

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้คะแนนความรู้ความเข้าใจเฉลี่ย 7.31 จากคะแนนเต็ม 10 เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจถูกต้องมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้เฉพาะทางอินเทอร์เน็ตเท่านั้น เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามขาดความเข้าใจมากที่สุดเป็นลำดับแรกคือ บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าบริการรายปี

ทัศนคติด้านความคิดเห็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นและค่าร้อยละสูงสุด 3 ลำดับแรกคือบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ตรวจสอบการใช้ได้ตลอดเวลา บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เสียเวลาน้อยลงกว่าการใช้เงินสด และบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะนำมาใช้ทดแทนการใช้เงินสด

ทัศนคติด้านพฤติกรรม พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือตนเอง สาเหตุที่ทำให้เลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ที่เคยใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์คือทำให้ไม่ต้องพกพาเงินสดติดตัว โดยมีความถี่ในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ 1 – 3 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป แต่ไม่เกิน 3 ปี บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้มากที่สุดคือการชำระค่าบริการ BTS จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ผู้ใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้ต่อเดือนไม่เกิน 1,000 บาท บริการที่ผู้ใช้มีความคาดหวังในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ การซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตและไม่สนใจใช้บริการเนื่องจากเห็นว่าไม่มีความจำเป็นในการใช้บริการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจที่จะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตสนใจเพราะบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะให้ความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ

The purpose of this independent study aimed to study the consumer attitude towards electronic money services in Bangkok Metropolitan. The data were collected by questionnaires from 400 respondents. The statistic approach used in this study included frequency, percentage and mean.

The study revealed that most of people were female, single and aged between 21-30 years old. Their highest education level was bachelor degree. They were private company employees and earned salary of 15,001-20,000 baths per month.

Regarding cognitive aspect of attitude, the respondents had understanding at the average score of 7.31 out of 10. The respondents had the best understanding that electronic money was served only via the internet. The respondents had the lowest understanding that electronic money charged annual service fee.

Regarding affective aspect of attitude, the respondents had opinion at neutral level. The first 3 opinion regarding the average point of the overall opinion were: electronic money was traceable at all time; electronic money was more convention than spending by cash; electronic money was a replacement of spending by cash.

Regarding the behavioral aspect of attitude, it was found that the person who had influence to using electronic money service was themselves. The reason to use electronic money service was not to pocket cash. The frequency of using is 1-3 times per month and most of respondents had have experience to use electronic money service for 1-3 years. The most service used was payment for BTS fee. The average amount was 501-1,000 baht per month and within 500 baht. The service that respondents had most expectation was buying goods from department store. The respondents, they never used electronic money service had tendency to not use this service in the future because it was not necessary. The respondents, they were interested in electronic money service had tendency to use this service in the future because it was convenient and fast service.