

พฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเอเรชั่นวาย
ในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
Consumer Behavior Towards Payment via QR Payment System of Generation X and
Generation Y in Chiang Mai Province During the Situation of Coronavirus
Disease 2019 Pandemic

ชญัญญา นุช อิน้อมธรรม* และพิชญลักษณ์ พิชญกุล**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 2019 ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจากผู้ที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ โดยสุ่มจากเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ จำนวน 200 คน และเจนเอเรชั่นวาย จำนวน 200 คน ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกผู้ที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติ ไค -สแควร์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า เจนเอเรชั่นเอ็กซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,000 - 25,000 บาท/เดือน ส่วนเจนเอเรชั่นวาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,000 - 25,000 บาท/เดือน และผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ประกอบด้วย พฤติกรรมก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์เป็นบางครั้ง ส่วนเจนเอเรชั่นวายชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์เป็นประจำ ความถี่การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ มีความถี่ในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง ส่วนเจนเอเรชั่นวาย คือ ทุกวัน ประเภทสินค้าหรือบริการที่ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด โดยผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์จะชำระค่าของใช้ส่วนตัวในชีวิตประจำวันบ่อยที่สุด ส่วนเจนเอเรชั่นวายจะชำระค่าอาหารและเครื่องดื่มบ่อยที่สุด

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The purpose of this study is to study and compare consumer behavior in making payments via the QR system of Generation X and Generation Y in Chiang Mai during the epidemic situation of the coronavirus disease 2019. Using the concept of consumer behavior 2019, the researchers used a convenient sampling of people who had used QR payment services. at random from Generation X of 200 people, and Generation Y of 200 people in Chiang Mai by selecting those who have used payment services through the QR system The instrument used in the study was a questionnaire. The statistics used in this data analysis were frequency, percentage, and average are used to analyze the data and test the hypothesis by the Chi-Square method.

The results found that most of the responders in generation X. Most of the respondents were female, married/lived together, had bachelor's degrees, work for a private company, and have a salary between 15,000 and 25,000 THB. Generation Y was female, single, had bachelor's degrees, worked for a private company, and had a salary between 15,000 and 25,000 THB. The compared generation X and Generation Y in Chiang Mai during the epidemic situation of Corona 2019 found that Generation X consumer behavior in payment via QR system and Generation Y in Chiang Mai during the epidemic situation of coronavirus disease 2019 differed statistically significantly 0.05 consisted of behavior before the epidemic situation. Generation X sometimes pays via the QR system, generation Y regular pays via the QR system. QR payment frequency during the coronavirus disease 2019 by Generation X frequency of used payment via the QR system is 2-3 times a week, generation Y used every day. The type of product or service that you pay through the QR system that uses the service most often. Generation X pay for their daily personal items most often, generation Y pays for food and beverages most often.

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีทางการเงินการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธุรกรรมทางการเงินที่เปลี่ยนเป็นแบบไร้เงินสด กล่าวได้ว่าเป็นการก้าวสู่สังคมไร้เงินสด อันเกิดผลดีต่อวงการธุรกิจหลายประการ เช่น การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของร้านค้าต่างๆ และการโอนเงินระหว่างกันผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผู้ประกอบการมองว่าเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเพราะลูกค้าสามารถซื้อสินค้าได้สะดวก อีกทั้งร้านค้ายังสามารถเพิ่มยอดขายและเป็นการปรับปรุงด้านการซื้อสินค้าและบริการให้กับธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ในช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดแนวปฏิบัติเพื่อป้องกันการการแพร่ระบาดของโรค รวมไปถึงการหลีกเลี่ยงการใช้เงินสดเพื่อลดการสัมผัสจากบุคคลอื่น ทำให้ประชาชนปรับตัวและเรียนรู้เทคโนโลยีทางการเงินมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การซื้อสินค้าและชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ จากการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2563 พบว่าในการชำระเงินระบบคิวอาร์ได้รับความนิยมมากขึ้น ธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดเล็กเริ่มมีการนำการชำระเงินในรูปแบบนี้มาใช้ เพราะนอกจากจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการชำระเงินแล้ว ยังช่วยผู้ประกอบการในการสรุยอดขายในแต่ละวัน ลดความผิดพลาดใน

การทอนเงินให้แก่ลูกค้า อีกทั้งการใช้ระบบดังกล่าวข้อมูลจะถูกจัดเก็บและประมวลผลให้แก่ผู้ประกอบการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน อีกทั้งข้อมูลเหล่านี้ยังสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการได้ทราบถึงพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าได้อีกด้วย (ทศพล ต้องห้วย, ธนพล กองพาลี, และอณิชา ฉิมน้อย., 2563)

