

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

(Factors affecting the decision to used electronic payment Instruments of Thai tourist for in Japan)

นางสาวกิตติกาณต์ จิตตภาณุพันธ์ รหัสนักศึกษา 6110322037

ที่มาและความสำคัญ

- เนื่องจากในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวส่งผลทำให้อัตราเงินบาทแข็งค่าขึ้น
- อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการในการเดินทางออกนอกประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย
- ผู้ประกอบการธุรกิจไทยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและโรงแรม อาทิเช่น ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว สายการบินของไทยและยังก่อให้เกิดธุรกิจและบริการรูปแบบใหม่ๆ อีกทั้งสถาบันการเงินต่าง ๆ มีการให้การออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายในต่างประเทศ เช่น การชำระเงินผ่านระบบ QR Code จากการร่วมมือของธนาคารต่างๆ ของไทยและร้านค้าในต่างประเทศ บัตรเดบิตเพื่อการท่องเที่ยว หรือ Travel Card เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสะดวกสบายในการใช้จ่ายในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น เป็นต้น
- ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศเป้าหมายปลายทางที่คนไทยต้องการไปท่องเที่ยวเยอะที่สุดและยังมีการใช้จ่ายเยอะที่สุด

สรุปผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่าง 412 ตัวอย่างพบว่า มีผู้ใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น จากกลุ่มตัวอย่าง 126 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด โดยกลุ่มตัวอย่างมีจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้างมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 ถึง 30,000 บาทต่อเดือน

ในส่วนของผู้ตอบคำถามในการเดินทางในประเทศญี่ปุ่นของนักท่องเที่ยว พบว่าโดยส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลา 6 - 10 วันในประเทศญี่ปุ่น ความถี่ในการเดินทาง 1 - 2 ครั้งต่อปี นิยมเดินทางไปกับเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อน เลือกพักโรงแรมราคาประหยัด โดยวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน ในฤดูใบไม้ร่วง ช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีงบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นสูงกว่า 50,000 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่ออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง ซึ่งมีการใช้จ่ายไปเพื่อการช้อปปิ้งเป็นหลัก และหมกมุ่นกับสินค้าที่ระลึกเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือในการใช้จ่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- ทำให้ทราบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น
- สามารถนำผลของการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าขององค์กรต่าง ๆ ได้
- สามารถนำผลของการวิจัยที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ที่สนใจ ตลอดจนภาครัฐเพื่อพัฒนารัฐบาลที่เกี่ยวข้องของไทย
- ช่วยให้ภาครัฐและสถาบันการเงินเข้าใจพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

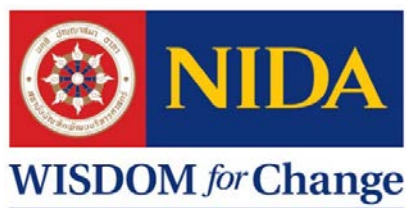
การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ออนไลน์ กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ทั้งหมด 412 ตัวอย่าง ในปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรม และคุณสมบัติของเครื่องมือการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code)

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) แบบ Binary Logistic เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent Variable) และตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

$$Y1 = -20.350 + 2.559Edu1 + 2.609Edu2 - 2.828Occ1 - 1.781Occ2 - 2.026Occ3 - 2.561Occ4 - 1.790Who1 - 1.419Who3 + 1.184Bud1 + 1.270Bud3 + UI$$

จากการประมาณค่าโดยใช้แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น พบว่าตัวแปร การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (Edu1) การศึกษาระดับปริญญาตรี (Edu2) การจ้างงบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นต่ำกว่า 20,000 บาท (Bud1) งบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่น 20,000 - 30,000 บาท (Bud2) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ในทิศทางเดียวกัน

อาชีวนอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เกษตรกร พยาบาล ฟรีแลนซ์ ลูกเรือ ทนายความ นักเทศน์ วิศวกร เป็นต้น (Occ1) นิสิต นักเรียน นักศึกษา (Occ2) คือ อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ (Occ3) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง (Occ4) การเดินทางในประเทศญี่ปุ่นคนเดียว (Who1) และการเดินทางในประเทศญี่ปุ่นกับคู่รัก (Who3) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ในทิศทางตรงกันข้ามกันอย่างมีนัยสำคัญ



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการใช้จ่ายของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

โดย

นางสาวกิริติกานต์ จิตตกาญจน์ รหัสนักศึกษา 6110322037

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภिरดา ชินประทีป

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการค้นคว้าอิสระ

หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562

หัวข้อการศึกษาอิสระ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์
เพื่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

ชื่อผู้เขียน : นางสาวกิริติกานต์ จิตตกาญจน์

คณะ : พัฒนาการเศรษฐกิจ

หลักสูตร : เศรษฐศาสตรธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร. อภิตา ชินประทีป

ปีการศึกษา : 2562

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถาม กลุ่มประชากรอยู่ในช่วง 20 – 70 ปีได้ทั้งหมด 412 ตัวอย่าง ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น จากกลุ่มตัวอย่าง 126 คนที่เคยเลือกใช้ เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 24 – 35 มีสถานภาพโสด โดยกลุ่มตัวอย่างมีจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้างมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

ในส่วนของพฤติกรรมในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นของคนไทย พบว่าโดยส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลา 6 – 10 วันในประเทศญี่ปุ่น ความถี่ในการเดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อปี นิยมเดินทางไปกับเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อน เลือกพักโรงแรมสโตร์ตะวันตก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน ในฤดูใบไม้ร่วง ช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีงบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นสูงกว่า 50,000 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่ออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง ซึ่งมีการใช้จ่ายไปเพื่อการช้อปปิ้งเป็นหลัก และหมวดสินค้าประเภทสินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ เป็นต้น และจากการวัดจากคะแนนเฉลี่ยของการตอบแบบสอบถามของผู้ที่เคยเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมทางการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ ด้านกายภาพ และการรับรู้การเข้าใช้งาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด

การประมาณค่าโดยใช้แบบจำลองโลจิต (Logit Model) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ การศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เป็นผู้ประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท ลูกจ้าง และประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นเจ้าของกิจการ ค้าขาย เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อน และครอบครัวหรือญาติพี่น้อง โดยมีงบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นประมาณ 20,000 – 30,000 บาทและ 30,001 – 40,000 บาท ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความช่วยเหลือของผศ.ดร. อภिरดา ชินประทีป อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในให้ความรู้ คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ตลอดเวลาที่ทำการวิจัยผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณธรากร เกียรติสูงเนิน และคุณศิวัช โชคไพศาล ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ความรู้และคำแนะนำด้านเศรษฐกิจมิติตลอดจนโปรแกรมการวิเคราะห์ข้อมูล อันเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์กับผู้วิจัยในการทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณ กลุ่มคนชอบตะลุยเที่ยวญี่ปุ่น กลุ่มเที่ยวญี่ปุ่นด้วยตัวเอง (Tokyo and Around) กลุ่ม Silpakorn Online Market และ กลุ่ม SCSU Work from Home : ตลาดใหม่ออนไลน์ วิทยาเปิดแฉงบนเฟซบุ๊กที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อเป็นข้อมูลหลักในการจัดทำ การค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วง

ท้ายที่สุดนี้ขอกราบขอบพระคุณ เพื่อนๆทุกคนที่มีส่วนในการให้ความช่วยเหลือและผลักดันให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดีทั้งบิดามารดา และครอบครัว ที่ช่วยให้การสนับสนุนและให้กำลังใจมาโดยตลอด

ผู้วิจัยหวังว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจและหากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวกิริติกานต์ จิตตกาญจน์

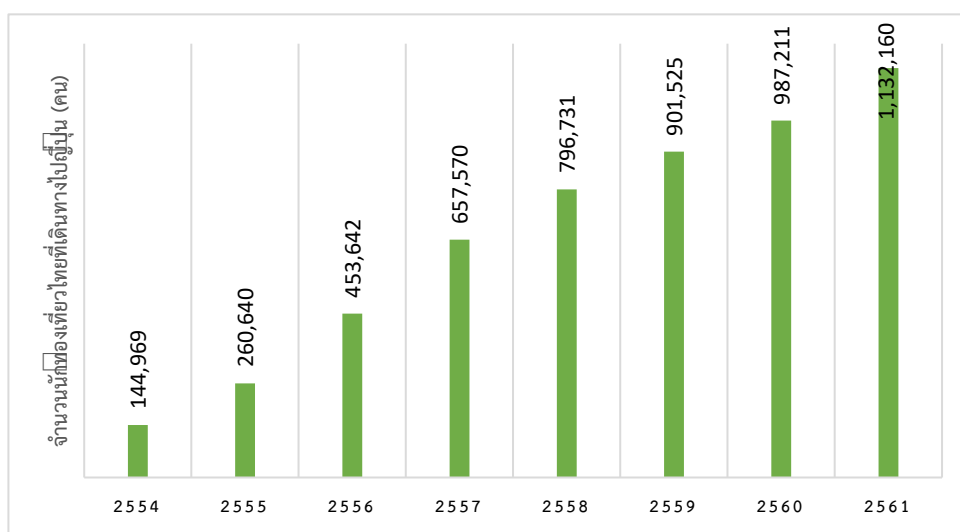
สารบัญ

บทนำ	1 - 4
ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5 - 15
วิธีการศึกษา	16 - 23
ผลการศึกษา	24 - 69
สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	70 - 73
บรรณานุกรม	74 - 75
ภาคผนวก	76 - 92

1. บทนำ

เนื่องจากในปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวและมีความเสี่ยงที่จะเข้าสู่ภาวะวิกฤต อันก่อให้เกิดปัจจัยลบต่าง ๆ ที่ทวีความรุนแรง ทั้งยังส่งผลทำให้อัตราเงินบาทแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในไทยโดยตรงเนื่องจากค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับค่าเงินของประเทศจุดหมายปลายทางอื่น ๆ สาเหตุนี้อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความต้องการในการเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นของคนไทย เพราะถูกมองว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศถูกลง ส่งผลให้องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ เข้ามาทำตลาดการท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้น รวมทั้งธุรกิจสายการบิน ทั้งสายการบินต้นทุนต่ำ และสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ มีการขยายเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย

โดยจากวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่าคนไทยเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศในปี 2562 คาดว่าแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จำนวนประมาณ 10.55–10.75 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 5.4–7.4 เมื่อเทียบกับปี 2561 และคาดว่าจะมีคนไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศประมาณ 970,000 คน เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.2 โดยมีจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวสูงสุดยังคงเป็นประเทศญี่ปุ่น



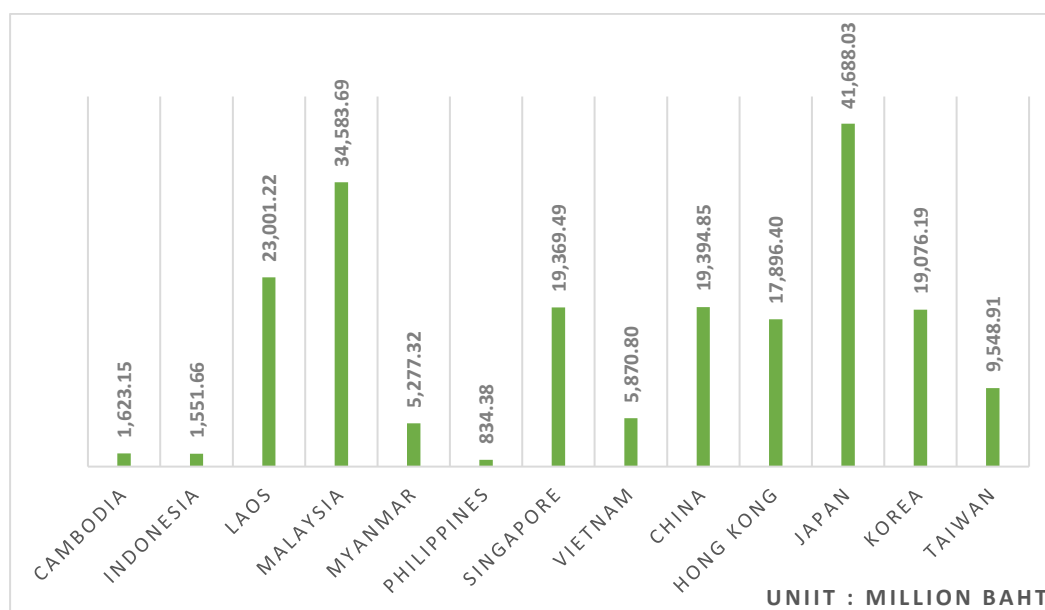
แผนภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปญี่ปุ่น ตั้งแต่ปี 2554 – 2561

ที่มา : JTB Tourism Research & Consulting Co. (2561)

นอกจากนี้ แนวโน้มการท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นของคนไทย ส่งผลให้มีการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวที่รุนแรงขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ด้านราคามาเป็นตัวกระตุ้น โดยราคาในการเดินทางไปท่องเที่ยวในบางประเทศ จึงอาจถูกมองว่าคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ อีกทั้งการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ รวมถึงแอปพลิเคชันบนมือถือสมาร์ทโฟน ยังกลายเป็น

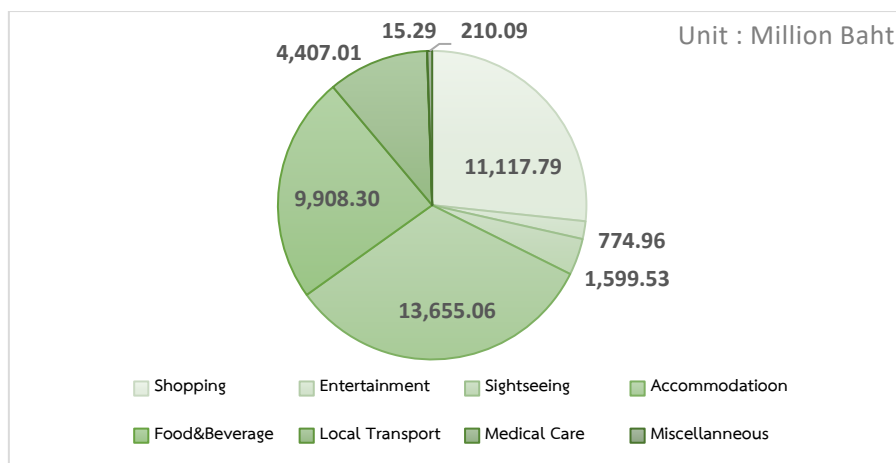
ช่องทางสำคัญในการกระตุ้นให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายในต่างประเทศมากขึ้น โดยจากข้อมูลผลสำรวจ Visa Global Travel Intentions Study ทำให้ทราบว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเพื่อท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยพบว่า มีอัตราการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 ที่ผ่านมามีการใช้จ่ายคนละ 49,836 บาทต่อทริป จากเดิมในปี 2558 มีการใช้จ่ายต่อทริปที่ 40,513 บาท และมีแนวโน้มจะเพิ่มการใช้จ่ายขึ้นอีก 40-50% หรือประมาณคนละ 70,000 บาทต่อทริป โดยจำนวนเงินต่อทริปจะถูกแบ่งจ่ายก่อนเดินทาง 40% และอีก 60% ใช้ระหว่างเดินทาง

และถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวของคนไทยในต่างประเทศถูกมองว่าเป็นการนำเงินออกไปใช้จ่ายนอกประเทศ แต่พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจไทยที่เกี่ยวข้องเนื่องทั้งทางตรงและทางอ้อม อาทิเช่น ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว สายการบินของไทยและยังก่อให้เกิดธุรกิจและบริการรูปแบบใหม่ๆ อีกทั้งสถาบันการเงินต่าง ๆ มีการให้การออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายในต่างประเทศ เช่น การชำระเงินผ่านระบบ QR Code จากการร่วมมือของธนาคารต่าง ๆ ของไทยและร้านค้าในต่างประเทศ บัตรเดบิตเพื่อการท่องเที่ยวหรือ Travel Card เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยให้มีความสะดวกสบายในการใช้จ่ายในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น เป็นต้น



แผนภาพที่ 2 แสดงค่าใช้จ่ายของคนไทยที่เดินทางไปประเทศต่าง ๆ ประจำปี 2562

ที่มา : JTB Tourism Research & Consulting Co. (2562)



แผนภาพที่ 3 แสดงค่าใช้จ่ายของคนไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นเมื่อแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ประจำปี 2562
ที่มา : JTB Tourism Research & Consulting Co. (2562)

อีกทั้งในปัจจุบันเทรนด์การท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางและการใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ภาคธุรกิจ สถาบันการเงินและสภาพเศรษฐกิจ โดยนักท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้จ่ายเพียงแค่เงินสด เป็นการใช้จ่ายในรูปแบบอื่น อาทิเช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือTravel Card และแอปพลิเคชันต่าง ๆ บน Smartphone ซึ่งนอกจากจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก ปลอดภัยในการใช้จ่ายและยังเลือกใช้บริการให้เหมาะสมกับความต้องการ

อย่างไรก็ตามงานวิจัยของประเทศไทยยังมีข้อมูลและการศึกษาเกี่ยวกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและในการเลือกใช้เครื่องมือในการใช้จ่ายเมื่อเดินทางไปต่างประเทศน้อยมาก ทำให้ยากต่อการเข้าใจลักษณะพฤติกรรมและปัจจัยในการกำหนดพฤติกรรมในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศเป้าหมายปลายทางที่คนไทยต้องการไปท่องเที่ยวเยอะที่สุดและยังมีการใช้จ่ายเยอะที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถวางแผนการใช้จ่ายอย่างมั่นใจในความปลอดภัยและรัดกุมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องมือชำระเงินอย่างตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือในการใช้จ่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือในการใช้จ่ายของคนไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น
2. สามารถนำผลของการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าขององค์กรต่าง ๆ ได้
3. สามารถนำผลของการวิจัยที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ที่สนใจ ตลอดจนภาครัฐเพื่อพัฒนารูปร่างหน้าตาของนักท่องเที่ยวชาวไทย
4. ช่วยให้ภาครัฐและสถาบันการเงินเข้าใจพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บัตรเครดิต บัตรเดบิต และแอปพลิเคชัน ผ่านระบบ QR Code ในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยใช้แบบสอบถามจากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20 - 70 ปี จำนวน 412 คน

2. ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภายใต้กรอบของแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

- ระบบการชำระเงินและลักษณะของระบบการชำระเงิน
- แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- ทฤษฎีอุปสงค์ของเงิน (Demand for Money)
- ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ระบบการชำระเงิน

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2557c) ได้ให้ความหมายของ ระบบการชำระเงินหมายถึง กระบวนการส่งมอบหรือโอนสื่อการชำระเงินเพื่อชำระราคา โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ

(1) องค์กรและบุคคล หมายถึง ผู้จ่ายเงิน ผู้รับเงิน และองค์กรที่เป็นตัวกลางในการชำระเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงิน เป็นต้น

(2) กระบวนการดำเนินการภายใต้กฎหมาย ระเบียบ ข้อตกลง กฎเกณฑ์ ธรรมเนียมปฏิบัติที่กำหนด บทบาท หน้าที่ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและบุคคลต่าง ๆ รวมถึงกลไกการชำระเงินที่เกี่ยวข้อง

(3) สื่อการชำระเงินประเภทต่าง ๆ เช่น เงินสด ตราสารการเงิน บัตรพลาสติก การโอนเงิน ทางบัญชี ตลอดจนจนถึงการชำระเงินด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์

บัตรเดบิต คือ บัตรที่ผูกไว้กับบัญชีเงินฝากของผู้ถือบัตร เพื่อใช้ทำรายการที่เครื่อง ATM ไม่ว่าจะเป็นการถอนเงิน โอนเงิน สอบถามยอด และชำระค่าสินค้าและบริการ (ซึ่งเป็นคุณสมบัติของ บัตร ATM) และใช้ทำรายการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้า รวมถึงการซื้อสินค้าออนไลน์ได้ โดยจะเป็นการหักเงินออกจากบัญชีเงินฝากทันที (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558d)

บัตรเดบิตเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Card) คือ บัตรเดบิตที่ทางธนาคารหรือสถาบันทางการเงินออกให้กับลูกค้า ที่สามารถแลกเปลี่ยนสกุลเงินตราต่างประเทศได้ ซึ่งสามารถใช้ในการซื้อสินค้าแลบริการ ซึ่งยังสามารถกดเงินสดออกจากตู้เอทีเอ็มในต่างประเทศได้เช่นเดียวกับบัตรเอทีเอ็มและบัตรเครดิตทั่วไป โดยมักมีค่าธรรมเนียมหรืออัตราแลกเปลี่ยนในอัตราพิเศษเป็นไปตามเงื่อนไขของธนาคาร โดยทางธนาคารเป็นผู้กำหนดอัตราแลกเปลี่ยนเหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เดินทางไปต่างประเทศ หรือลูกค้าที่ไม่ต้องการพกเงินสดจำนวนมาก อีกทั้งยังช่วยลดระยะเวลาที่ใช้เพื่อการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

บัตรเครดิต คือ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ออกบัตร ได้แก่ธนาคารพาณิชย์ และผู้ประกอบการ บัตรเครดิตที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) ออกให้แก่ลูกค้า ซึ่งประโยชน์ที่ผู้ออกบัตรจะได้รับมี หลายประการ เช่น (1)

ใช้แทนเงินสดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการโดยยังไม่ต้องจ่ายเงินในทันที ณ ร้านค้าที่รับบัตรรวมถึงร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต (2) เบิกถอนเงินสดจากเครื่อง ATM มาใช้ล่วงหน้าได้ (3) รับสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ตามรายการส่งเสริมการขาย เช่น คะแนนสะสมเพื่อแลกของรางวัล ส่วนลดจากร้านค้า การผ่อนชำระสินค้าดอกเบี้ย 0% เงินคืนจากการใช้จ่าย (cash back) ที่จอดรถ ห้องรับรองตามสถานที่ต่าง ๆ ความคุ้มครองเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558c)

QR Code เป็นรหัสชนิดหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้เก็บข้อมูล หรือเรียกกันอีกชื่อหนึ่งว่า Two-dimensional barcode (2D barcode) ซึ่งทำหน้าที่เหมือน Barcode แต่ใช้งานง่ายกว่า มีขนาดเล็กกว่าและเก็บข้อมูลได้มากกว่า จึงสามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การเก็บ URL ของเว็บไซต์ ข้อความ SMS และหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสามารถอ่าน QR Code ด้วยการสแกนผ่านโปรแกรมที่ติดตั้งอยู่ใน Smartphone เพื่อทำการถอดรหัสข้อมูลให้อยู่ในรูปของข้อความได้

ปัจจุบัน QR Code ได้ถูกพัฒนาเพื่อใช้งานหลากหลายทั้งการชำระบิล การโอนเงิน และการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้าหรือชำระผ่านช่องทางออนไลน์ สำหรับการชำระเงินที่ร้านค้า ลูกค้าสามารถโอนหรือชำระเงินได้จากบัญชีธนาคาร บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัญชี e-Money ไปยังบัญชีของร้านค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 วิธีหลัก ดังนี้

1) Push Payments : ผู้ประกอบการหรือร้านค้าจะมีป้ายแสดง QR Code ให้ลูกค้าสแกนและยืนยันการชำระเงินซึ่งในประเทศอินเดียส่วนใหญ่มีการชำระเงินผ่าน QR Code ในรูปแบบนี้ ซึ่งร้านค้าจะไม่ได้ข้อมูลบัตรของลูกค้าจึงป้องกันความเสี่ยงจากการทุจริตโดยร้านค้าได้อย่างดี

2) Pull Payments : ลูกค้าสร้าง QR Code ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ของตนเอง และเมื่อต้องการชำระค่าสินค้าหรือบริการ จะแสดง QR Code เพื่อให้ผู้ประกอบการหรือร้านค้าทำการสแกน หลังจากนั้น ลูกค้าจะได้รับข้อมูลการชำระเงินเพื่อยืนยันการทำรายการ ซึ่งในประเทศจีนส่วนใหญ่จะใช้ทั้งรูปแบบ Push และ Pull payments (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

ระบบการชำระเงินอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือระบบการชำระเงินด้วยเงินสด และระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสด

- ระบบการชำระเงินด้วยเงินสดจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่าง ๆ เช่น การจัดพิมพ์ ธนบัตร การนำธนบัตรออกใช้ การรับและจ่ายเงินสดระหว่างธนาคารกลาง สถาบันการเงิน และบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการตรวจคัดธนบัตรชำระออกไปทำลายและพิมพ์ธนบัตรใหม่ขึ้นทดแทน เป็นต้น
- ระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินที่มีใช้เงินสด จำแนกได้เป็นการใช้สื่อการชำระเงินที่เป็นตราสาร เช่น เช็ค ดราฟต์ ตั๋วแลกเงิน ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับผู้สั่งจ่าย ผู้ทรงเช็ค ธนาคารที่เกี่ยวข้อง ระบบหรือวิธีการแลกเปลี่ยนเช็คระหว่างธนาคาร ตลอดจนกฎหมายเกี่ยวกับการใช้เช็ค เป็นต้น

สำหรับการชำระเงินที่มีใช้ตราสารเช่นระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะเกี่ยวข้องกับบุคคล สถาบัน การเงิน รวมถึงระบบการโอนเงินด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และระเบียบ วิธีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเป็นต้น ระบบการชำระเงินมีความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือที่หล่อลื่นกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้ดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคง ธนาคารแห่งประเทศไทยได้พัฒนาระบบการชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์โดยนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มาใช้เพื่อให้เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางการเงิน โดยมีวัตถุประสงค์ให้ระบบการชำระเงินของประเทศมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ(2506) ระบุว่า การท่องเที่ยวคือ การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว(2546) ระบุว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราวผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization :W.T.O; 2008) ระบุว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร(2542) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดย ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้ ดังนั้น การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีก สถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (อาทิ การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ และ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน และการเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

สมบัติ กาญจนกิจ(2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่ เกิดขึ้นระหว่างเวลา ที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งที่มีมักเป็นที่อยู่อาศัย ไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจาก ความต้องการในด้านศักยภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะและเกียรติคุณ

นิศา ชัชกุล(2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่ง ไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็น อย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักผ่อน และการกินอาหารนอกบ้าน

วินิจ วีรยางกูร(2533) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างขวางเพราะมิได้หมายความว่าเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเยี่ยมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์การท่องเที่ยวใน ปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นด้วยกัน

ปรีชา แดงโรจน์(2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำ เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทาง จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้เป็น 9 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดและเรียกพลกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้มักจะถือเอาสภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวที่ใด ทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนจะแตกต่างกันในรายละเอียดและเป็นตัวระบุกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น วัตถุประสงค์เพื่อต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันดังนั้นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ น้ำตก ชายทะเล อุทยานแห่งชาติ สวนสาธารณะ หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ได้แก่ กิจกรรมกลางแจ้ง ทักษะศึกษาหมู่บ้านชาวเขา สวนสนุกเฉพาะทาง เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน การชมศิลปะนาฏกรรมในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่าง ๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนากิจ เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่

ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้น เกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬาหรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาหรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การไปชมการแสดงโอเปร่า การไปชมการแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทาง ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงการอนุสรณ์สถาน เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด เล่นสกี เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา แคนาดา และสหราชอาณาจักร ประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลัก จึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางต้องอยู่คู่กันเสมอแม้ว่าการเดินทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงาน แต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับ จุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือน และนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ ณ สถานที่นั้น เพื่อที่จะทำงานหารายได้อย่างเดียว หากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักในโรงแรม การใช้บริการห้องประชุม ซื้อของฝากของที่ระลึกต่าง ๆ โดยการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

8.1) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึง การเดินทางไปติดต่อประสานงาน หรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 2-3 วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษเดินทางมา เซ็นสัญญาหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า

8.2) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference / Convention / Congress and Exhibition : MICE) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้กำลังได้รับความนิยมทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก โดยมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้อย่างจริงจัง เนื่องจากเห็นความสำคัญถึง ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ ผู้ที่เดินทางมาในลักษณะดังกล่าวมักเป็นนักท่องเที่ยวที่มี

ศักยภาพสูง และมีความสามารถในการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้แม้ว่าผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เกี่ยวข้องในเชิงธุรกิจ แต่หากคนกลุ่มนี้มีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีต่อพื้นที่ที่ได้ไปเยือนเป็นครั้งแรกก็อาจเดินทางกลับไปยังพื้นที่นั้นอีกครั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการหยุดพักผ่อนในรูปแบบอื่น ๆ อีกทั้งกลุ่มคนเหล่านี้เป็นคนที่มีการศึกษาระดับสูง และมีผู้นำด้านความคิด หากเลือกที่จะมาแหล่งท่องเที่ยวใด ก็ย่อมจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แหล่งท่องเที่ยววันนั้น

9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่พักประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น

