโลยีให้ตอบโจทย์ทั้งด้านประโยชน์และความง่ายในการใช้งานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการยอมรับของผู้ใช้งาน

แนวคิด AIOs (Activities Interests Opinions)

แนวคิด AIOs (Activities Interests Opinions) ถือเป็นกรอบแนวทางที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาวิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยและนักการตลาดสามารถวิเคราะห์และทำความเข้าใจในพฤติกรรม ความต้องการ รวมถึงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วงวัยได้อย่างลึกซึ้งและรอบด้าน โดยแนวคิดนี้แบ่งองค์ประกอบหลักออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

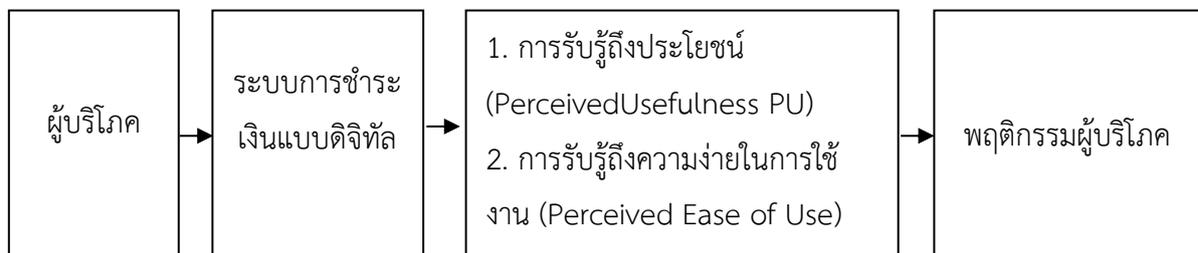
1. กิจกรรม (Activities) หมายถึง รูปแบบการกระทำหรือการปฏิบัติที่ผู้บริโภคดำเนินการในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเทคโนโลยี เช่น การใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ หรือการทำกิจกรรมช้อปปิ้งออนไลน์ ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน
2. ความสนใจ (Interests) คือ ขอบเขตของสิ่งที่คุณสมบัติที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและมีความสนใจเป็นพิเศษ เช่น ความใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยของการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ หรือความสนใจในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งช่วยชี้ให้เห็นถึงแรงจูงใจและความต้องการเฉพาะด้านของกลุ่มเป้าหมาย



3. ความคิดเห็น (Opinions) หมายถึง มุมมอง ความเชื่อ หรือทัศนคติที่ผู้บริโภคมีต่อประเด็นต่าง ๆ เช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ การบริหารจัดการของภาครัฐ หรือระบบการให้บริการต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนถึงการรับรู้และทัศนคติที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการยอมรับและการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การประยุกต์ใช้แนวคิด AIOs มักถูกนำมาใช้ร่วมกับกรอบทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model TAM) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในบริบทของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างละเอียดและมีความเป็นองค์รวมมากยิ่งขึ้น การผสมผสานทั้งสองกรอบแนวคิดนี้ช่วยให้สามารถวิเคราะห์และตีความพฤติกรรมเชิงลึกได้อย่างครบถ้วน ส่งผลให้การวางกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการออกแบบบริการ สามารถตอบสนองความต้องการและแรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงจุดมากขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคในการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเร่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภค
3. ศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภคในอนาคต

สมมติฐานในการวิจัย

1. การรับรู้คุณค่าของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภค
2. ความง่ายในการใช้งานของแพลตฟอร์มดิจิทัล (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล
3. ผู้บริโภคแต่ละเจเนอเรชันมีพฤติกรรมการใช้และมุมมองต่อระบบการชำระเงินดิจิทัลแตกต่างกัน



4. อุปสรรคด้านความปลอดภัยไซเบอร์ ทักษะดิจิทัล และโครงข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่ขัดขวางการยอมรับการชำระเงินแบบดิจิทัล

5. ความเชื่อมั่นในมาตรการความปลอดภัยจากภาครัฐและผู้ให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แพลตฟอร์มการชำระเงินดิจิทัล

ระเบียบวิธีในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการศึกษา โดยเน้นการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ตรง เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรม ความคิด ทักษะ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภคในช่วงวัยต่าง ๆ รายละเอียดของระเบียบวิธีการวิจัยมีดังนี้

ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในบริบทของผู้ให้ข้อมูลอย่างแท้จริง

ประชากรในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีประสบการณ์ในการใช้ระบบชำระเงินแบบดิจิทัล ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในด้านการเงินหรือเทคโนโลยี