การศึกษานี้ศึกษากลุ่มผู้บริโภครุ่นเรซันเอ็กซ์ และผู้บริโภครุ่นเจนเนอเรชันวายที่มีจำนวนหรือสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันในประเทศไทย กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ มีสัดส่วน ประมาณ 27 % ส่วนเจนเนอเรชันวาย มีสัดส่วนประมาณ 28.54% ของประชากรไทยทั้งหมด (TerraBKK เคเล็ตลับการลงทุน) ซึ่งประชากรทั้งสองกลุ่มนี้มีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์จะมีความสนใจในเทคโนโลยี แต่ไม่ค่อยมีความถนัดในการใช้งาน ส่วนกลุ่มเจนเนอเรชันวายจะมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (วิทยา ชิวรุณทัย, 2555 อ้างถึงใน ปิยนุช ปัญญาศิริวัฒน์, 2560) ซึ่งความแตกต่างดังกล่าวอาจมีผลต่อพฤติกรรมของการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ และจังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ศึกษาเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของภาคเหนือ มีประชากรประมาณ 1.6 ล้านคน (สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่, 2562) อีกทั้งจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในภาคเหนือของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการบริการต่าง ๆ (แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2561-2565, สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่) ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อเจ้าของกิจการธุรกิจต่าง ๆ สามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาการให้บริการการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบคิวอาร์เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งสองเจนเนอเรชันให้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง และเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ การใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W1H อันประกอบด้วย ใครคือผู้บริโภค ผู้บริโภคใช้บริการอะไร ผู้บริโภคใช้บริการที่ไหน ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อไหร่ ทำไมผู้บริโภคจึงใช้บริการ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการ และผู้บริโภคใช้อย่างไร (ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2554)

แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน (Generation)

เจนเนอเรชัน คือ การแบ่งคนออกเป็นกลุ่มย่อยโดยพิจารณาจากช่วงปีเกิด และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงชีวิต ซึ่งแต่ละเจนเนอเรชันจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน (Lyons, 2003; Mannheim, 1952 อ้างถึงใน ศุทธกานต์ มิตรกุล และอนันต์ชัย คงจันทร์, 2559) โดยการแบ่งเจนเนอเรชันเริ่มขึ้นจากนักวิจัยชาวตะวันตกที่ทำการจัดกลุ่มคนตามเกณฑ์ช่วงอายุ (ชนิดา รัตน์ชล, 2552) โดยกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) และกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) สามารถอธิบายได้ดังนี้

กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) คือ กลุ่มคนที่เกิดหลังปีพ.ศ. 2508 – 2523 คนกลุ่มนี้มีอุปนิสัยชอบเสี่ยง ชอบความเป็นอิสระ สนใจในเทคโนโลยี แต่ไม่ค่อยมีความถนัดในการใช้งาน ปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะความรู้และมีความสามารถในการทำงานไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นส่วนตัว สังคมของตน จงรักภักดีต่อองค์กร ใช้จ่ายเงินไปกับการสร้างความสุขเพื่อสนองความต้องการ

กลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2524 – 2543 คนกลุ่มนี้เติบโตมาในยุคที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงและมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาก มีวิถีการดำเนินชีวิตที่รวดเร็ว

มีความคุ้นเคยและปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ต้องการการยอมรับ ชอบความท้าทาย อยากรู้ อยากเห็น มีความอ่อนไหวต่อสิ่งเร้า มักมีเงื่อนไขในการทำงาน และไม่มีการวางแผนระยะยาว