ประเภทของค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

Ivandic (2009) ได้ทำการการศึกษาการประมาณการณ์ของการบริโภคเพื่อการท่องเที่ยว ในเมืองซาเกร็บระหว่างปี พ.ศ.2552 เป็นรายได้ประมาณ 309 ล้านยูโร หรือประมาณร้อยละ 4.1 ของค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งหมดในโครเอเชียในปีพ.ศ. 2552 พบว่าร้อยละ 80 มาจากนักท่องเที่ยวและร้อยละ 20 มาจากผู้เยี่ยมเยือนที่มาพักชั่วคราว โดยนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 6 ของค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งหมดขณะที่การท่องเที่ยวร้อยละ 32 มาจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศซึ่งจากการวิเคราะห์ได้เผยให้เห็นว่าประเภทค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. **ที่พักอาศัย (Accommodation)** คือ อาคารบ้านเรือนรวมถึงตึกโรงแรมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็น ที่อยู่อาศัย ทั้งกลางวันและกลางคืนภายในที่อยู่อาศัยประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการมีทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์และสิ่งใช้สอยที่จำเป็นตามความต้องการทางด้านร่างกายจิตใจและความ เป็นอยู่ที่ดีงามทั้งส่วนตัวและครอบครัวของผู้พักอาศัย
2. **อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)** คือ อาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวซื้อหรือ บริโภค ณ สถานที่ต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ไปเยี่ยมเยือน
3. **การซื้อของ (Shopping)** คือ การจับจ่ายใช้สอยเพื่อซื้อสินค้าต่าง ๆ เพื่อการบริโภคหรือการ ซื้อเพื่อเป็นของฝากแก่บุคคลอื่น ๆ
4. **นันทนาการ (Recreation)** คือ กิจกรรมที่สมัครใจทำในยามว่างเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย ความตึงเครียดทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น ดนตรีการเต้นรำ กีฬางานอดิเรกเกมส์และการ ท่องเที่ยว

ทฤษฎีอุปสงค์ของเงิน (Demand for Money)

อุปสงค์ของเงินหรือความต้องการถือเงิน หมายถึง ปริมาณเงินที่คนในระบบเศรษฐกิจ ต้องการถือไว้ในมือในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปของเงินสด (ธนบัตร และเหรียญกษาปณ์) หรือเงินฝากกระแสรายวัน ซึ่งมีสภาพคล่องสูงแต่จะมีต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ตามทฤษฎีความต้องการถือเงินแบบเคนส์ คนต้องการถือเงินด้วยวัตถุประสงค์ ดังนี้

(1) เพื่อจับจ่ายใช้สอย (Transaction Demand for Money) เนื่องจากเงินมีฐานะเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ประชาชนจึงต้องเป็นเจ้าของสินค้าและรับบริการจึงต้องการเงินเพื่อใช้ จ่ายในการอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการ โดยอุปสงค์ของเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอย ขึ้นอยู่กับ รายได้ และอัตราดอกเบี้ย หากคนมีรายได้น้อยก็จะถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวันน้อย แต่เมื่อรายได้มาก ขึ้นก็จะถือเงินเพิ่มขึ้น หากอัตราผลตอบแทนหรือดอกเบี้ยสูงการถือเงินไว้มากก็จะมีต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ได้รับผลตอบแทนจากนั้น

(2) เพื่อใช้จ่ายฉุกเฉิน (Precautionary demand for money) บางครั้งเกิดเหตุฉุกเฉินที่ต้องใช้จ่าย โดยไม่คาดคิด จึงต้องถือเงินไว้เพื่อใช้จ่ายในเวลาฉุกเฉิน เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าซ่อมแซมต่าง ๆ เป็นต้น อุปสงค์ของเงินเพื่อใช้จ่ายฉุกเฉิน ขึ้นอยู่กับ รายได้และอัตราดอกเบี้ย การถือเงินเพื่อใช้จ่าย ฉุกเฉินขึ้นกับรายได้ เช่นเดียวกับความต้องการถือเงินเพื่อจับจ่ายใช้สอย และหากถือเงินเพื่อใช้จ่าย ฉุกเฉินมากก็มีต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการได้รับผลตอบแทนจากดอกเบี้ยเพิ่มขึ้น

(3) เพื่อเก็งกำไร (Speculative demand for money) ภายหลังจากหักรายได้จากรายจ่ายแล้ว จะเหลือเป็นเงินออมคนสามารถนำเงินนี้ไปลงทุนหาประโยชน์โดยการลงทุนได้ อุปสงค์ของเงินเพื่อเก็งกำไรหรือการถือเงินเพื่อเก็งกำไรขึ้นกับอัตราดอกเบี้ยและผลตอบแทนในหลักทรัพย์ในการลงทุนในพันธบัตรหากดอกเบี้ยลดลงจะทำให้ผลตอบแทนจากพันธบัตรสูงขึ้น ดังนั้น อุปสงค์ของเงินที่แท้จริงรวมขึ้นอยู่กับการได้และอัตราดอกเบี้ย ได้สมการดังนี้

$$\frac{M^d}{P} = f(Y, R)$$

โดยที่	M^d	คือ อุปสงค์ของเงิน
	P	คือ ระดับราคาสินค้าและบริการ
	Y	คือ รายได้ของคน
	R	คือ อัตราดอกเบี้ยหรือต้นทุนค่าเสียโอกาส

ความต้องการใช้เครื่องมือการชำระเงิน เช่น บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นการทดแทน (substitutes) ความต้องการถือเงินหรือความต้องการใช้เงินสด ได้แก่ เหรียญและธนบัตร (Rinaldi,2001) ดังนั้น ความต้องการใช้เครื่องมือการชำระเงิน อาจขึ้นกับรายได้และอัตราดอกเบี้ย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนัญญา พุ่มอิม (2557) ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย การเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค โดยความน่าจะเป็นในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เครื่องมือใดก็ได้ของผู้บริโภค โดยการประมาณค่าด้วยวิธี logit ผลการศึกษาที่ได้ คือ อายุ เพศชาย มีความสัมพันธ์ทางลบกับการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ทางการเงิน ระดับการศึกษา การใช้โทรศัพท์มือถือและ อินเทอร์เน็ตรายได้ สถานภาพแรงงาน และพื้นที่อยู่ในเขตเทศบาล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ และการศึกษาความน่าจะเป็นในการเลือกใช้ internet banking หรือ mobile banking พบว่า รายได้ การใช้บริการอินเทอร์เน็ต ความรู้ทางการเงิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการ เลือกใช้ internet banking หรือ mobile banking แต่ งานวิจัยนี้มีข้อจำกัด เนื่องจากงานศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ได้แก่ บัตรเดบิต/บัตรเครดิต บัตรเครดิต internet banking และ mobile banking โดยกำหนดให้ผู้บริโภคทุกคนมีทางเลือก สามารถเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ แต่ในความเป็นจริงผู้บริโภคอาจไม่สามารถเลือกได้เนื่องจากข้อกำหนดต่าง ๆ เช่น ผู้บริโภคไม่สามารถเลือกใช้บริการบัตรเครดิตได้เนื่องจากข้อกำหนดด้านรายได้ ผู้บริโภคไม่สามารถใช้ internet banking หรือ mobile banking ได้เนื่องจากพื้นที่อยู่อาศัยไม่มีบริการอินเทอร์เน็ตให้ใช้ เป็นต้น

วรพงศ์ วงศ์สนั่น (2557) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตกับธุรกิจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตในธุรกิจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในกรุงเทพมหานคร เพื่อสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการ บัตรเครดิตภายใต้กลุ่มธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษา เพื่อส่งเสริมและ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้บริการบัตรเครดิตของตนเพิ่มมากขึ้นและ ทำให้กลุ่มธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษาทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจ ทราบถึงพฤติกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการผ่านบัตร เครดิต และนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดภายในธุรกิจของตน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้มีบัตรเครดิตมากกว่า 1 ใบ ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คนที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวใน 3 ธุรกิจอย่างน้อยหนึ่งธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจนำเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวและใช้สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) สถิติในการทดสอบในการหาแบบของความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างตัวแปรตามหนึ่งตัว ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว กับตัวแปรต้น 4 ตัว โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.01 และมีข้อสันนิษฐานว่าความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรต้นและตัว

แปรตามเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linear Relationship) ที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวัยเชิงสำรวจในครั้งนี้โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) นักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิงมีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงที่ใกล้เคียงกันระหว่าง 30,000 - 99,999 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

โดยเหตุผลที่ได้ผลตามข้อมูลดังกล่าว มาจากลักษณะของเพศที่ผู้หญิงจะมี ความชื่นชอบในการเลือกซื้อสินค้า และมีความละเอียดรอบคอบมากกว่าเพศชายโดยเฉพาะการ เลือกใช้บัตรเครดิต ที่ต้องพิจารณาดูในเรื่องเงื่อนไขต่าง ๆ รายการส่งเสริมการขายแบบใดที่ดีและ เหมาะสมที่สุด ด้วยระดับการศึกษาที่เหมาะสมซึ่งเป็น คุณลักษณะที่ดีในการเข้าทำงาน ลักษณะของอาชีพรวมถึงช่วงอายุและรายได้ดังกล่าวก็ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสในการสร้างฐานทางการเงินที่ดี และเริ่มมีความมั่นคง มีกำลังซื้อและเป็นช่วงวัยที่มีเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้ อีกทั้ง สถานภาพโสดไม่มีภาระครอบครัวสามารถทำให้การตัดสินใจในการใช้บริการทางการท่องเที่ยวได้ดีกว่า

เมธยา แสนใจยา (2544) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทยศึกษาพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศและเพื่อศึกษาข้อเสนอแนะในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศของคนไทย โดยใช้แบบสอบถาม (ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย , ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย , แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางไปต่างประเทศของคนไทยลักษณะแบบสอบถามปลายปิด และปลายเปิด) และใช้ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-Test กับกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยใช้วิธี Scheffe สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำหรับรูป SPSS For Window โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี ป.ตรี สถานภาพสมรส รายได้ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ได้รับข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เหตุผลในการเดินทางคือเพื่อพักผ่อน เหตุผลที่เลือกไปประเทศนั้นๆ คือ ความสะดวกในการเดินทาง ส่วนใหญ่มีการเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว มีความถี่ในการท่องเที่ยวแล้วแต่โอกาส ระยะเวลาในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลา 5 วัน และทวีปเอเชียเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางครั้งต่อไป

รุจิรา คุณเลิศ(2550) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง “ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่าจากการเก็บข้อมูลกลุ่มประชากรตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ 300 คนโดยการศึกษาได้ใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดพร้อมกับการทดสอบปัญหาที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่มีความแปรปรวนไม่คงที่ รวมทั้งทำการทดสอบการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างด้วยตัวแปรหุ่นพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติภายในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ $\alpha=0.01$ คือรายได้ของนักท่องเที่ยวและอายุของนักท่องเที่ยวโดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แต่ระยะเวลาในการพำนักรักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เพศไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

วรรณกรรมต่างประเทศ

The surveys of consumer finance (SCF) Stavins (2002), Klee (2006), Schuh and Stavins (2010) และ Mann (2011) พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรของผู้บริโภค (socio-demographic characteristics) มีผลต่อการเข้าถึงเครื่องมือการชำระเงิน

Stavins (2002) พบว่า การเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แต่ละชนิดของผู้บริโภค ได้แก่ เอทีเอ็ม การฝากเงินโดยตรง การชำระเงินโดยตรง บัตรเครดิต บัตรเดบิต การโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ และinternet banking ส่วนมากปรับเปลี่ยนตาม ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพ แต่ไม่มีรูปแบบปัจจัยกระทบที่แน่นอนตายตัว

$$\begin{aligned} \text{electronic} = & \beta_0 + \beta_1 \text{income} + \beta_2 \text{networth} + \beta_3 \text{age} + \beta_4 \text{education} \\ & + \beta_5 \text{female} + \beta_6 \text{homeowner} + \beta_7 \text{married} + \beta_8 \text{family} \\ & + \beta_9 \text{employment} + \beta \text{census} + \omega \end{aligned}$$

ประมาณ Logit โดย

$$\Delta \log \frac{P}{1-P} = \beta \Delta x$$

โดยที่ P คือความน่าจะเป็นในการใช้เครื่องมือการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่กำหนดคือสัมประสิทธิ์โดยประมาณและ x คือตัวแปรที่มีผลกระทบที่เราพยายามประเมิน การเขียนสมการข้างต้นใหม่ผลของการเพิ่มใน x ด้วย 1 คือ

$$\Delta P \approx 6[P(1-P)]$$

นอกเหนือจากการถดถอยของ logit แล้วจำนวนของเครื่องมือการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ชนิดต่าง ๆ ที่ใช้โดยผู้ถูกประเมินนั้นเป็นฟังก์ชันของลักษณะทางประชากรศาสตร์ชุดเดียวกัน โดยทั่วไปแรงงานที่มีรายได้หรือการศึกษาสูงกว่าแต่งงานหรือเป็นเจ้าของบ้านมีแนวโน้มที่จะใช้การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เกือบทุกประเภท

3. วิธีการศึกษา

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงวิธีการและการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เครื่องมือในการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ของคนไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศเป้าหมายที่คนไทยเลือกเดินทางไปมากที่สุดในปี พ.ศ. 2561 – 2562 ที่ผ่านมา ซึ่งการศึกษานี้อาจเป็นแนวทางเพื่อนำไปใช้พัฒนาเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) สำหรับนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพขึ้นไป ดังนั้น เมื่อได้ทราบปัจจัยที่กำหนดแล้วจะทำการจัดลำดับความสำคัญแต่ละปัจจัยว่าปัจจัยต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับแล้ว ปัจจัยไหนที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นของคนไทยมากกว่ากัน

เรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น นี่เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือเชิงปริมาณ ได้แก่ การจัดทำแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากประชากรชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มจำนวน 400 คน เพื่อสอบถามถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาใช้วิธีทางสถิติเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ได้รับคำตอบจากสมมติฐานที่ตั้งต่อไป

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้จะทำการสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ โดย จะแบ่งเป็นกระบวนการทำวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิทำโดยวิธีการออกแบบสอบถามเป็นลักษณะข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross Section Data) เนื่องจากขอบเขตประชากรที่ทำการศึกษาคือ คนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น และด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานการณ์ COVID - 19 ในขณะเก็บข้อมูลทำให้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างของประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามที่ต้องการอย่างไม่มีหลักเกณฑ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ได้จากการให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นมาแล้วตอบแบบถาม โดยวิธีการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์เพียงอย่างเดียว เนื่องจาก

ระยะเวลาที่ผู้วิจัยทำการศึกษาอยู่ในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัส COVID 19 ซึ่งรวมกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษา ได้ทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ TARO YAMANE ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากสูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

โดย	n	=	ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้
	N	=	จำนวนประชากรที่ทราบค่า
	E	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

จำนวนประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ จากข้อมูลณ ปี พ.ศ. 2562 ของ JTB Tourism Research & Consulting Co. มีจำนวน 1,318,977 คน เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{1,318,977}{1+1,318,977(0.05)^2} = 399.88 \approx 400$$