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวนทั้งสิ้น 10 คน โดยแบ่งเป็นผู้บริโภคในช่วงวัยต่าง ๆ จำนวน 8 คน ได้แก่

1. วัยรุ่นตอนปลาย (Gen Z อายุ 18–24 ปี) จำนวน 2 คน
2. วัยทำงานตอนต้น (Gen Y อายุ 25–35 ปี) จำนวน 2 คน
3. วัยทำงานตอนกลาง (Gen X อายุ 36–45 ปี) จำนวน 2 คน
4. วัยใกล้เกษียณ (Gen BB อายุ 46–60 ปี) จำนวน 2 คน
5. ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินหรือเทคโนโลยี จำนวน 2 คน

รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 10 คน



เทคนิคการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่มีประสบการณ์ตรงในการใช้ระบบชำระเงินแบบดิจิทัล และสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย ทั้งนี้ การคัดเลือกพิจารณาจากคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย

1. แบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม
2. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Guide)
3. แบบฟอร์มข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล
4. เครื่องบันทึกเสียง
5. แบบบันทึกภาคสนาม

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการออกแบบแนวคำถามสัมภาษณ์ และเตรียมเครื่องมือในการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ จากนั้นจึงดำเนินการติดต่อผู้ให้ข้อมูลและนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์รายบุคคล โดยการสัมภาษณ์แต่ละครั้งใช้เวลาโดยประมาณ 45–60 นาที ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกเสียง และจดบันทึกประกอบระหว่างการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ ได้มีการสังเกตพฤติกรรมและบริบทแวดล้อมของผู้ให้ข้อมูลประกอบการเก็บข้อมูลอีกด้วย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคล ซึ่งอาจเป็นการพบแบบตัวต่อตัว หรือผ่านช่องทางออนไลน์ตามความสะดวกของผู้ให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้แนวคำถามที่มีความยืดหยุ่นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดและประสบการณ์ได้อย่างเต็มที่ และจดบันทึกข้อมูลประกอบการบันทึกเสียงอย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการถอดความ (Transcription) จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Thematic Analysis) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. อ่านข้อมูลทั้งหมดซ้ำหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจโดยรวม



2. คัดเลือกข้อความสำคัญและกำหนดรหัสข้อมูล (Coding)
3. จัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นหรือธีม (Themes) ที่เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์
4. เปรียบเทียบพฤติกรรมและปัญหาของผู้ให้ข้อมูลแต่ละคนและแต่ละช่วงวัย
5. เชื่อมโยงข้อมูลที่ได้กับกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่
 - 1) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model TAM)
 - 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness)
 - 3) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)
 - 4) แนวคิด AIOs (Activities Interests Opinions) ซึ่งช่วยให้เข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิต ความสนใจ และความคิดเห็นของผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัย

เมื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์และจัดเรียงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้งสามข้ออย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคในการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล

จากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยมีรูปแบบการใช้งานที่แตกต่างกันตามลักษณะชีวิต ความสะดวก และความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี โดยสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปลักษณะการใช้งานระบบชำระเงินดิจิทัลในแต่ละช่วงวัย

ช่วงวัย (Generation)	ลักษณะการใช้งานหลัก	ความถี่ในการใช้งาน	ความมั่นใจ/ทัศนคติ	ปัญหาที่พบ
Gen Z (18–24 ปี)	ใช้ e-Wallet QR Code Mobile Banking	สูงมาก (ทุกวัน)	เชื่อมั่นเทคโนโลยี เปิดรับสิ่งใหม่	ความกังวลเรื่องข้อมูลรั่วไหล
Gen Y (25–35 ปี)	Mobile Banking, PromptPay แอปธนาคาร	สูง (ทุกวัน)	เห็นประโยชน์ ชอบ ความรวดเร็ว	ระบบล่มในบางช่วงเวลา
Gen X (36–45 ปี)	ใช้ Mobile Banking เป็นหลัก	ปานกลาง	เริ่มคุ้นเคย แต่ยังไม่เชื่อมั่นเต็มที่	ความซับซ้อนของแอป
Gen BB (46–60 ปี)	ยังใช้เงินสดควบคู่กับระบบดิจิทัล	ต่ำ-ปานกลาง	ระมัดระวัง ไม่มั่นใจระบบ	ความไม่เข้าใจวิธีใช้ / ความไม่เชื่อถือ