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์เจเนอเรชันเอ็กซ์ และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้ที่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ในการชำระเงินในจังหวัดเชียงใหม่แน่นอน จึงใช้การเปิดตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Seymour Sudman, 1976 (อ้างถึงใน กุณฑล รื่นรัมย์, 2551) ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% จำนวน 400 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งสัดส่วนการเก็บข้อมูลเป็นเจเนอเรชันเอ็กซ์หรือผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2508-2523 จำนวน 200 ราย และเจเนอเรชันวายหรือผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2524-2543 จำนวน 200 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านพิจารณาด้านความถูกต้องของโครงสร้างแบบสอบถาม ซึ่งใช้เกณฑ์การประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้สถิติอนุมาน Chi-Square Test ทำการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจเนอเรชันเอ็กซ์ และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประกอบด้วย 18 ประเด็นตามข้อคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อคำถามที่สามารถตอบได้เพียง 1 คำตอบโดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 15,000 - 25,000 บาท/เดือน กลุ่มเจเนอเรชันวายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 15,000 - 25,000 บาท/เดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจเนอเรชันเอ็กซ์ และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจเนอเรชันเอ็กซ์ และเจเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค โดยศึกษาตามกรอบ 6W1H พบว่าเจเนอเรชันเอ็กซ์มีความถี่การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในจังหวัดเชียงใหม่คือ สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง ส่วนเจเนอเรชันวายคือ ทุกวัน เจเนอเรชันเอ็กซ์มีช่วงเวลาที่ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์คือ ช่วงเย็น (18.00 - 20.59 น.) ส่วนเจเนอเรชันวายคือ ช่วงเที่ยง/บ่าย (12.00 - 17.00 น.) จำนวนเงินเฉลี่ยที่เจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำรายการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ต่อครั้ง คือ 101 - 300 บาท ช่องทางที่เจเนอเรชันเอ็กซ์เลือกชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์คือ ช่องทางออนไลน์ (Online) ส่วนเจเนอเรชันวายคือ ช่องทางหน้าร้าน (Offline) เจเนอเรชันเอ็กซ์และส่วนเจเนอเรชันวายเลือกสถานประกอบการที่ใช้การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์"บ่อยที่สุด"คือ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร ผู้ให้บริการที่เจเนอเรชันเอ็กซ์เลือกใช้บริการชำระเงินผ่าน

ระบบคิวอาร์"บ้อยที่สุด คือ SCB Easy (ธนาคารไทยพาณิชย์) ส่วนเจเนอเรชั่นวายคือ K Plus (ธนาคารกสิกร) เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายมีจุดประสงค์ที่ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์คือ ชำระค่าสินค้า/บริการ ประเภทสินค้าหรือบริการที่เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์บ้อยที่สุดคือ ของใช้ส่วนตัวในชีวิตประจำวัน ส่วนเจเนอเรชั่นวายคือ อาหารและเครื่องดื่มช่องทางที่ทำให้เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายรู้จักการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์คือ สื่อออนไลน์ เหตุผลที่ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์เลือกใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์คือ ลดการสัมผัสเชื้อโรคจากธนบัตรหรือเหรียญ ไม่ต้องพกเงินสด และความสะดวกรวดเร็ว ตามลำดับ ส่วนเจเนอเรชั่นวายคือ สามารถใช้บริการผ่านสมาร์ทโฟนได้ ลดการสัมผัสเชื้อโรคจากธนบัตรหรือเหรียญ และไม่ต้องพกเงินสด ตามลำดับ ส่วนปัญหาหรืออุปสรรคที่เจเนอเรชั่นเอ็กซ์พบในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์คือ ร้านค้าที่รองรับมีจำนวนจำกัดหรือยังไม่แพร่หลาย ส่วนเจเนอเรชั่นวายคือ ไม่สามารถผ่อนจ่ายสินค้า/บริการได้ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ คือ ตนเอง ส่วนเจเนอเรชั่นวาย คือ ตนเอง

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จาก 18 สมมติฐาน การเปรียบเทียบ พบว่า มีการยอมรับ 3 สมมติฐานว่ามีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์เป็นบางครั้ง ส่วนเจเนอเรชั่นวาย ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์เป็นประจำ

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์กับเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่มีความถี่การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์มีความถี่ในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ คือ สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง ส่วนเจเนอเรชั่นวาย คือ ทุกวัน

สมมติฐานที่ 12 ผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์กับเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่มีประเภทสินค้าหรือบริการที่ทานชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ที่ใช้บริการบ้อยที่สุด แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์จะชำระค่าของใช้ส่วนตัวในชีวิตประจำวันบ้อยที่สุด ส่วนเจเนอเรชั่นวายจะชำระค่าอาหารและเครื่องดื่มบ้อยที่สุด

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่ามีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,000 - 25,000 บาท/เดือน มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิชาดา ไม้เงินงาม (2562) ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และมีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชน ส่วนเจเนอเรชั่นวาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,000 - 25,000 บาท/เดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท

2. จากผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า ผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์มีความถี่ในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ สัปดาห์ละ 2 - 3 ครั้ง โดยใช้เวลาน้อยกว่า 1 นาที มักจะทำการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ในช่วงเย็น (18.00 - 20.59 น.) ส่วนผู้บริโภคเจเนอเรชั่นวาย คือ ทุกวัน โดยใช้เวลาเฉลี่ยน้อยกว่า 1 นาที มักจะทำการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ในช่วงเที่ยง/บ่าย (12.00 - 17.00 น.) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความถี่ในการใช้งานโดยเฉลี่ย 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ การใช้งานผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือโดยเฉลี่ย 1 - 5 นาที เพื่อให้ทำธุรกรรมทางการเงิน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวิชาดา ไม้เงินงาม (2562) ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ในช่วงเวลา 12.00-17.59 น.

3. จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ มีเหตุผลที่เลือกทำการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ คือ ลดการสัมผัสเชื้อโรคจากธนบัตร/เหรียญ ไม่ต้องพกเงินสด และความสะดวกรวดเร็ว โดยมีสมาชิกในครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิด ที่ทำการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์บ้างแต่ยังไม่มาก และจะแนะนำเพื่อน ๆ หรือคนรู้จักให้ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์อย่างแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทวิวรรณ คงณิษฐ์ และถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย (2562) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเลือกใช้แอปพลิเคชันการจ่ายเงินรหัส QR ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน พบว่า ผู้บริโภคเจเนอเรชั่น X และเจเนอเรชั่น Y มีการรับรู้ถึงประโยชน์จากการจ่ายเงินรหัส QR ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพราะไม่ต้องพกเงินสดไม่ต้องพกเหรียญ และทำการชำระเงินค่าสาธารณูปโภคได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา โดยคนอ้างอิงมีการใช้ QR Code บ้างแต่ยังไม่มาก และมีตั้งใจที่จะใช้ และจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้

4. จากผลการศึกษายังพบว่าผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ มีช่องทางที่เลือกทำการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ คือ ช่องทางออนไลน์ โดยมีเหตุผลที่เลือกใช้ คือ ลดการสัมผัสเชื้อโรคจากธนบัตร/เหรียญ ส่วนเจเนอเรชั่นวาย คือ ช่องทางหน้าร้าน โดยมีเหตุผล คือ สามารถใช้บริการผ่านสมาร์ทโฟน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ มีความสนใจในเทคโนโลยีปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี ดังนั้นหลังจากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงอาจจะมีผู้ใช้การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยไม่ต้องสัมผัสเงินที่เป็นธนบัตรหรือเหรียญ ซึ่งจะทำให้ไม่ต้องเสี่ยงกับการติดเชื้อโรค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตาพร รุ่งสถาพร และปฐมมา สตะเวทิน (2564) ได้ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณและพิษณุโลก พบว่า ก่อนภาวะวิกฤตโควิด-19 ในประเทศไทยกลุ่มตัวอย่างเคยซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ แต่ในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19 มีการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง และหลังภาวะวิกฤตโควิด-19 มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าออนไลน์ต่อไป

5. จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ของเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 พบว่า ผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์กับเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดเชียงใหม่มีพฤติกรรมการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 แตกต่างกัน โดยก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ เป็นบางครั้ง ส่วนเจเนอเรชั่นวาย เป็นประจำ ทั้งนี้

เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชันจะมีเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในช่วงชีวิตแตกต่างกัน เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ลักษณะนิสัย เป็นต้น โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของเดชา เดชะวัฒน์ไพศาล อ่างถึงในชนิตา รัตนชล (2552) กล่าวว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวาย เติบโตมาในยุคที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงและมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างมาก จึงมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีมากกว่าเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ธนาการแห่งประเทศไทย (2562) กล่าวว่าในปี พ.ศ. 2560 การชำระเงินด้วยระบบ QR Code ยังใหม่สำหรับคนไทย คนสูงวัยที่ไม่ค่อยถนัดเทคโนโลยีอาจรู้สึกไม่สะดวก และอาจไม่เข้าใจวิธีใช้

6. จากผลการศึกษาพบว่าในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่มีพฤติกรรมการชำระเงินประเภทสินค้าหรือบริการที่ชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอ็กซ์จะชำระค่าของใช้ส่วนตัวในชีวิตประจำวันผ่านระบบคิวอาร์บ่อยที่สุด ส่วนเจนเนอเรชันวาย ชำระค่าอาหารและเครื่องดื่ม บ่อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรนิภา หาญมะโน (2558) โดยประเภทสินค้าที่เจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายซื้อ คือของใช้ส่วนตัวในชีวิตประจำวัน และสอดคล้องกับงานวิจัย ของชิตาพร รุ่งสถาพร และปฐมมา สตะเวทิน (2564) คือในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19 มักจะมีการซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม/เดลิเวอรี่ ของใช้ส่วนตัวในชีวิตประจำวันมากขึ้น และงดซื้อสินค้ากลุ่มเครื่องสำอาง และหันมาซื้อยาวิตามินและอาหารเสริมแทนการซื้อเครื่องสำอาง ชุดกีฬา และอุปกรณ์กีฬา