เพราะฉะนั้น ในการศึกษานี้จะใช้ประชากรทั้งหมดประมาณ 400 คน โดยข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้ถือเป็น ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการศึกษาและออกแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น โดยการค้นคว้าจากงานวิจัยต่าง ๆ หนังสือ สื่อออนไลน์ ข้อมูลจากทางหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนของประเทศไทยและทางประเทศญี่ปุ่นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยฉบับนี้ คือ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Japan National Tourism Organization หรือ JNTO) JTB Tourism Research & Consulting Co. ศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Intelligence Center) กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว (Department of Tourism) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sport) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) เป็นต้น

● รูปแบบของแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้แบ่งเป็น 3 ส่วนสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามทางด้านประชากรศาสตร์หรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยจะเป็นพฤติกรรมการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น รูปแบบการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ประสบการณ์ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในด้านการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินสำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการของการให้บริการ ด้านกายภาพ รวมไปถึงด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งาน รวมไปถึงทัศนคติ การรับรู้ถึงปัญหาและความคิด ความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นแล้ว

บางส่วนของแบบสอบถามจะมีลักษณะการให้ตอบแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนด ดังนี้

5 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินประเภทใดประเภทหนึ่ง (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากที่สุด

4 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินประเภทใดประเภทหนึ่ง (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มาก

3 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินประเภทใดประเภทหนึ่ง (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ปานกลาง

2 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินประเภทใดประเภทหนึ่ง (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อย

1 หมายถึง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินประเภทใดประเภทหนึ่ง (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยที่สุด

โดยทำการหาความกว้างของชั้นที่ได้แบ่งที่ได้แบ่งระดับแต่ละปัจจัยที่มีผลออกเป็น 5 ระดับเท่า ๆ กัน โดยระดับ 5 คือค่าคะแนนที่มากที่สุด และระดับที่ 1 คือค่าคะแนนที่น้อยที่สุด นำไปคำนวณจากสูตร

$$\begin{aligned} \text{Range} &= \frac{\text{Max}-\text{Min}}{n} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ทำให้สามารถกำหนดเกณฑ์การพิจารณาระดับความสำคัญปัจจัยได้ คือ

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 4.21 – 5.00 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด , เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 3.41 – 4.21 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาก , เห็นด้วยมาก

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 2.61 – 3.40 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกปานกลาง ,
 เฉยๆ

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 1.81 – 2.60 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเล็กน้อย , ไม่
 เห็นด้วย

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 1.00 – 1.80 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเล็กน้อยที่สุด ,
 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนนี้จะใช้ข้อมูลจากขั้นตอนการเก็บข้อมูลมาใช้วิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น และทำการหาระดับความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติทั้งหมด

สถิติพรรณนา (Descriptive Method) จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในด้านการอธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยนำข้อมูลนั้นมาทำการอธิบายลักษณะโดยทั่วไป และจะแสดงผลการวิเคราะห์ออกมาในรูปตัวเลข ค่าที่คำนวณได้ จากการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ในการศึกษาแบบพฤติกรรมการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น รูปแบบการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ประสบการณ์ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในด้านการท่องเที่ยว รวมถึง ทศนคติ ความคิดเห็น การเลือกเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative Method) จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นแล้ว โดยในการปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยยึดตามวัตถุประสงค์ที่ทำการศึกษา ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก แบบ Binary Logistic ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ประยุกต์มาจากการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะข้อมูลเป็นเชิงคุณภาพหรือตัวแปรตามมีลักษณะเป็นตัวแปรหุ่น ที่ต้องเผชิญกับการเลือก 2 ทางหรือมีค่าได้ 2 ค่า ได้แก่ ค่า 0 และ ค่า 1 โดยจะแบ่งเป็นรูปแบบของความน่าจะเป็น (Probability) ที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ได้ดังนี้ คือ

Prop 1 (เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ) และ Prop 0 (ไม่เกิดเหตุการณ์ที่สนใจ) ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้ กำหนดให้ ผลของการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่าย (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น เป็นตัวแปรตาม (Y) โดยให้มีค่าได้เพียง 2 ค่า คือ

$Y = 1$ คือ การตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

$Y = 0$ คือ ตัดสินใจไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (เงินสด) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

3.2 การกำหนดตัวแปร

การกำหนดตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษา เพื่อวิเคราะห์ถึงตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่าย (เงินสด บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น จะกำหนดตัวแปรอิสระให้สอดคล้องกับแบบสอบถามที่ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ในการกำหนดตัวแปรอิสระเพื่อให้สอดคล้องกับตัวแปรที่จะหาค่า ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านรูปแบบ ลักษณะพฤติกรรมในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมถึงปัจจัยด้านทัศนคติ การรับรู้ และปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นแต่ละครั้ง กลุ่มหรือบุคคลที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นด้วย งบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ฤดูกาลที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น จำนวนครั้งในการเดินทางไปญี่ปุ่นต่อปี ประเภทค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น การเลือกที่พัก

3.3 การประมาณค่าด้วยแบบจำลองโลจิต

แบบจำลองโลจิต (Logit Model) คือ การนำเอาฟังก์ชันโลจิสติกส์มาใช้ในการวิเคราะห์ผลการเปลี่ยนของค่าตัวแปรอิสระที่มีต่อความน่าจะเป็น เพื่อหาค่าตัวแปรที่เราต้องการ โดยตัวแปรตามนั้นมีค่าได้เพียง 2 ค่า คือ $Y = 0$ และ $Y = 1$ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ไม่ได้อยู่ในรูปเชิงเส้น โดยจะอยู่ในรูป

$$E(Y) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 x}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 x}}$$

เมื่อนำมาประยุกต์เพื่อหาความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งคือ โอกาสที่กลุ่มตัวอย่างเลือกรูปแบบการเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) Prop (Y = 1) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดในแบบทดสอบ ดังต่อไปนี้

$$E(Y_i) = P_i \text{ (event) หรือเหตุการณ์ที่สนใจ} = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 x}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 x}} \quad \text{_____} \quad (1)$$

สมการที่ (1) คือ Logistic Response Function มีการแจกแจงความถี่สะสมแบบ Logistic ซึ่งค่า $E(Y_i)$ จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรอิสระ (X) เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ซึ่งมีหลายตัวแปร โดยขนาดของอิทธิพลปัจจัยย่อย (X) สามารถบอกได้ด้วยค่า β หรือค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรอิสระ โดยเขียนความสัมพันธ์ได้ คือ

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 Sex_i + \beta_2 Age_i + \beta_3 Sta_i + \beta_4 Edu_i + \beta_5 Occ_i + \beta_6 Income_i \\ + \beta_7 Day_i + \beta_8 Who_i + \beta_9 Obj_i + \beta_{10} Bud_i + \beta_{11} Pay_i \\ + \beta_{12} Season_i + \beta_{13} Freq_i + \beta_{14} Cost_i + \beta_{15} Shop_i + \beta_{16} Accom_i \\ + U_i$$

เมื่อตัวแปรอิสระที่เราสนใจมีจำนวนมาก ($X \geq 2$) ทำให้ Logistic Response Function ของสมการที่ 1 กลายเป็น

$$P_i(\text{event) หรือเหตุการณ์ที่สนใจ} = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n}} \quad \text{_____} \quad (2)$$

$$P_i \text{ ไม่เกิดเหตุการณ์} = 1 - P \text{ (เกิดเหตุการณ์)}$$

จากนั้นทำการปรับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามให้อยู่ในรูปเชิงเส้น โดยการหาค่า Odd Ratio จะได้ Logistic Response Function คือ

$$\ln(\text{Odds}) = \ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = X_i$$

$$\text{หรือ } \ln(\text{Odds}) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n$$

โดยกำหนดให้ $Y_i = 1$ ถ้ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์

$Y_i = 0$ ถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่เลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์

$P_i(\text{event}) = P_i$ กลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามซึ่งเป็นชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นและเลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์

X_i = Function ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

U_i = Error Term

$\ln$ = Natural Logarithms ($\log_e X$)

(โดยให้ i เป็นตัวอย่างของคนที่เลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์และไม่เลือกใช้เครื่องมือชำระค่าใช้จ่ายแบบอิเล็กทรอนิกส์)

การประมาณค่าพารามิเตอร์

การประมาณค่าพารามิเตอร์ของการศึกษานี้ จะใช้การประมาณความน่าจะเป็นสูงสุด หรือ Maximum Likelihood ด้วยสมการ

$$L = \prod_{i=1}^n \left(\frac{1}{1 + e^{-x\beta_i}} \right)$$

ระดับนัยสำคัญที่พิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Credit Card , Debit Card หรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่านทาง QR Code) เพื่อใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น จะพิจารณาที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

3.4 สมมติฐานการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Credit Card , Debit Card หรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่านทาง QR Code) เพื่อใช้จ่ายของชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ผู้วิจัยมีสมมติฐานในการศึกษาว่า ปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ

เพศ (Gender)

ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นมีประเภทสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย อีกทั้งยังมีโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษมากมายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้น เพศหญิงที่มีเอกลักษณ์ในด้านการเก็บรายละเอียด มักมีความสนใจในการใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ประเภทต่าง ๆ ในการชำระเงินมากกว่าเพศชาย

อายุ (Age)

ระดับอายุมีผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยคนที่มีอายุมากกว่าจะให้ความสนใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่ากลุ่มคนที่มีอายุน้อย เพราะมีความสามารถในการรับรู้นวัตกรรม เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วน้อยกว่า

สถานภาพ (Status)

สถานภาพมีผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยกลุ่มคนที่มีสถานภาพโสด จะให้ความสนใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า กลุ่มคนที่มีสถานภาพสมรส และหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ เนื่องจากกลุ่มคนที่มีสถานภาพโสดอาจมีความจำเป็นต้องมีการวางแผนทางการเงินมากกว่ากลุ่มคนที่มีสถานภาพสมรส และหย่าร้างหรือแยกกันอยู่

ระดับการศึกษา (Education)

ผู้มีระดับการศึกษาสูงมักมีรายละเอียดในการใช้ชีวิตที่มากขึ้น มีค่านิยมสนใจในการเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้นและสามารถเพิ่มรูปแบบการใช้เครื่องมือการชำระเงินประเภทต่าง ๆ ได้ ดังนั้นกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาสูงอาจจะสนใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า

อาชีพ (Occupation)

อาชีพที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มีความแตกต่างกันแต่เนื่องด้วยแต่ละอาชีพมีบริบท เช่น วันหยุด เวลาในการทำงาน เวลาพักผ่อน ที่ไม่เหมือนกัน

รายได้ (Income)

รายได้มีผลต่อการตัดสินใจเครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สุทธิต่อเดือนสูง อาจมีเครดิตเพื่อขออนุมัติวงเงินในการเลือกใช้บัตรเครดิตมากกว่าผู้ที่มีรายได้สุทธิต่ำกว่า ดังนั้น กลุ่มคนที่มีระดับรายได้ต่อเดือนที่สูงกว่าจะสนใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า

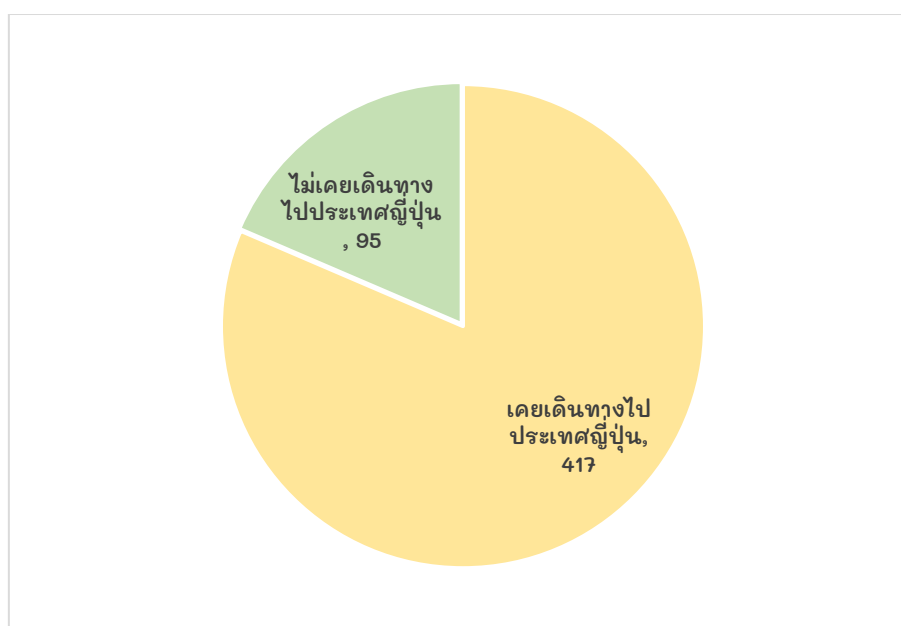
4. ผลการศึกษา

ในบทนี้จะแสดงผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ซึ่งผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากการเก็บแบบสอบถามที่สุ่มจากชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยทำการวิเคราะห์จากการเก็บแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 26 ซึ่งผู้ศึกษาได้แบ่งผลการศึกษา ดังนี้

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

การเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยเก็บจากการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เพราะระยะเวลาการแจกแบบสอบถามอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 19 มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 512 ตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วยคนที่เคยไปประเทศญี่ปุ่น 417 ชุด และไม่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น 95 คน แต่ผู้วิจัยได้ทำการเลือกนำผลมาวิเคราะห์เพียงแค่จำนวน 412 ตัวอย่าง เนื่องจากมีบางแบบสอบถามไม่สามารถใช้งานได้ ซึ่งสามารถแสดงได้ดังกราฟดังต่อไปนี้

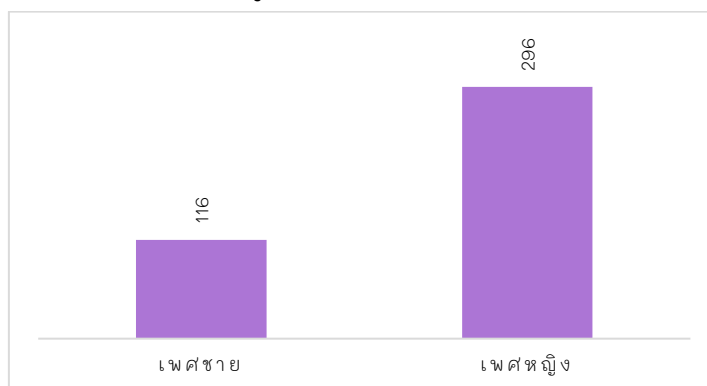
แผนภาพที่ 4 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