จากตารางที่ 1 พบว่าสภาพปัญหาและอุปสรรคของผู้บริโภคในการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล ได้แก่ 1) ความไม่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ 2) ความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูล โดยเฉพาะกลโกงผ่านลิงก์ปลอม หรือแอปปลอมที่เลียนแบบแอปธนาคาร 3) ความไม่เสถียรของระบบและอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บางกลุ่มประสบปัญหาแอปล่ม อินเทอร์เน็ตล่าช้า หรือแอปอัปเดตขณะใช้งาน ทำให้ไม่สามารถชำระเงินได้ทันที 4) พฤติกรรมการใช้จ่ายเกินตัว จากระบบดิจิทัลที่ชำระเงินได้รวดเร็วและไม่ต้องเห็นเงินสดจริง ทำให้บางรายใช้จ่ายโดยขาดการควบคุม 5) ข้อจำกัดของร้านค้าและบริการ ร้านค้าขนาดเล็กบางแห่งที่ไม่รับชำระเงินแบบดิจิทัล ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องพกเงินสดอยู่เสมอ และ 6) ข้อจำกัดด้านอุปกรณ์และโครงสร้างพื้นฐาน กลุ่มผู้มีรายได้น้อยบางรายไม่มีสมาร์ตโฟนและโทรศัพท์เครื่องเก่าที่ไม่สามารถติดตั้งแอปได้ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงบริการได้

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ระบบชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิด TAM (Technology Acceptance Model) พบว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ทุกช่วงวัยเห็นประโยชน์ในแง่ความสะดวก รวดเร็ว ลดการใช้นเงินสด
2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ช่วงวัยที่อายุน้อยมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีจึงยอมรับได้ง่ายกว่า
3. ความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัย ผู้สูงวัยมีข้อกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวมากกว่ากลุ่มอื่น

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง TAM

ช่วงวัย	Perceived Usefulness	Perceived Ease of Use	ความเชื่อมั่นในความปลอดภัย	ระดับการยอมรับ
Gen Z	สูง	สูง	ปานกลาง	สูง
Gen Y	สูง	สูง	สูง	สูง
Gen X	ปานกลาง-สูง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
Gen BB	ปานกลาง	ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ-ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยที่ส่งผลเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล มีดังต่อไปนี้ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลช่วยประหยัดเวลา ลดความยุ่งยากในการเตรียมเงินสด และมีโปรโมชั่นจูงใจ เช่น การคืนเงิน (cashback) หรือส่วนลดพิเศษ 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความง่ายใน



การใช้งานของแอป เช่น PromptPay หรือแอปธนาคารบนมือถือ ซึ่งมีเมนูเป็นภาษาไทยและขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ช่วยให้ผู้ใช้งานเรียนรู้และปรับตัวได้เร็ว 3) แรงผลักดันจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ประชาชนหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสด และเริ่มใช้ช่องทางดิจิทัลแทน โดยเฉพาะในช่วงที่รัฐบาลมีมาตรการสนับสนุนเงินช่วยเหลือโดยการโอนเงินผ่านกระเป๋าเงินดิจิทัล 4) ความสะดวกจากแอปและการเชื่อมโยงระบบบัญชีธนาคารกับเบอร์มือถือ ทำให้การใช้งานเป็นไปอย่างราบรื่น และใช้จ่ายได้ทันทีแม้ไม่มีเงินสด 5) การส่งเสริมจากภาครัฐ นโยบายแจกเงินผ่านแอปพลิเคชัน เช่น โครงการ “เป่าตัง” และการให้สิทธิส่วนลดแก่ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ทำให้ประชาชนต้องหันมาใช้งานระบบดิจิทัล 6) อิทธิพลจากคนใกล้ชิด หลายคนยอมทดลองใช้เพราะได้รับการแนะนำจากลูกหลาน เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุ 7) พฤติกรรมที่เปลี่ยนตามไลฟ์สไตล์ (AIOs) ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่คุ้นเคยกับการใช้โทรศัพท์มือถือในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ซื้อของออนไลน์ สั่งอาหาร เล่นเกม และติดตามสื่อโซเชียล ทำให้การใช้ระบบชำระเงินแบบดิจิทัลกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต

เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ระบบชำระเงินดิจิทัลในอนาคตตามบริบทของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแนวคิด AIOs (Activities, Interests, Opinions) พบว่า

1. กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น (Gen Z และ Gen Y) มีแนวโน้มใช้งานมากขึ้น และเปิดรับฟีเจอร์ใหม่
2. กลุ่มวัยกลางคนและวัยใกล้เกษียณมีแนวโน้มใช้งานเพิ่มขึ้น หากมีการปรับปรุงด้านความเข้าใจและความปลอดภัย
3. ความคิดเห็นโดยรวมระบุว่าในอนาคต การใช้ระบบชำระเงินแบบดิจิทัลจะกลายเป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในเขตเมือง

ตารางที่ 3 แนวโน้มการใช้งานในอนาคตของผู้บริโภคแต่ละช่วงวัย

ช่วงวัย	กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)	แนวโน้มการใช้งานในอนาคต
Gen Z	ใช้จ่ายรายวัน สั่งอาหาร ช้อปปิ้งออนไลน์	สนใจเทคโนโลยีใหม่	คาดว่าระบบดิจิทัลจะแทนเงินสด	สูงมาก
Gen Y	ทำธุรกรรม ลงทุน ใช้จ่ายผ่านแอป	ต้องการความสะดวกและรวดเร็ว	ใช้งานต่อเนื่องหากระบบปลอดภัย	สูง
Gen X	โอนเงิน จ่ายบิล	สนใจแต่ยังมีความลังเล	หากมั่นใจในระบบมากขึ้นจะใช้เพิ่ม	ปานกลาง-สูง
Gen BB	ชำระค่าสินค้าในร้านสะดวกซื้อ	สนใจน้อย ใช้งานเฉพาะที่จำเป็น	ยังคงต้องการเงินสดควบคู่	ต่ำ-ปานกลาง



จากตารางที่ 3 พบว่า แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภคในอนาคต คือ

- 1) การใช้ดิจิทัลเพิ่มขึ้นในทุกช่วงวัย ผู้บริโภคส่วนใหญ่แสดงท่าทีว่า “จะใช้ระบบดิจิทัลมากขึ้น” หากมีความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัย และสามารถใช้งานได้สะดวก
- 2) ผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้น หากได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสม ผู้สูงอายุหลายคนเปิดใจรับการเปลี่ยนแปลง หากมีระบบช่วยเหลือหรือผู้ให้คำแนะนำ เช่น การมีเจ้าหน้าที่ธนาคารคอยให้คำปรึกษา หรือศูนย์ฝึกทักษะ
- 3) พฤติกรรมจะผสมผสานระหว่างเงินสดและดิจิทัลในระยะเปลี่ยนผ่าน แม้หลายคนใช้งานระบบดิจิทัลอยู่แล้ว แต่ยังคงพกเงินสดไว้สำหรับกรณีฉุกเฉินหรือร้านค้าที่ไม่รับ QR code
- 4) การชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless) จะเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ซึ่งคุ้นเคยกับเทคโนโลยี และต้องการลดเวลาทำธุรกรรม เช่น การแตะบัตรหรือสแกนโทรศัพท์เพื่อใช้จ่าย
- 5) ระบบสะสมแต้ม หรือสิทธิประโยชน์แบบดิจิทัลจะได้รับความนิยม หลายคนระบุว่าเลือกใช้ออปที่ให้โปรโมชั่น หรือระบบสะสมแต้มเพื่อแลกของรางวัล
- 6) ความคาดหวังด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวสูงขึ้น ในอนาคตผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชัน สินค้าและบริการตามระดับความปลอดภัยที่รับรู้ เช่น การยืนยันตัวตนแบบหลายขั้นตอน ด้วย OTP ร่วมกับสแกนใบหน้า
- 7) ระบบจะพัฒนาไปสู่การเชื่อมโยงบริการแบบครบวงจร ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่าอนาคตของระบบการชำระเงินดิจิทัลจะมุ่งสู่การรวมการเงิน การซื้อขาย และบริการต่าง ๆ ในแอปเดียว