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริโภคทั้งเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้การชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ ในสถานประกอบการประเภทร้านอาหาร/ภัตตาคาร ดังนั้นผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร ควรมีการให้บริการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์เพื่อรองรับการชำระเงินและเพื่อความสะดวกในการใช้บริการของผู้บริโภค
2. ผู้บริโภคทั้งเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่รู้จักการชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ ผ่านสื่อออนไลน์ ผู้ประกอบการที่มีการรับชำระเงินผ่านระบบคิวอาร์ หรือธนาการผู้ให้บริการระบบคิวอาร์ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์มากขึ้น เช่น Facebook หรือ Youtube เป็นต้น
3. ธนาการผู้ให้บริการระบบคิวอาร์ควรจัดทำกลยุทธ์โดยตรงกลับกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากทราบข้อมูลการใช้งานของผู้บริโภค โดยอาจจะเป็นการส่งโปรโมชั่นหรือโค้ดส่วนลดเพื่อกระตุ้นการใช้งาน ส่วนร้านค้าที่มีความสนใจ ควรมีทำกลยุทธ์ทางการตลาดในเรื่องของระดับการใช้จ่าย โดยอาจจะนำข้อมูลนี้ไปใช้เพื่อการบริหารจัดการหรือควบคุมต้นทุนของสินค้าและบริการ และอาจจะตั้งราคาสินค้าให้ผู้บริโภคนั้นสามารถซื้อได้ตามความสามารถในการซื้อสินค้า เพื่อจูงใจและมีส่วนช่วยการตัดสินใจซื้อได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น
4. ธนาการผู้ให้บริการระบบคิวอาร์ควรมีการพัฒนากระบวนการชำระเงินให้สามารถรองรับจำนวนผู้ใช้งานจำนวนมาก เพื่อป้องกันระบบการใช้งานขัดข้องในกรณีที่มีผู้ใช้งานพร้อมกันจำนวนมาก รวมถึงควรมีการเพิ่มช่องทางในการแจ้งเตือนรายการชำระเงินที่เสร็จสมบูรณ์ เช่น มีระบบแจ้งเตือนไปยังเบอร์มือถือของร้านค้าเมื่อลูกค้าโอนเงินเรียบร้อยแล้ว เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กุนทลี รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิตา รัตนชล. (2562). *ความต้องการสวัสดิการตามเจนเนอเรชันของบุคลากรสายสนับสนุน* (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

- ชิตาพร รุ่งสถาพร, และปฐมมา สตะเวทิน. (2564). *พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมาณผล และพิษณุโลก* (การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ทศทวีวรรณ คงณิษฐ์ชวัล, และณอมศักดิ์ สุวรรณน้อย. (2562). ความตั้งใจในการเลือกใช้แอปพลิเคชันการจ่ายเงินรหัส QR ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 2(2), 122-131.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *แผนกลยุทธ์ระบบการชำระเงิน ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562 - 2564)*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PolicyPS/Documents/PaymentRoadmap_2564.pdf
- ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน*. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- พรนิภา หาญมะโน. (2558). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่ม Generation B Generation X และ Generation Y ที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 4(1), 54 – 75.
- พล ต้องห้วย, ธนพล กองพาลี, และอนิยา ฉิมน้อย. (2563). *มุ่งสู่เศรษฐกิจไร้เงินสด : พฤติกรรมผู้บริโภคและโอกาสของธุรกิจไทยช่วงโควิด 19*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_21Jul2020.aspx
- วรรณพร หลวมานพ. (2558). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วิชาดา ไม้เงินงาม. (2562). *พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอชในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ศุทธกานต์ มิตรกุล และอนันต์ชัย คงจันทร์. (2559). เจเนอเรชันวายในองค์กร: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสอดคล้องของค่านิยมกับความผูกพันต่อองค์กร. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 33(1), 51-75.
- สำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่. (2562). *จำนวนประชากรกลางปี 2562 จังหวัดเชียงใหม่*. สืบค้นจาก https://www.chiangmaihealth.go.th/cmpho_web
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2562). *แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (พ.ศ. 2561-2565) ฉบับปรับปรุง สิงหาคม 2562*. สืบค้นจาก <https://www.chiangmai.go.th/managing/public/article3>
- TerraBKK เคล็ดลับการลงทุน. (2562). “Where Y? สัดส่วน Gen Y ในประเทศไทย”. สืบค้นจาก <https://www.terrabkk.com/articles/191968/where-y-สัดส่วน-gen-y-ในประเทศไทย>
- Lyons, S. T. (2003). *An Exploration of General Values in Life and at Work* (Doctoral dissertation, Carleton University).
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. In P. Kecskemeti (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276-320). London: Routledge and Kegan Paul.