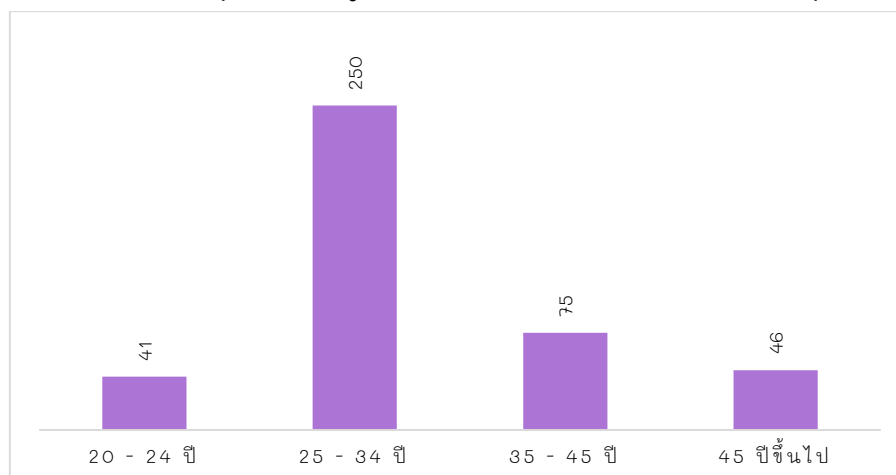
ด้านเพศ พบว่าผู้ที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นแบ่งเป็น เพศชายทั้งหมด 116 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 เป็นเพศหญิง 296 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8

แผนภาพที่ 5 แสดงเพศของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



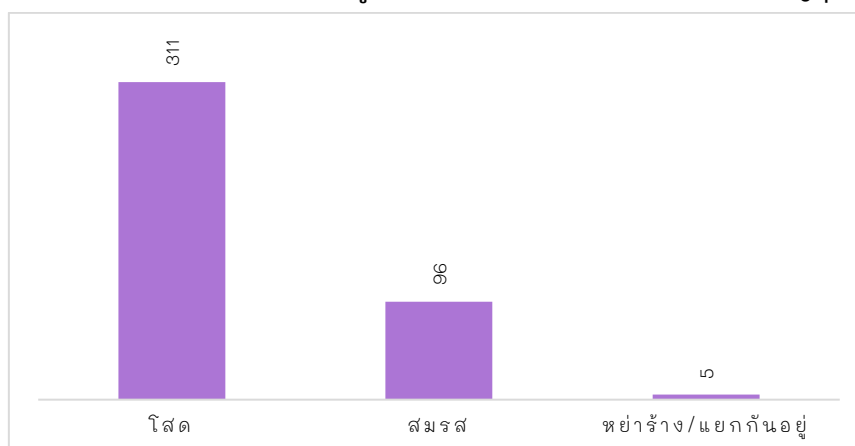
ด้านอายุ พบว่าผู้ที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นช่วงอายุที่เดินทางไปมากที่สุดคือช่วง 25 – 34 ปี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 อายุ 35 – 45 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ช่วง 45 ปีขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และสุดท้ายช่วง 20 – 24 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

แผนภาพที่ 6 แสดงอายุของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



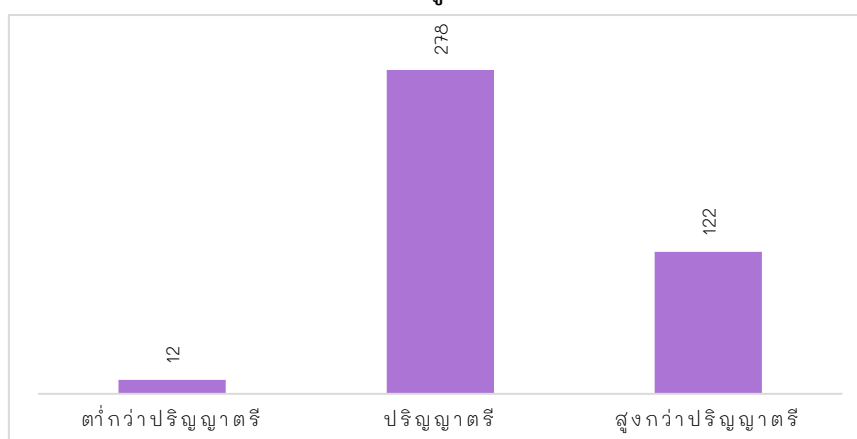
ด้านสถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 75.5 รองลงมาสมรส จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และหย่าร้างหรือแยกกันอยู่จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 1.2

แผนภาพที่ 7 แสดงสถานภาพของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



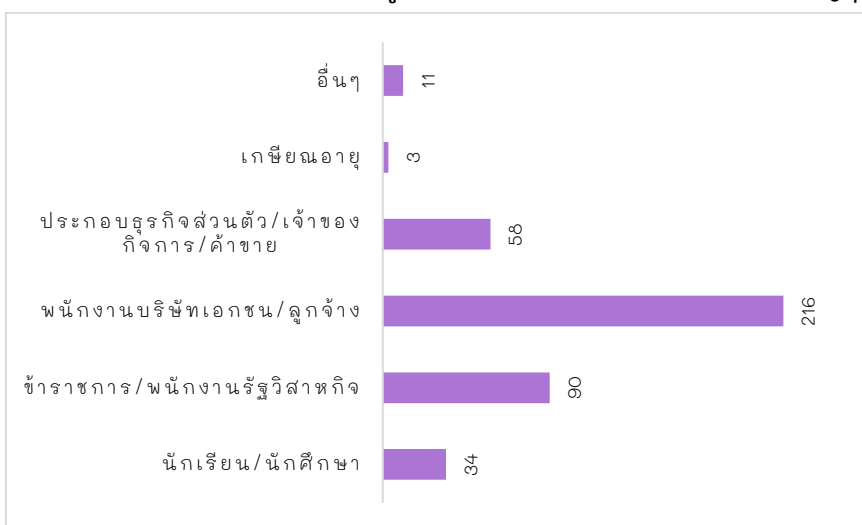
ด้านระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่ระดับการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่าจำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 ลำดับรองลงมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

แผนภาพที่ 8 แสดงระดับการศึกษาของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



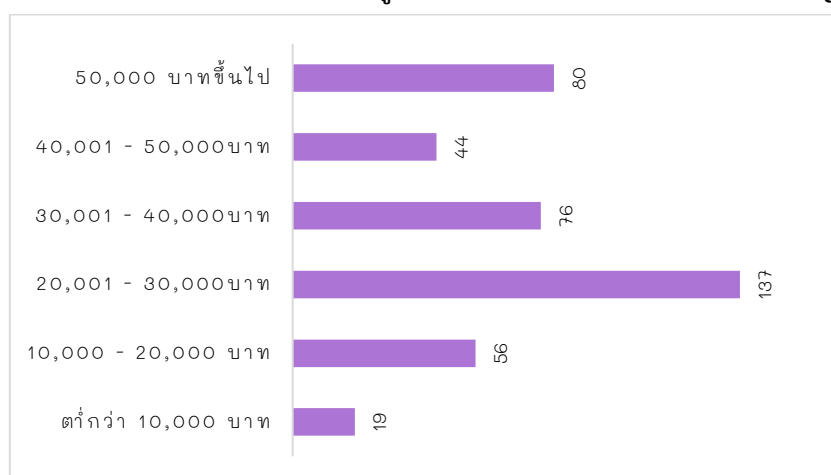
ด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชนหรือลูกจ้างบริษัทต่าง ๆ อาทิเช่น พนักงานภาคพื้นของสายการบินต่าง ๆ พนักงานธนาคาร จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4)ลำดับถัดมาเป็นข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รวมถึงพนักงานในกำกับของรัฐ พนักงานราชการ พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา เป็นต้น จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นเจ้าของกิจการ รวมถึงค้าขาย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 นักเรียน นักศึกษาจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 เลือกออาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เกษตรกร ฟรีแลนซ์ หน่วยงาน มัคคุเทศก์ ล่าม เป็นต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และลำดับสุดท้ายเกษียณอายุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

แผนภาพที่ 9 แสดงอาชีพของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



ด้านรายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาทจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ลำดับถัดไปคือมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 รายได้อยู่ในช่วง 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 ช่วงรายได้ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ช่วงรายได้ 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 และลำดับสุดท้ายมีรายได้ได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ซึ่งจากผลที่ได้อาจไม่ความเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทอาจเลือกเดินทางไปประเทศอื่น ๆ ทางยุโรป อเมริกาหรือทางประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียมากกว่า โดยแสดงรายละเอียดดังตาราง

แผนภาพที่ 10 แสดงรายได้ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น



เมื่อแยกพิจารณากับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นและเคยใช้จ่ายผ่านเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 และ ผู้ที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นซึ่งแต่ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือเลือกใช้เพียงแค่เงินสดในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 จากกลุ่มตัวอย่าง รายละเอียดจะแสดงดังตาราง

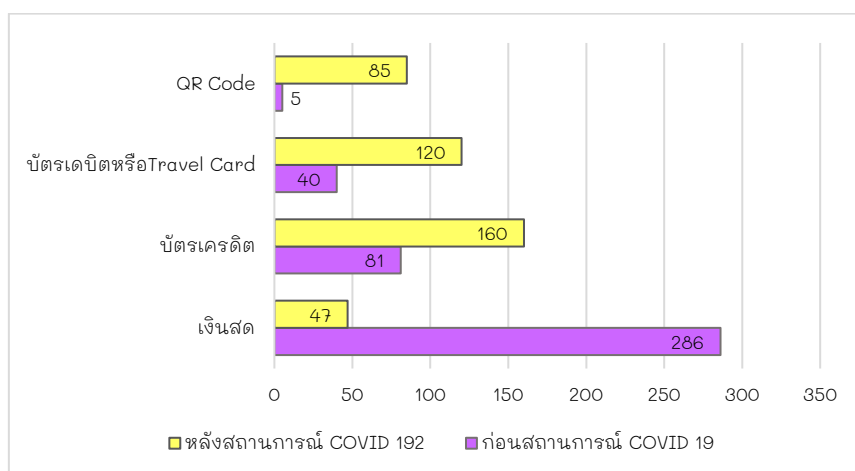
ตารางแสดงรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

คนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	ร้อยละ
เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (ใช้บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ QR Code)	126	30.6
ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด)	286	69.4
รวม	412	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

จากนั้นเมื่อทำการแยกจำนวนผู้เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินประเภทต่าง ๆ ก่อนสถานการณ์แพร่ระบาด COVID 19 และหลังสถานการณ์ COVID 19 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก โดยผู้ที่เลือกชำระเงินผ่านเงินสดก่อนสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 แต่หลังสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ซึ่งแตกต่างจากเดิมประมาณร้อยละ 58 ผู้ที่เลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิต (Credit Card) ก่อนสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 แต่หลังสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 19.1 ผู้ที่เลือกชำระเงินผ่านบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card ก่อนสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 แต่หลังสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 19.4 และสุดท้ายผู้ที่เลือกชำระเงินด้วยแอปพลิเคชันผ่าน QR Code ก่อนสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 แต่หลังสถานการณ์ COVID 19 จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากเดิมประมาณร้อยละ 19.4 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ได้โดยดังรูป

แผนภาพที่ 11 แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องมือการชำระเงินกับจำนวนผู้เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ก่อนสถานการณ์แพร่ระบาด COVID 19 และหลังสถานการณ์ COVID 19

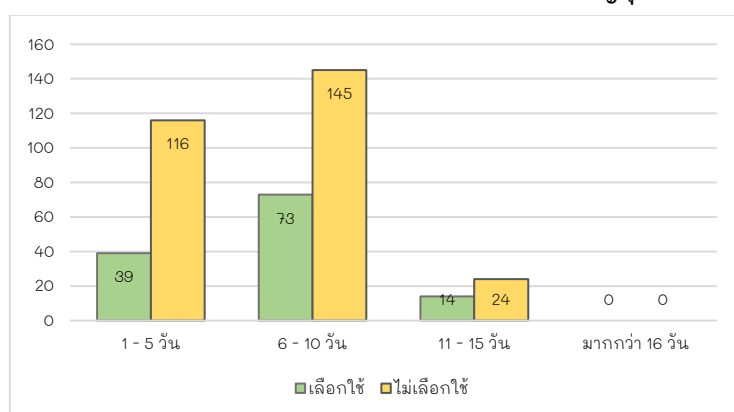


4.2 ด้านพฤติกรรมของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างในส่วนนี้จะ เป็นข้อมูลจากแบบสอบถามในส่วนนี้ จะเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่น ผู้เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นด้วย วัตถุประสงค์ของการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นงบประมาณเพื่อค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น ผู้ออกค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น ฤดูกาลที่เลือกเดินทาง ประเภทที่พัก จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นต่อปี ประเภทการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น และสินค้าหมวดต่าง ๆ ที่คนไทยนิยมเลือกใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ครั้งนี้ 412 ตัวอย่าง

ระยะเวลาที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่น

แผนภาพที่ 12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

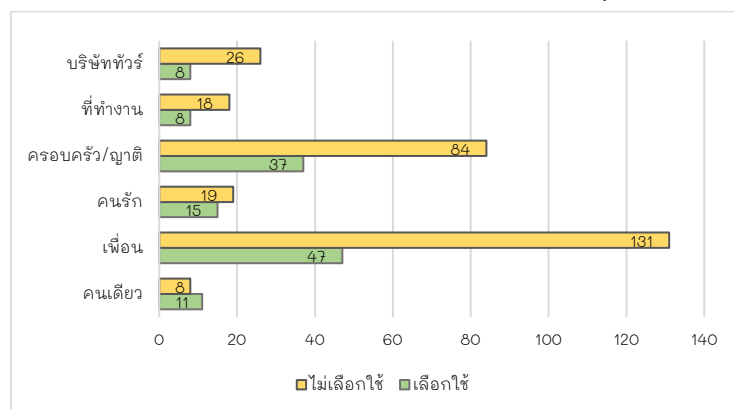


จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมักเลือกเดินทาง 6 - 10 วัน จำนวน 73 และ 145 คน เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีความสวยงามทางธรรมชาติอันเป็นที่

ล่าช้ากันมาก และมีชื่อเสียงในระดับโลก เช่น ภูเขาไฟฟูจิ หรือ ต้นซากุระ อังดงาม การไปชมปากปล่องภูเขาไฟที่ยังคุกรุ่นอยู่ หรือจะเป็นหิมะชาวโพลน ก็ล้วนแต่หาไม่ได้ในเมืองไทย

กลุ่มคนหรือผู้เดินทางในประเทศญี่ปุ่น

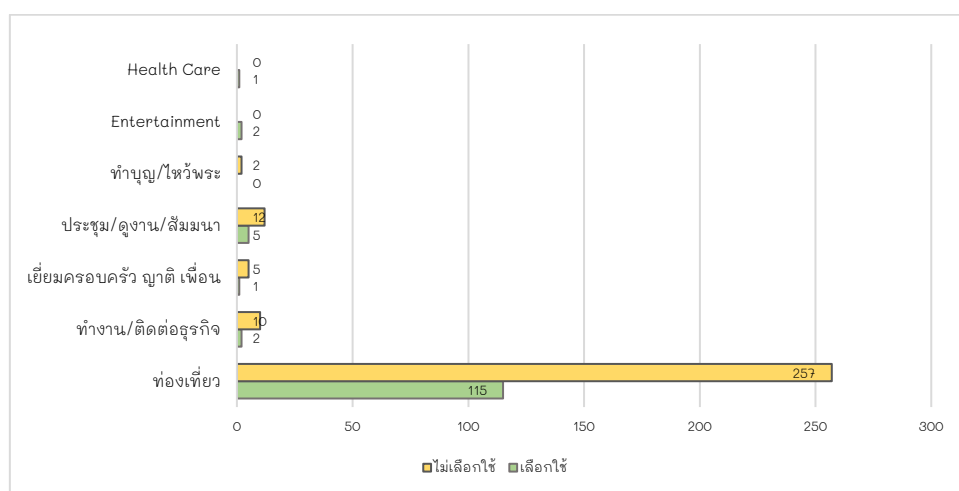
แผนภาพ 13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนหรือผู้เดินทางในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น



จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนหรือผู้เดินทางในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น พบว่าส่วนใหญ่นิยมไปกับเพื่อน จำนวน 131 และ 47 คน ถัดมาเดินทางไปกับครอบครัวและญาติ จำนวน 84 และ 37 คนตามลำดับ

วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

แผนภาพ 14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

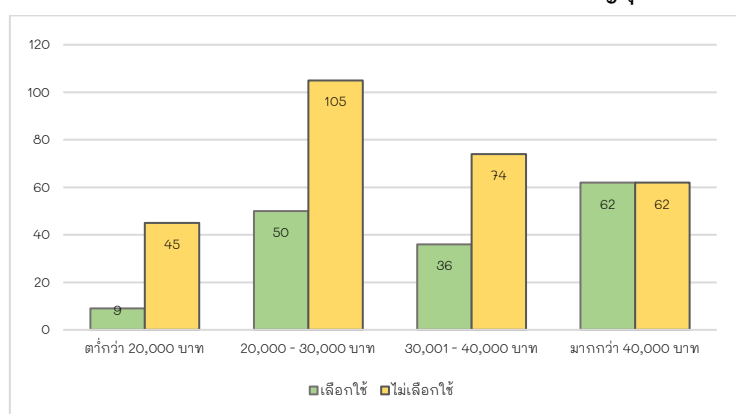


จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น พบว่าส่วนใหญ่นิยมเดินทางไป

เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนในประเทศญี่ปุ่น จำนวน 257 และ 115 คนตามลำดับ เนื่องจาก ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ค่อนข้างมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีระบบการคมนาคมที่ดี สามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาลบ้านเมืองค่อนข้างมีความเป็นระเบียบ ผู้คนเป็นมิตรและรู้สึกได้ถึงความปลอดภัย ดังนั้นการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในประเทศญี่ปุ่นจึงเป็นเหตุผลหลักๆในการตัดสินใจไปประเทศญี่ปุ่น

งบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่น

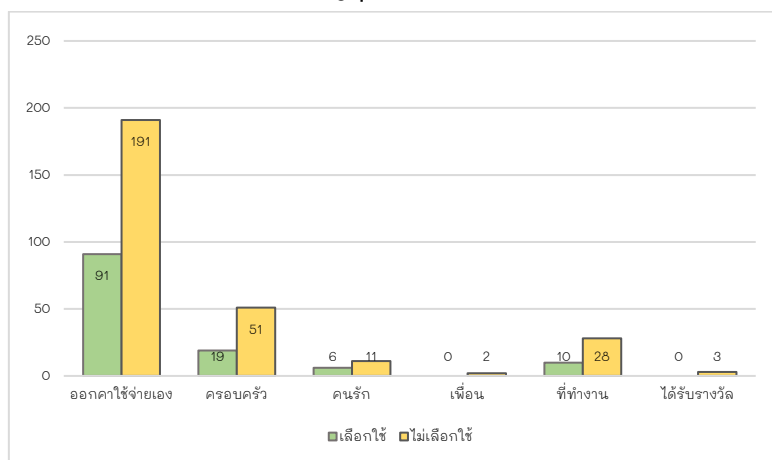
แผนภาพ 15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างงบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น



จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง งบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) ในการใช้จ่าย เลือกในช่วง 20,000 - 30,000 บาท มากที่สุดจำนวน 105 คน และต่ำกว่า 20,000 บาทน้อยที่สุด จำนวน 45 คน ในส่วนของผู้ที่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เลือกช่วงงบประมาณในการใช้จ่ายมากกว่า 50,000 บาทมากที่สุด จำนวน 62 คน และน้อยที่สุดในช่วงต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 9 คนตามลำดับ ซึ่งอาจมีความเป็นไปได้ที่ การใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มีความสะดวกมากกว่า ลดความกังวลในส่วนของเงินทอนต่าง ๆ และมีอัตราประโยชน์ในการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

ผู้ออกค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

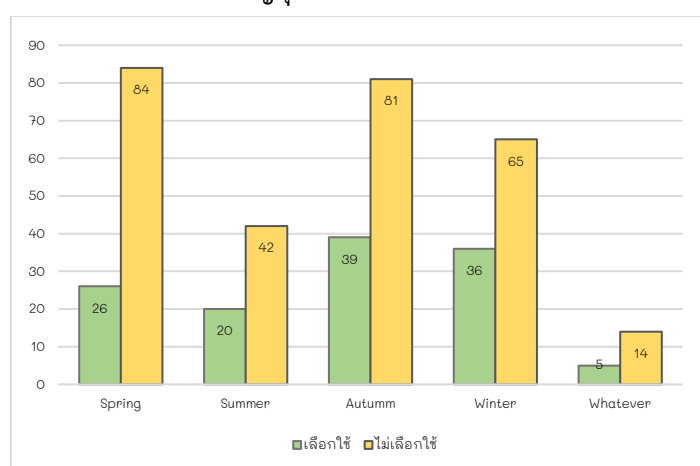
แผนภาพ 16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ออกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น



จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ออกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) ในการใช้จ่ายออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเองมากที่สุดจำนวน 191 คน และเพื่อนออกค่าใช้จ่ายให้ น้อยที่สุด จำนวน 2 คน ในส่วนของผู้ที่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเองมากที่สุดเช่นกัน จำนวน 91 คน และน้อยที่สุดคือคนรักออกค่าใช้จ่ายให้ จำนวน 3 คนตามลำดับ

ฤดูกาลที่เลือกไปประเทศญี่ปุ่น

แผนภาพ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างฤดูกาลที่เลือกไปประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น



จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ฤดูกาลที่เลือกไปประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกใช้เครื่องมือ

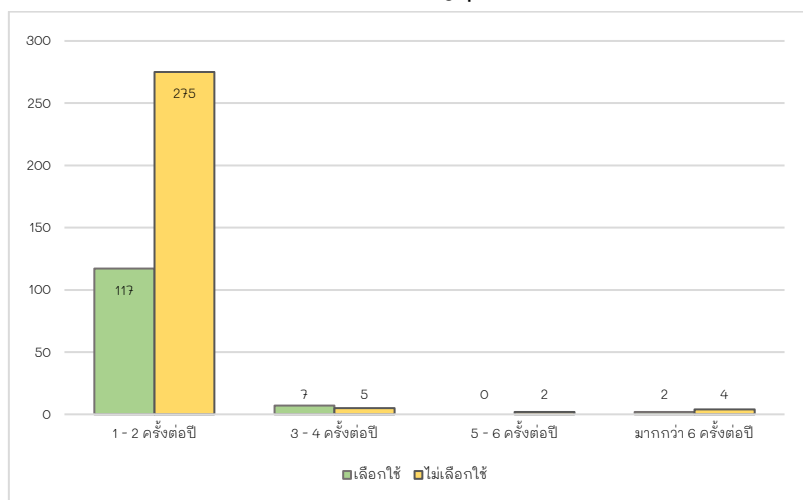
การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) เลือกฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม - พฤษภาคม) มากที่สุดจำนวน 84 คน และลำดับถัดมาเลือกฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน - พฤศจิกายน) เป็นอันดับสอง จำนวน 81 คน ในส่วนของผู้ที่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) นิยมเลือกฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน - พฤศจิกายน) มากที่สุด จำนวน 39 คน และฤดูหนาว (ธันวาคม - กุมภาพันธ์) เป็นอันดับถัดมา จำนวน 36 คน ซึ่งอาจเป็นสาเหตุเนื่องจาก การเลือกไปประเทศญี่ปุ่น ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม - พฤษภาคม) เป็นช่วงที่สภาพอากาศดีมากไม่หนาวเกินไปและก็ไม่ร้อนสามารถเดินเที่ยวได้สบายสุด ๆ อย่างในโตเกียวเดือนมีนาคมเฉลี่ยแล้วอุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 5 องศา และช่วงกลางวันจะอยู่ประมาณ 13 องศา อีกทั้งยังเป็นช่วงที่ซากุระบาน ซึ่งแน่นอนว่าเทศกาลชมซากุระนับเป็นไฮไลท์การท่องเที่ยวในฤดูนี้ เพราะทั่วทั้งญี่ปุ่นนักท่องเที่ยวสามารถชมซากุระได้หลากหลายสถานที่ทั้งวัด ศาลเจ้า หรือจุดชมวิวต่าง ๆ อีกเพียบ อีกอย่างหนึ่งในช่วงต้นๆ เดือนพฤษภาคมของญี่ปุ่นจะเป็นช่วง Golden Week ซึ่งจะเป็นวันหยุดยาวของชาวญี่ปุ่น ข้อดีของการมาเที่ยวช่วงนี้คือความเจียบสงบแม้เมืองใหญ่ๆ อย่างโตเกียว แต่ที่น่าจะเป็นข้อเสียที่เห็นได้ชัดๆ ก็เป็นร้านค้าที่ปิดกันเยอะมาก ๆ

การฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน - พฤศจิกายน) เป็นช่วงที่มีสภาพอากาศช่วงต้นๆ จะเย็นกำลังดี ปลายๆ ก็จะหนาวๆ หน่อยแต่ไม่มากเท่าฤดูหนาว อุณหภูมิช่วงกลางวันจะประมาณ 17 องศาและตอนกลางคืนจะประมาณ 9 องศา ช่วงนี้นับว่าเป็นอีกช่วงยอดนิยมของนักท่องเที่ยวเพราะอากาศเย็นๆ ไม่หนาวเกินไป แล้วยังจะได้สัมผัสกับธรรมชาติอันงดงามของใบไม้เปลี่ยนสีทั่วทั้งญี่ปุ่นอีกต่างหาก การได้เห็นใบไม้เปลี่ยนเป็นสีแดงสีส้มไปหมดก็ทำให้มันสวยงามแปลกตาไป ซึ่งเราสามารถหาที่ชมใบไม้เปลี่ยนสีได้หลายจุดทั้งวัด ศาลเจ้า และจุดชมวิวต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาตินี้

ฤดูหนาว (ธันวาคม - กุมภาพันธ์) เป็นช่วงที่มีอากาศหนาวครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ ช่วงนี้เทศกาลจะแน่นและมีบรรยากาศความคึกคักในการท่องเที่ยวค่อนข้างเยอะ ในช่วงกลางคืนในเดือนธันวาคมถึงมกราคม มักจะมีการประดับประดาไฟอย่างสวยงามตามท้องถนนไปจนถึงจุดแลนด์มาร์กต่างๆ แลเทศกาลน่าสนใจจำนวนมาก เช่น เทศกาลหิมะซัปโปโร เทศกาลหิมะโอตา รวมทั้งยังมีกิจกรรมที่เราสามารถทำได้อย่างการเล่นสกีตามสกีรีสอร์ทไปจนถึงแค่การได้เล่นบอร์ดธรรมดา

จำนวนครั้งที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นต่อปี

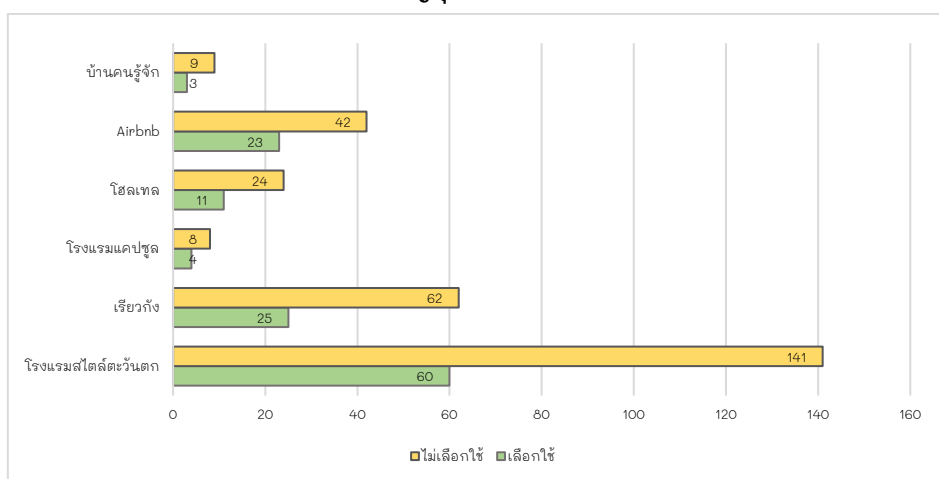
แผนภาพ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นต่อปีกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น



จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง จำนวนครั้งที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นต่อปีกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) และ ผู้ที่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) นิยมเลือก 1 – 2 ครั้งต่อปีมากที่สุด จำนวน 275 และ 117 คน ตามลำดับ

การเลือกประเภทที่พักในประเทศญี่ปุ่น

แผนภาพ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกประเภทที่พักในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

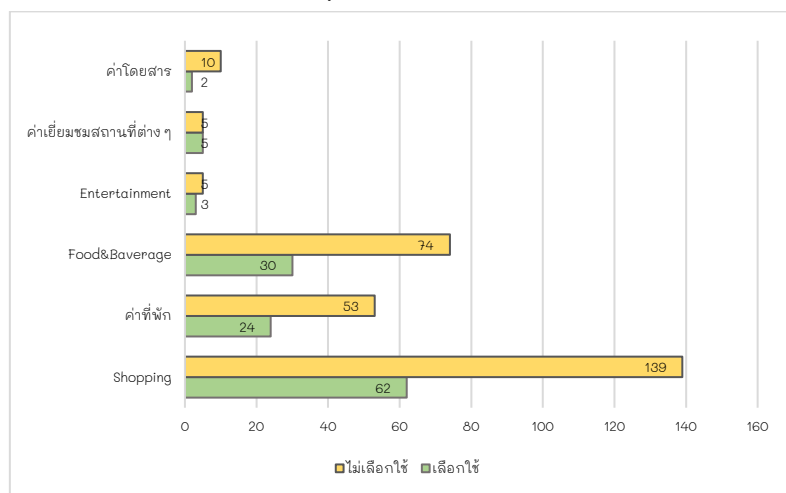


จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทที่พักในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) เลือกการพักโรงแรมสไตล์ตะวันตกมากที่สุด จำนวน 141 คนถัด