อภิปรายผล

พฤติกรรมการใช้และอุปสรรคในการชำระเงินดิจิทัล

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ ทุกช่วงวัยเริ่มนำระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Gen Z และ Gen Y) สามารถปรับตัวเข้ากับเครื่องมือการเงินสมัยใหม่ได้อย่างรวดเร็ว พวกเขาคุ้นเคยกับการใช้ e-Wallet ต่าง ๆ เช่น TrueMoney Wallet ShopeePay การโอนเงินผ่าน PromptPay และการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking เป็นประจำในชีวิตประจำวัน ได้แก่ การซื้อสินค้าออนไลน์ ชำระค่าอาหาร/เครื่องดื่ม ค่าสาธารณูปโภค หรือเติมเงินบริการต่าง ๆ กลุ่มวัยทำงานตอนต้นและตอนกลาง ช่วงอายุประมาณ 25-45 ปี ใช้ช่องทางดิจิทัลในการชำระเงินคิดเป็นสัดส่วนมากกว่า 80% ของกิจกรรมทางการเงินทั้งหมดในแต่ละวัน ในขณะที่กลุ่มคนที่อายุ 46 ปีขึ้นไป มีการใช้งานระบบดิจิทัลน้อยกว่ากลุ่มอื่น โดยยังคงใช้เงินสดในการใช้จ่ายอยู่ราว 50-60% ของการใช้จ่ายประจำวัน สาเหตุเนื่องจากผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งยังคุ้นชินกับการใช้เงินสดในบางสถานการณ์ เช่น การซื้อของในตลาดสดที่สามารถต่อรองราคาหรือขอคำแนะนำจากผู้ขายโดยตรง นอกจากนี้ผู้สูงอายุบางคนยังรู้สึกไม่มั่นใจในการทำธุรกรรมผ่านมือถือเอง อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุในเขตเมืองหลายคนก็เริ่มใช้บริการ พร้อมเพย์ และ แอปพลิเคชันธนาคาร ในการโอนเงินหรือจ่ายบิลต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อร้านค้ารายย่อยจำนวนมากเริ่มมี QR code ให้สแกนจ่ายเงิน ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานก็มีผลต่อพฤติกรรม เช่น บางพื้นที่หรือบางช่วงเวลาที่สัญญาณอินเทอร์เน็ตติดขัด หรือระบบแอปพลิเคชันธนาคารล่ม ย่อมเป็นอุปสรรคต่อการใช้งานสำหรับทุกช่วงวัย สำหรับ อุปสรรคในการใช้ระบบชำระเงินดิจิทัล



ที่พบจากการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ใช้งานสูงวัยเผชิญปัญหาหนักที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ทักษะด้านดิจิทัลที่จำกัด เช่น ใช้งานสมาร์ทโฟนและแอปพลิเคชันได้ไม่คล่อง ความกังวลด้านความปลอดภัย ของข้อมูลและเงินในบัญชี กลัวถูกหลอกหลวงหรือแฮ็ก รวมถึง ความไม่สะดวกด้านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น อินเทอร์เน็ตไม่เสถียร หรือค่าอินเทอร์เน็ตมีราคาสูง ขณะที่ผู้ช่วยหนุ่มสาวเองก็ประสบปัญหาบางประการ เช่น ยังต้องพกเงินสดเพื่อไว้ใช้จ่ายกับร้านค้าที่ไม่รับช่องทางดิจิทัล และบางครั้งรู้สึกว่าการใช้เงินผ่านมือถือทำให้ใช้จ่ายคล่องมือจนเกือบเกินงบประมาณที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่ม ยอมรับถึงประโยชน์ ของการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยระบุว่าช่วยให้ชีวิตสะดวกขึ้น ไม่ต้องพกเงินสดมาก ลดเวลาในการดำเนินการ และสามารถตรวจสอบรายจ่ายย้อนหลังได้ง่าย ส่งผลดีต่อการบริหารจัดการการเงินส่วนบุคคล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ปัจจัยสำคัญที่สุดที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคยอมรับและเลือกใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล คือ การรับรู้ถึงประโยชน์และคุณค่าของระบบดังกล่าว ควบคู่กับความง่ายในการใช้งาน ผู้ให้ข้อมูลทุกช่วงวัยต่างกล่าวสอดคล้องกันว่า เหตุผลหลักที่คนเริ่มใช้และเพิ่มการใช้ช่องทางดิจิทัลคือเห็นว่ามัน “คุ้มค่า” และ “สะดวก” กว่า การใช้เงินสด ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันจ่ายเงินมักมีโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษให้ผู้ใช้ เช่น Cashback หรือแต้มสะสม รวมไปถึงการโอน/จ่ายเงินผ่านมือถือช่วยประหยัดเวลาที่ต้องเดินทางไปธนาคารหรือกดตู้ ATM อีกทั้งยังลดค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมเมื่อเทียบกับวิธีดั้งเดิม ปัจจัยด้านความสะดวกและประหยัดเวลานี้เอง ทำให้หลายคนรู้สึกว่าการชำระเงินดิจิทัล มีประโยชน์ชัดเจนต่อชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ประสิทธิภาพการใช้งานที่ง่าย เช่น เมนูของแอปพลิเคชันที่เข้าใจง่าย มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน และบริการช่วยเหลือลูกค้าที่รวดเร็ว ก็เป็นแรงสนับสนุนสำคัญให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในวงกว้าง ผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยพื้นฐานทั้งสอง คือ ประโยชน์และความง่ายนั้น สอดคล้องกับกรอบแนวคิด TAM และได้รับการยืนยันในบริบทการใช้จ่ายผ่าน e-Wallet ของผู้บริโภคไทยจากหลายงานวิจัยก่อนหน้า (ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย, 2559 จูติมา ชูเชิด และคณะ, 2562 สุวนันท์ สิทธิธรรม และกมลพรรณ แสงมหาชัย, 2564)

นอกจากสองปัจจัยหลักข้างต้นแล้ว ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบ ก็ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเช่นกัน ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าหากระบบชำระเงินมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีการยืนยันตัวตนที่รัดกุม มีระบบการตรวจสอบและแจ้งเตือนความผิดปกติ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและทำให้มั่นใจในการใช้งานบ่อยขึ้น ในทางกลับกัน หากพบข่าวผู้ประสบเหตุไม่ดี เช่น เงินหายในบัญชีจากการถูกแฮ็กหรือถูกหลอกให้โอนเงิน ก็จะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความระแวงและลดการใช้จ่ายผ่านช่องทางดิจิทัลลง ดังนั้น ความไว้วางใจในระบบ (trust) และการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่ต่ำ จึงเป็นอีกปัจจัยที่เอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีการเงินใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องการรับบริการ e-Wallet ที่พบว่าความเชื่อมั่นและการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อทัศนคติและความตั้งใจใช้ของผู้บริโภค



พฤติกรรมการใช้จ่ายในอนาคต

แนวโน้มการใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลของผู้บริโภคในอนาคตมีทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่แสดงเจตนาอย่างชัดเจนว่าจะใช้ช่องทางดิจิทัลในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น เนื่องจากเล็งเห็นข้อดีในด้านความรวดเร็วและตอบสนองวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวกทุกที่ทุกเวลา หลายคนกล่าวว่า การซื้อสินค้าหรือบริการในปัจจุบัน “ง่ายเพียงปลายนิ้ว” ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรือเวลาใดก็สามารถสั่งซื้อและชำระเงินได้ทันทีผ่านสมาร์ทโฟน ซึ่งช่วยประหยัดเวลาและเปิดโอกาสให้เทียบราคาสินค้าจากหลายร้านค้าได้ก่อนตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ การพัฒนาแพลตฟอร์ม e-Commerce และ on-demand service ที่มีการชำระเงินออนไลน์ในตัว เช่น แอปส่งอาหารหรือแอปเรียกรถ ก็ยิ่งทำให้ผู้บริโภคคุ้นเคยกับการไม่ใช้เงินสดมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความสะดวกสบาย ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้ใช้งานทุกวัย “ยังไม่วางใจ” ในอนาคตอันใกล้ ผู้บริโภคคาดหวังให้มีการยกระดับมาตรการความปลอดภัยไซเบอร์และระบบรับรองความถูกต้องของการทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่อง หากสามารถแก้ไขจุดอ่อนเรื่องความปลอดภัยได้ ความตั้งใจที่จะใช้ระบบชำระเงินดิจิทัลของประชาชนก็จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของงานวิจัยที่ว่าแม้มนุษย์เงินเดือนยุคใหม่จะปรับตัวใช้จ่ายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ แต่ก็ยังต้องการแรงสนับสนุนจากภาครัฐและสถาบันการเงินในการจัดการกับข้อกังวลด้านความปลอดภัย (มนต์ทนา คงแก้ว, 2564)

ผลการวิจัยครั้งนี้ช่วยยืนยันแนวคิดตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคปรับตัวมาสู่การใช้ระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้จากข้อมูลที่ผู้ให้ข้อมูลเน้นย้ำถึงความสะดวกและความคุ้มค่าของการจ่ายเงินผ่านมือถือเป็นหลัก ปัจจัยทั้งสองนี้ได้รับการกล่าวถึงในหลายงานศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับ FinTech และ e-Wallet ของไทย ก่อนหน้านี้เช่นกัน (ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย, 2559 จุฑิตมา ชูเชิด และคณะ, 2562 สุวนันท์ สิทธิธรรม และกมลพรรณ แสงมหาชัย, 2564)

นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี ก็เป็นองค์ประกอบที่สอดคล้องกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดย ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2559) และคณะผู้วิจัยอื่นๆ ต่างพบว่าหากผู้ใช้ไว้วางใจว่าระบบมีความปลอดภัยและความเสี่ยงต่ำ ก็จะเกิดทัศนคติเชิงบวกและยินดีใช้งานมากขึ้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้บริโภคที่ทดลองใช้พร้อมเพย์หรือแอปการเงินใหม่ ๆ แล้วได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น โอนเงินได้รวดเร็วไม่มีปัญหา การได้รับส่วนลดตามโปรโมชั่น คุ้มค่า จะเกิดความไว้วางใจและแนะนำผู้อื่นต่อ ซึ่งต่อยกย่องบทบาทของปัจจัยด้านประโยชน์ ความง่ายและความน่าเชื่อถือ คือแรงผลักดันพฤติกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่

แม้ประเทศไทยจะมุ่งสู่สังคมไร้เงินสด แต่ยังคงมีความท้าทายหลายด้าน โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อยที่ยังขาดทักษะดิจิทัลและการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เกิดช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ที่รัฐบาลพยายามแก้ไขผ่านโครงการเน็ตประชารัฐและการอบรมทักษะ แต่ยังคงใช้เวลา การศึกษาพบว่า ผู้สูงวัยบางคนยังต้องพึ่งลูกหลานทำธุรกรรมออนไลน์ และผู้ค้ารายย่อยบางรายลังเลลงทุนระบบชำระเงินดิจิทัลเพราะกังวลความยุ่งยาก กลไกสนับสนุน เช่น การขยายเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การพัฒนาแอปที่ใช้งานง่าย และการสร้าง



ความมั่นใจด้านความปลอดภัยจึงมีความสำคัญ ปัญหาใหญ่ที่ต้องการความร่วมมือ คือ อาชญากรรมไซเบอร์ และ ความไม่ระมัดระวังของผู้ใช้ การให้ความรู้ด้านดิจิทัลโดยเฉพาะกับผู้สูงอายุ รวมถึงการออกแบบเทคโนโลยีที่เป็น มิตรและสื่อสารประโยชน์ของนวัตกรรม จะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการใช้งาน แม้มีข้อกังวลเรื่องพฤติกรรมบริโภค เกินตัวจากบริการผ่อนชำระ แต่หลายคนเห็นว่าระบบการเงินดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มความสะดวก อย่างไรก็ตาม ยังมีผลกระทบทางสังคม เช่น การลดลงของการบริจาค/ให้ทิป และปัญหาการไม่รับสินค้าหลังส่ง แบบเก็บเงินปลายทางใน e-Commerce สะท้อนว่าการใช้เทคโนโลยีต้องควบคู่กับจริยธรรมและความ รับผิดชอบ เพื่อให้สังคมได้ประโยชน์สูงสุดจากระบบดิจิทัล

สรุป

การเปลี่ยนแปลงสู่สังคมการชำระเงินแบบดิจิทัลในเขตกรุงเทพมหานครกำลังเกิดขึ้นอย่างชัดเจนและ ต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประชากรวัยหนุ่มสาว ซึ่งสามารถปรับตัวและนำเทคโนโลยีทางการเงิน สมัยใหม่มาใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างแพร่หลายและคล่องตัว อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้บริโภครายสูงวัยยังคงเผชิญกับ อุปสรรคบางประการ อาทิ ข้อจำกัดด้านทักษะการใช้งานเทคโนโลยี และความไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัย ของระบบดิจิทัล

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล ได้แก่ การรับรู้ ถึงประโยชน์ของระบบ อาทิ ความสะดวก รวดเร็ว และความคุ้มค่าในการใช้งาน ตลอดจนความง่ายในการเข้าถึง และการใช้งานระบบ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สอดคล้องกับหลักการของโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model TAM) ที่ชี้ให้เห็นว่า “การรับรู้ถึงประโยชน์” และ “ความง่ายในการใช้งาน” เป็นองค์ประกอบหลักในการผลักดันให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีในวงกว้าง ทั้งนี้ ความกังวลด้านความปลอดภัย ทางไซเบอร์ยังคงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการพัฒนาและแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ ผู้ใช้บริการในทุกช่วงวัย อนาคตของการชำระเงินแบบดิจิทัลจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของระบบในการ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในด้านความสะดวก ความปลอดภัย และความเสมอภาคในการเข้าถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบแอปพลิเคชันและระบบบริการให้มีความเป็นมิตรต่อผู้ใช้งานทุกกลุ่ม เพื่อให้การ เปลี่ยนผ่านสู่สังคมไร้เงินสดเกิดขึ้นอย่างยั่งยืน ครอบคลุม และไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ภาครัฐ ควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้ครอบคลุมทั่วประเทศ พร้อมส่งเสริมการเข้าถึงของกลุ่ม เปราะบาง และจัดอบรมให้ความรู้ด้านการเงินดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกำหนดมาตรการป้องกันภัยไซเบอร์ และจัดตั้งหน่วยช่วยเหลือผู้ใช้งานเมื่อเกิดปัญหา



2. ผู้ให้บริการทางการเงินและเทคโนโลยี ควรออกแบบระบบให้ใช้งานง่าย ปลอดภัย และเหมาะกับคนทุกวัย พร้อมพัฒนาการบริการลูกค้าและระบบตรวจจับความผิดปกติอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น โปรมอชั่น หรือแอดัมสะสม เพื่อจูงใจให้ประชาชนหันมาใช้บริการมากขึ้น

3. ผู้ใช้บริการ ควรเรียนรู้และพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลและความปลอดภัยไซเบอร์ เช่น การตั้งรหัสผ่าน การป้องกันกลโกง และการใช้จ่ายอย่างมีวินัย เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานระบบการเงินดิจิทัล

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

1. การเข้าถึงที่แท้จริงต้องควบคู่กับการเสริมสร้างทักษะ เพียงแค่มีโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ การให้ความรู้และสร้างความมั่นใจในการใช้จึงเป็นกุญแจสำคัญ

2. เทคโนโลยีที่ไม่ครอบคลุมคืออุปสรรค การออกแบบที่ละเลยผู้สูงอายุหรือผู้พิการจะกลายเป็นปัจจัยกีดกันทางดิจิทัล

3. แรงจูงใจทางเศรษฐกิจมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สิ่งจูงใจเชิงพาณิชย์สามารถเร่งให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ใช้ไปสู่ระบบดิจิทัลได้อย่างเห็นผล

4. ความปลอดภัยไม่ใช่เพียงเรื่องเทคนิค แต่เป็นเรื่องของวินัยและความรู้ของผู้ใช้ ความปลอดภัยของผู้ใช้อยู่ที่การเรียนรู้และปรับตัว ไม่ใช่แค่ระบบของผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังพื้นที่ต่างจังหวัด เพื่อเปรียบเทียบกับพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตเมือง
2. ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มคนพิการ หรือผู้มีข้อจำกัดด้านการใช้งานเทคโนโลยี
3. การศึกษาครั้งถัดไปอาจใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและเชิงปริมาณประกอบกัน

เอกสารอ้างอิง

- โตะข่าวไอที ดิจิทัล . (2564). *ภัยไซเบอร์-ฉ้อโกงออนไลน์ ปัญหาระดับท็อป ‘ชาวเน็ตไทย’*. กรุงเทพฯ: กิจ.
- ฐิติมา ชูเชิด และคณะ (2562). *บริการทางการเงินดิจิทัลและนัยต่อการดำเนินนโยบายการเงินของไทย*.
- ณัฐวุฒิ สินสอนวรภัทร. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมหุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยีวิทยาลัยนวัตกรรม , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพียงขวัญ ศรีอาวุธ. (2564). *พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสด*.



- ไทยรัฐออนไลน์. (2567). ปรับเงื่อนไข “ดิจิทัลวอลเล็ต” เปลี่ยนแจกเงินสด กลุ่มเปราะบางฯ.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2567). “ประเสริฐ” ยัน แอปฯ ดิจิทัลวอลเล็ต เสริมทัพใช้ แจกเงินหมื่นเฟส 3.
- ชยาภรณ์ กิตติพิชัย. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet). ปรินญาพันธบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2565). พร้อมเพย์ฮอต ยอดโอนพุ่ง 1.13 แสนล้านบาท.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2567). เฟส 2 เฟส 3 แจกเงินดิจิทัล 10,000 ชดแล้วรัฐบาลโอนเงินวันไหน.
- มนต์ทนา คงแก้ว. (2564). การศึกษาผลกระทบและการปรับตัวเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของมนุษย์เงินเดือน. รั้งสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 7(2), 15–38.
- ยงยุทธ ทองชัย. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี: กรณีศึกษา การจองคิวร้านอาหารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งเกียรติ รัตนบานชื่น. (2564). ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลกับความพร้อมของครัวเรือนไทยผ่านการศึกษา “Digital literacy”. aBRIDGE4.
- เรวัต แสงสุริยงค์. (2561). ความพยายามลดช่องว่างด้านดิจิทัลในสังคมไทย. *Veridian E-Journal*, 11(3), 1061.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2568). รายงานสภาวะสังคมไทย ไตรมาสหนึ่ง ปี 2568.
- สุนันท์ สิทธิธรรม และ กมลพรรณ แสงมหาชัย (2564). อิทธิพลในการยอมรับการใช้ระบบอี-วอลเล็ตที่มีต่อพฤติกรรมกรรมการธุรกรรมทางการเงิน. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 6(1), 138–154.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340.