มาเป็นที่พักแบบเรียวกังหรือที่พักสไตล์ญี่ปุ่น จำนวน 62 คน และ ผู้ที่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) นิยมเลือกโรงแรมสไตล์ตะวันตกมากที่สุด จำนวน 60 คน และที่พักแบบเรียวกังหรือที่พักสไตล์ญี่ปุ่น จำนวน 25 คน

ประเภทค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

แผนภาพ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

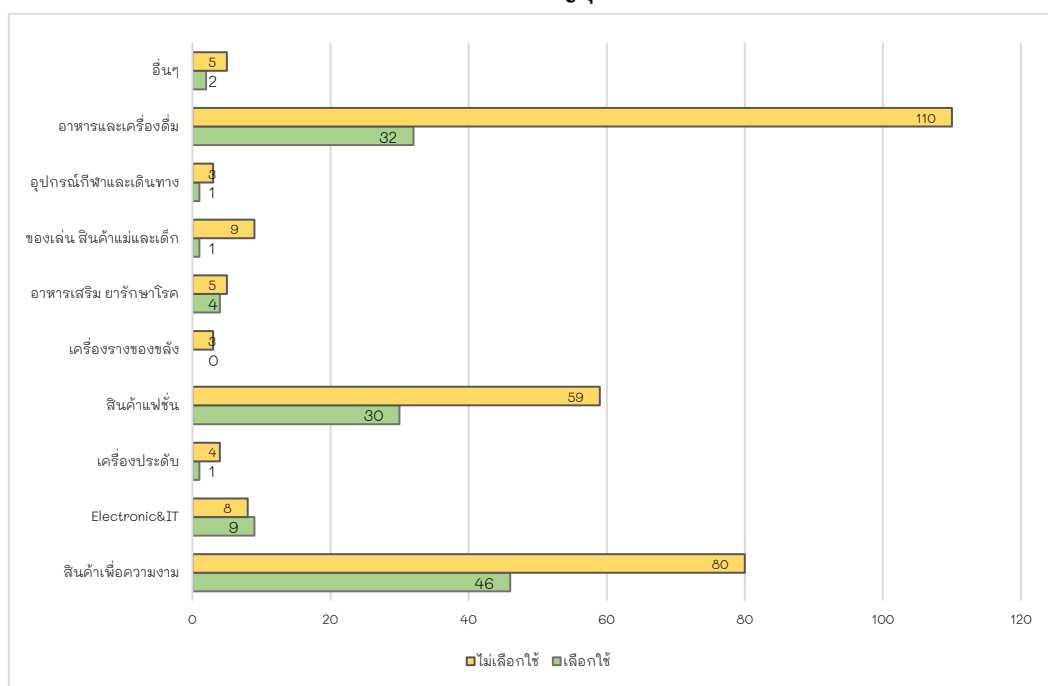


จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) เลือกการใช้จ่ายเพื่อ Shopping มากที่สุด จำนวน 139 คนถัดมาเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 74 คน และ ผู้ที่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) นิยมเลือกการใช้จ่ายเพื่อ Shopping มากที่สุดเช่นกัน เป็นจำนวน 62 คนถัดมาเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 30 คน เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นนั้นมีแหล่งช้อปปิ้งเยอะมากๆ ไม่ว่าจะเป็นตามห้างสรรพสินค้า เอาท์เล็ต ตลาด หรือแม้กระทั่งย่านยอดนิยมต่างๆ อีกทั้งยังมีสินค้าที่ค่อนข้างหลากหลาย ถ้าเป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ชอบเครื่องสำอางเพราะญี่ปุ่นก็มีแบรนด์ประจำชาติหลายแบรนด์ อีกทั้งของแบรนด์เนมมือสองก็เป็นที่ยอมรับ แม้กระทั่งของใช้จิปาละต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่รู้กันว่าญี่ปุ่นถนัดมากเรื่องสร้างสรรค์สิ่งของตัวอย่างนอกจากจะน่ารักน่าใช้ อีกทั้งรัฐบาลญี่ปุ่นเองได้มีการกระตุ้นและมีนโยบายเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายของชาวต่างชาติอีกด้วย

ในส่วนของการอาหารญี่ปุ่นถือ เป็นหัวใจหลักของการมาเยือนประเทศนี้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการสัมผัสรสชาติแบบต้นตำหรับ อีกทั้งยังมีอาหารทะเลสดๆ ซึ่งมีราคาสูงกว่าเมื่อนำเข้าประเทศไทย เช่น หอยเม่น อีกทั้งอาหารญี่ปุ่นมีให้เลือกหลากหลายและยังแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน เพราะแต่ละโซนจะมีรสชาติที่แตกต่างกันไป อย่างโอซาก้าก็จะมีความเข้มข้นกว่าแถวๆ โตเกียว

หมวดหมู่สินค้าที่มีการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

แผนภาพ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหมู่สินค้าที่มีการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น



จากกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง หมวดหมู่สินค้าที่มีการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นกับจำนวนผู้เลือกและไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) เลือกการใช้จ่ายแก่อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด จำนวน 110 คนถัดมาเป็นสินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ น้ำหอม จำนวน 80 คน และ สินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า แว่นตา กระเป๋า เป็นต้น จำนวน 59 คน ในส่วนของผู้ที่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) นิยมเลือกสินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ น้ำหอมมากที่สุด จำนวน 46 คน ถัดมาเป็นอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 32 คน สินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า แว่นตา กระเป๋า เป็นต้น จำนวน 30 คน ตามลำดับ

เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว ที่มีชื่อเสียงมากมายและมีราคาถูกกว่าเมื่อนำเข้าประเทศไทย และยังมีคุณภาพที่ค่อนข้างดี อาทิเช่น THREE, Shiseido, Hada Labo, Kanebo, DHL เป็นต้น จึงอาจเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ผู้หญิงที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นหลาย ๆ คน ต้องซื้อสินค้าหมวดนี้กลับไทยทุกครั้งที่มีโอกาสไปเยือนญี่ปุ่น สินค้าอีกหมวดหมู่ที่น่าสนใจคือ สินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า แว่นตา กระเป๋า เป็นต้น ถือเป็นสินค้ายอดนิยมที่คนไทยไปแล้วต้องหิ้วกลับมาแทบทุกราย ไม่ว่าจะเป็นรองเท้าแบรนด์ดังเช่น Onitsuka Tiger ซึ่งมีความหลากหลายมากกว่า และยังมีราคาถูกกว่าเมื่อนำเข้าประเทศไทย กระเป๋า Anello ซึ่งเป็นที่นิยมมากในหมู่คนไทย และเสื้อผ้าแบรนด์ต่าง ๆ เช่น

Uniqlo ซึ่งมีให้เลือกเยอะกว่า บางคอลเลคชั่นไม่มีในเมืองไทย จึงทำให้เป็นหมวดสินค้ายอดนิยมที่มีการเลือกจำนวนมาก

สุดท้าย สินค้าในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากอาหารญี่ปุ่นถือ มักเป็นหัวใจหลักของการมาเยือนประเทศนี้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการสัมผัสรสชาติจากวัตถุดิบสดใหม่แบบต้นตำหรับ อีกทั้งยังมีผลไม้ของญี่ปุ่นที่ขึ้นชื่อเรื่องคุณภาพที่มีชื่อเสียงดังไกลไปในระดับโลก ถึงแม้ว่าหลายๆอย่างสามารถหาซื้อกินในไทยได้แต่มีราคาสูงมาก ดังนั้นการซื้อผลไม้ญี่ปุ่นจะเห็นว่าหลายๆอย่างทั้งสดกว่าถูกกว่าแถมยังอร่อยกว่ามาก เช่น สตอร์เบอรี่ เมล่อน องุ่น ลูกพีช สามารถซื้อหาได้ตามตลาดทั่วไปในราคาที่จับต้องได้ โดยถ้าไปฤดูกาลของผลไม้เหล่านั้นๆ จะสามารถหาซื้อได้ง่ายและมีรสชาติดีขึ้นอีกด้วย อีกทั้งถ้ายังสามารถไปเที่ยวแบบฟาร์มก็มีฟาร์มผลไม้ที่หมุนเวียนกันไปทุกฤดู

4.3 การหาค่าความถี่จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น โดยเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเลือกตอบหลายคำตอบจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นว่าเคยใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่ ประเภทไหนบ้าง จากกลุ่มตัวอย่าง 412 คนพบว่า มีจำนวนผู้ที่เคยเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.6 ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4

โดยกลุ่มผู้เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นและเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 126 คน เลือกการชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในประเทศญี่ปุ่นโดยบัตรเครดิต (Credit Card) จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code น้อยที่สุดจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 โดยมีรายละเอียดแสดงดังตาราง

ตารางที่ 4 แสดงประเภทเครื่องมือการชำระเงินเพื่อใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นซึ่งเคยเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

ประเภทเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
บัตรเครดิต (Credit Card)	84	66.7	66.7
บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card	38	30.2	96.8
แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	4	3.2	100.0
รวม	126	100.0	263.5

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการใช้จ่ายโดยใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับเพศ

เครื่องมือการชำระเงิน	เพศชาย	ร้อยละ	เพศหญิง	ร้อยละ	รวม
บัตรเครดิต (Credit Card)	25	19.8	59	46.8	84
บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card	15	11.9	23	18.3	38
แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	2	1.6	2	1.6	4
รวม	42	33.3	84	66.7	126

เมื่อพิจารณาประเภทเครื่องมือชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับตัวแปรทางด้านเพศ พบว่า เพศชายเลือกชำระเงินผ่านช่องทางบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุดจำนวน 25 คน รองลงมาเลือกใช้บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 15 คน และลำดับสุดท้ายเลือกแอปพลิเคชันผ่าน QR Code จำนวน 2 คน ในส่วนของเพศหญิงเลือกการชำระเงินผ่านช่องทางบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุดเช่นกัน จำนวน 59 คน เลือกบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 23 คน และช่องทางแอปพลิเคชันผ่าน QR Code น้อยที่สุดจำนวน 2 คน

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเครื่องมือการชำระเงินช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับอายุ

เครื่องมือการชำระเงิน	20 - 24	ร้อยละ	25 - 34	ร้อยละ	35 - 45	ร้อยละ	45 ปีขึ้นไป	ร้อยละ	รวม
บัตรเครดิต (Credit Card)	8	6.3	48	38.1	19	15.1	9	7.1	84
บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card	3	2.4	20	15.9	8	6.3	7	5.6	38
แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	0	0	2	1.6	1	0.8	1	0.8	4
รวม	11	8.7	70	55.6	28	22.2	17	13.5	126

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาประเภทเครื่องมือชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับตัวแปรทางด้านช่วงอายุ พบว่า ช่วงอายุ 20 – 24 ปี เลือกการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุดจำนวน 8 คน และบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 3 คน ถัดมาช่วงอายุ 25 – 34 ปี เลือกการชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิต (Credit Card) จำนวน 48 คน เลือกใช้บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 20 คน และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code น้อยที่สุดจำนวน 2 คน ช่วงอายุ 35 – 45 ปี เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุดเช่นกัน จำนวน 19 คน เลือกใช้บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 8 คน และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code น้อยที่สุดจำนวน 1 คน และสุดท้ายช่วงอายุ 45 ปีขึ้นไป เลือกการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 9 คน และบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 7 คน คน และแอปพลิเคชันผ่าน QR Code น้อยที่สุดจำนวน 1 คน

ตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเครื่องมือการชำระเงินช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับสถานภาพ

เครื่องมือการชำระเงิน	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ	หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	ร้อยละ	รวม
บัตรเครดิต (Credit Card)	65	51.6	19	15.1	0	0	84
บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card	24	19.0	12	9.5	2	1.6	38
แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	2	1.6	2	1.6	0	0	4
รวม	91	72.2	33	26.2	2	1.6	126

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาประเภทเครื่องมือชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับตัวแปรทางด้านสถานภาพ พบว่า ผู้มีสถานภาพโสดเลือกการชำระเงินโดยช่องทางบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 65 คน ลำดับถัดไปเลือกบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 24 คนและเลือกแอปพลิเคชันผ่าน QR Code เพียง 2 คน ถัดไปผู้ที่มีสถานภาพสมรสเลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 19 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 12 คนและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code น้อยที่สุดจำนวน 2 คน และสุดท้ายผู้ที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่เลือกชำระเงินผ่านทางบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card ทั้งหมด จำนวน 2 คน

ตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเครื่องมือการชำระเงินช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับระดับการศึกษา

เครื่องมือการชำระเงิน	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ร้อยละ	ปริญญา ตรี	ร้อยละ	สูงกว่า ปริญญา ตรี	ร้อยละ	รวม
บัตรเครดิต (Credit Card)	0	0	56	44.4	28	22.2	84
บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card	1	0.8	28	22.2	9	7.1	38
แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	0	0	4	3.2	0	0	4
รวม	1	0.8	88	69.8	37	29.4	126

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาประเภทเครื่องมือชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับตัวแปรทางด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เลือกการชำระเงินโดยช่องทางบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 1 คนเท่านั้น ถัดไปผู้ที่มีจบการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 56 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ

Travel Card จำนวน 28 คนและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code น้อยที่สุดจำนวน 4 คน และสุดท้ายผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีเลือกชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 28 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 9 คน

ตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเครื่องมือการชำระเงินช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับรายได้

เครื่องมือการชำระเงิน	ต่ำกว่า 10,000	ร้อยละ	10,000 – 20,000	ร้อยละ	20,001 – 30,000	ร้อยละ	30,001 – 40,000	ร้อยละ	40,001 – 50,000	ร้อยละ	มากกว่า 50,000	ร้อยละ	รวม
บัตรเครดิต (Credit Card)	1	0.8	11	8.7	30	23.8	12	9.5	9	7.1	21	16.7	84
บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card	1	0.8	6	4.8	9	7.1	5	4.0	8	6.3	9	7.1	38
แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	0	0	0	0	1	0.8	2	1.6	0	0	1	0.8	4
รวม	2	1.6	17	13.5	40	31.7	19	15.1	17	13.5	31	24.6	126

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาประเภทเครื่องมือชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับตัวแปรทางด้านรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เลือกการชำระเงินโดยช่องทางบัตรเครดิต (Credit Card) และบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card เท่ากันเพียงช่องทางละ 1 คนเท่านั้น ถัดไปผู้มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท เลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 11 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 6 คน ผู้ที่มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 คนนิยมเลือกชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 30 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 9 คน และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code จำนวน 1 คน ผู้ที่มีรายได้ในช่วง 30,001 – 40,000 คน เลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 12 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 5 คน และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code จำนวน 2 คน ที่มีรายได้ในช่วง 40,001 – 50,000 คน

เลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 9 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 8 คน สู้ทำยผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน เลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 21 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 9 คน และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code จำนวน 1 คน

ตาราง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทเครื่องมือการชำระเงินช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับอาชีพ

เครื่องมือการชำระเงิน	นักเรียนนักศึกษา	ร้อยละ	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	ร้อยละ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ร้อยละ	ธุรกิจส่วนตัว	ร้อยละ	เกษียณ	ร้อยละ	อาชีพ อื่นๆ	ร้อยละ	รวม
บัตรเครดิต (Credit Card)	3	2.4	21	16.7	45	35.7	8	6.3	1	0.8	6	4.8	84
บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card	3	2.4	11	8.7	17	13.5	7	5.6	0	0	0	0	38
แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	0	0	1	0.8	3	2.4	0	0	0	0	0	0	4
รวม	6	4.8	33	26.2	65	51.6	15	11.9	1	0.8	6	4.8	126

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

เมื่อพิจารณาประเภทเครื่องมือชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับตัวแปรทางด้านอาชีพ พบว่า นักเรียน นักศึกษา เลือกการชำระเงินโดยช่องทางบัตรเครดิต (Credit Card) และบัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card เท่ากันเพียงช่องทางละ 3 คนเท่านั้น ถัดไปผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 21 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 11 คน และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code จำนวน 1 คน ผู้ที่มีพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้างนิยมเลือกชำระเงินผ่านทางบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 45 คน บัตรเดบิต

(Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 17 คน และ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code จำนวน 3 คน ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว เจ้าของกิจการ หรือค้าขาย เลือกการชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 8 คน บัตรเดบิต (Debit Card) หรือ Travel Card จำนวน 7 คน ผู้เกษียณอายุ เลือกเพียงแค่การชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 1 คน สุดท้ายผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น ไกด์ ล่าม ฟรีแลนซ์ เลือกเพียงแค่การชำระเงินแบบบัตรเครดิต (Credit Card) มากที่สุด จำนวน 6 คน

ในด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการใช้งาน โดยส่วนนี้จะทำการวัดระดับความพึงพอใจ จากคำถามที่ให้เลือกตอบระดับความพึงพอใจแล้วนำมาวัดระดับความพึงพอใจแล้วนำมาวัดระดับความสำคัญ โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ซึ่งการศึกษานี้ได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณา ระดับความสำคัญ คือ

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 4.21 – 5.00 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด , เห็นด้วยมากที่สุด

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 3.41 – 4.21 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาก , เห็นด้วยมาก

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 2.61 – 3.40 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกปานกลาง , เฉยๆ

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 1.81 – 2.60 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกน้อย , ไม่เห็นด้วย

คะแนนที่อยู่ในช่วงระดับความสำคัญ 1.00 – 1.80 แสดงว่า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกน้อยที่สุด , ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยมีรายละเอียดผลการศึกษาดังนี้

ตารางแสดงระดับความสำคัญในด้านปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

ปัจจัย	จำนวน กลุ่ม ตัวอย่าง	ค่าเฉลี่ย	ค่า ความคลาด เคลื่อน	ระดับ ความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์				
● เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มีรูปลักษณะที่ทันสมัย สวยงาม	126	4.15	0.837	สำคัญมาก
	126	4.53	0.577	สำคัญมากที่สุด
● วงเงินที่สามารถใช้จ่ายได้และวงเงินที่สามารถกดผ่านตู้ในประเทศญี่ปุ่นมีความเพียงพอต่อความต้องการใช้จ่าย				
ด้านราคา				
● อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุล JPY มีความเหมาะสม	126	4.51	0.597	สำคัญมากที่สุด
	126	4.47	0.661	สำคัญมากที่สุด

● อัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
● ผู้ให้บริการมีจำนวนสาขามากเพียงพอที่จะสามารถติดต่อสมัคร ชำระเงินได้อย่างสะดวก	126	4.30	0.736	สำคัญมากที่สุด
● จำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) และตู้กดเงินสด ในประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการ	126	4.30	0.650	สำคัญมากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
● มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ โซเชียลมีเดีย อย่างทั่วถึง	126	4.45	0.661	สำคัญมากที่สุด
● การใช้จ่ายผ่านเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มีสิทธิพิเศษ ส่วนลด โปรโมชั่นหลากหลายเหมาะกับการใช้งานในประเทศญี่ปุ่น	126	4.22	0.811	สำคัญมากที่สุด
ด้านบุคลากร				
● พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) อย่างครบถ้วน	126	4.33	0.699	สำคัญมากที่สุด
	126	4.27	0.797	สำคัญมากที่สุด
● พนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูลและแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตามที่ต้องการได้	126	4.33	0.805	สำคัญมากที่สุด
● พนักงานให้บริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	126	4.35	0.658	สำคัญมากที่สุด
● พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ดี				
ด้านกระบวนการของการให้บริการ				
● ผู้ให้บริการอนุมัติหรือสามารถเปิดใช้งานได้รวดเร็ว	126	4.37	0.648	สำคัญมากที่สุด
	126	4.51	0.619	สำคัญมากที่สุด

● ขั้นตอนการสมัครและใช้งาน เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน ● รายละเอียดในการใช้จ่ายถูกต้องและชัดเจน	126	4.56	0.747	สำคัญมากที่สุด
ด้านกายภาพ ● ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถาบันผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ● ผู้ให้บริการมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ● เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้งานเพื่อให้บริการมีความทันสมัย	126 126 126	4.55 4.51 4.52	0.716 0.588 0.575	สำคัญมากที่สุด สำคัญมากที่สุด สำคัญมากที่สุด
ด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งาน ● การใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย พกพาง่าย ได้ดีกว่าการใช้เงินสด ● ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้การใช้งาน เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ได้โดยง่าย	126 126	4.62 4.58	0.580 0.561	สำคัญมากที่สุด สำคัญมากที่สุด
Valid N (listwise)	126	4.4215	0.67615	

4.4 การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity)

ตารางที่ XX แสดง

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0.243	0.309	-0.788	0.431		
	Sex	0.086	0.051	0.084	1.698	0.966	1.035
	Age	0.045	0.037	0.078	1.222	0.577	1.733
	Status	0.003	0.058	0.003	0.052	0.958	1.327
	Education	0.016	0.046	0.017	0.346	0.729	1.079
	Occupation	-0.036	0.025	-0.073	-1.453	0.147	1.082
	Income	0.019	0.020	0.060	0.964	0.336	1.666
	Day	0.066	0.040	0.090	1.655	0.099	1.248
	Who	0.002	0.019	0.007	0.118	0.906	1.289
	Obj	0.001	0.031	0.002	0.035	0.972	1.146
	Bud	0.008	0.025	0.018	0.334	0.738	1.212
	Whopaid	-0.008	0.021	-0.021	-0.383	0.702	1.305
	Season	0.041	0.018	0.111	2.229	0.026	1.042
	Freq	0.035	0.095	0.019	0.371	0.711	1.117
	Cost	0.008	0.022	0.018	0.350	0.726	1.110
	Shop	-0.021	0.007	-0.154	-3.028	0.003	1.093
	Accom	0.017	0.016	0.057	1.099	0.272	1.150

a. Dependent Variable: Payment1

การตรวจสอบ Multicollinearity จะเลือกใช้ค่า Variance inflation factor (VIF) หรือค่า Tolerance หรือค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่งโดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้

Variance inflation factor (VIF) ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรมากกว่า 2 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง

Tolerance หากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity

Eigen Value หากค่า Eigen Value ตัวที่มากที่สุดมีค่า มากกว่าหรือเท่ากับ 10 แสดงว่าเกิด Multicollinearity

จากผลการทดสอบ พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.577 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน นั่นคือ ไม่เกิด Multicollinearity

ค่า VIF ที่มีค่ามากที่สุด 1.733 ซึ่งน้อยกว่า 2 นั่นคือ ไม่เกิด Multicollinearity เช่นกัน

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) จากการประมาณค่าด้วยแบบจำลองโลจิสติก

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นนี้จะทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่กำหนดขึ้นกับตัวแปรตามด้วยวิธี Binary Logistic Regression ในที่นี้จะใช้สมการในการวิเคราะห์ คือ

$$\begin{aligned}
 Y_i = & \beta_0 + \beta_1 Sex1_i + \beta_2 Age2_i + \beta_3 Age3_i + \beta_4 Age4_i + \beta_5 Sta1_i + \beta_6 Sta2_i + \beta_7 Edu2_i \\
 & + \beta_8 Edu3_i + \beta_9 Occ1_i + \beta_{10} Occ2_i + \beta_{11} Occ3_i + \beta_{12} Occ4_i + \beta_{13} Occ5_i + \beta_{14} Inc2_i \\
 & + \beta_{15} Inc3_i + \beta_{16} Inc4_i + \beta_{17} Inc5_i + \beta_{18} Inc6_i + \beta_{19} Day1_i + \beta_{20} Day2_i + \beta_{21} Day3_i \\
 & + \beta_{22} Who2_i + \beta_{23} Who3_i + \beta_{24} Who4_i + \beta_{25} Who5_i + \beta_{26} Obj1_i + \beta_{27} Obj2_i \\
 & + \beta_{28} Obj3_i + \beta_{29} Obj4_i + \beta_{30} Obj5_i + \beta_{31} Obj6_i + \beta_{32} Bud2_i + \beta_{33} Bud3_i + \beta_{34} Bud4_i \\
 & + \beta_{35} Bud5_i + \beta_{36} Pay1_i + \beta_{37} Pay2_i + \beta_{38} Pay3_i + \beta_{39} Pay4_i + \beta_{40} Pay5_i \\
 & + \beta_{41} Season1_i + \beta_{42} Season3_i + \beta_{43} Season4_i + \beta_{44} Season5_i + \beta_{45} Freq1_i \\
 & + \beta_{46} Freq2_i + \beta_{47} Freq3_i + \beta_{48} Cost1_i + \beta_{49} Cost2_i + \beta_{50} Cost3_i + \beta_{51} Cost5_i \\
 & + \beta_{52} Cost6_i + \beta_{53} Shop1_i + \beta_{54} Shop2_i + \beta_{55} Shop3_i + \beta_{56} Shop4_i + \beta_{57} Shop5_i \\
 & + \beta_{58} Shop6_i + \beta_{59} Shop7_i + \beta_{60} Shop8_i + \beta_{61} Shop9_i + \beta_{62} Shop10_i + \beta_{63} Accom1_i \\
 & + \beta_{64} Accom2_i + \beta_{65} Accom3_i + \beta_{66} Accom4_i + \beta_{67} Accom5_i + U_i
 \end{aligned}$$

โดยที่ Y เป็นตัวแปรตามมีค่าได้ 2 ค่า คือ

Y = 0 ไม่เลือกใช้เครื่องมือชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด) ใช้ชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

Y = 1 เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ใช้ชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

โดยผู้วิจัยคาดว่า การทำวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจ การใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ใช้ชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น โดยสมการในการวิเคราะห์ คือ

$$\begin{aligned}
 Y_j = & \beta_0 + \beta_1 Sex1_j + \beta_2 Age2_j + \beta_3 Age3_j + \beta_4 Age4_j + \beta_5 Sta1_j + \beta_6 Sta2_j + \beta_7 Edu2_j + \beta_8 Edu3_j \\
 & + \beta_9 Occ1_j + \beta_{10} Occ2_j + \beta_{11} Occ3_j + \beta_{12} Occ4_j + \beta_{13} Occ5_j + \beta_{14} Inc2_j + \beta_{15} Inc3_j + \beta_{16} Inc4_j \\
 & + \beta_{17} Inc5_j + \beta_{18} Inc6_j + \beta_{19} Day1_j + \beta_{20} Day2_j + \beta_{21} Day3_j + \beta_{22} Who2_j + \beta_{23} Who3_j \\
 & + \beta_{24} Who4_j + \beta_{25} Who5_j + \beta_{26} Obj1_j + \beta_{27} Obj2_j + \beta_{28} Obj3_j + \beta_{29} Obj4_j + \beta_{30} Obj5_j \\
 & + \beta_{31} Obj6_j + \beta_{32} Bud2_j + \beta_{33} Bud3_j + \beta_{34} Bud4_j + \beta_{35} Bud5_j + \beta_{36} Pay1_j + \beta_{37} Pay2_j \\
 & + \beta_{38} Pay3_j + \beta_{39} Pay4_j + \beta_{40} Pay5_j + \beta_{41} Season1_j + \beta_{42} Season3_j + \beta_{43} Season4_j \\
 & + \beta_{44} Season5_j + \beta_{45} Freq1_j + \beta_{46} Freq2_j + \beta_{47} Freq3_j + \beta_{48} Cost1_j + \beta_{49} Cost2_j + \beta_{50} Cost3_j \\
 & + \beta_{51} Cost5_j + \beta_{52} Cost6_j + \beta_{53} Shop1_j + \beta_{54} Shop2_j + \beta_{55} Shop3_j + \beta_{56} Shop4_j + \beta_{57} Shop5_j \\
 & + \beta_{58} Shop6_j + \beta_{59} Shop7_j + \beta_{60} Shop8_j + \beta_{61} Shop9_j + \beta_{62} Shop10_j + \beta_{63} Accom1_j \\
 & + \beta_{64} Accom2_j + \beta_{65} Accom3_j + \beta_{66} Accom4_j + \beta_{67} Accom5_j + U_j
 \end{aligned}$$

กำหนดให้ j เป็นผู้ใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code โดยที่ Y เป็นตัวแปรตามมีค่าได้ 2 ค่า คือ

$Y = 0$ ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอื่น ๆ (ใช้เงินสด บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

$Y = 1$ เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบ แอปพลิเคชันผ่าน QR Code เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

ตารางแสดงแสดงการกำหนดตัวแปร และความหมายของตัวแปรอ้างอิง

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร	ตัวแปรที่เป็นกลุ่มอ้างอิง
Sex	Sex 1 = เพศชาย	Sex = เพศหญิง
Age	Age 1 = 25 – 34 ปี Age 2 = 35 – 45 ปี Age 3 = 45 ปีขึ้นไป	Age = 20 – 24 ปี
Sta	Sta 1 = โสด Sta 2 = สมรส	Status = หย่าร้าง/แยกกันอยู่
Edu	Edu 1 = ระดับปริญญาตรี Edu 2 = สูงกว่าปริญญาตรี	Edu = ต่ำกว่าปริญญาตรี
Occ	Occ 1 = นักเรียน นิสิต นักศึกษา Occ 2 = ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ Occ 3 = พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง Occ 4 = ธุรกิจส่วนตัว เจ้าของกิจการ ค้าขาย Occ 5 = เกษียณอายุ	Occ = อื่น ๆ
Inc	Inc 1 = 10,000 – 20,000 บาท Inc 2 = 20,001 – 30,000 บาท Inc 3 = 30,001 – 40,000 บาท Inc 4 = มากกว่า 50,000 บาท	Inc = ต่ำกว่า 10,000 บาท
Day	Day 1 = 1 – 5 วัน Day 2 = 6 – 10 วัน Day 3 = 11 – 15 วัน	Day = มากกว่า 16 วัน

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร	ตัวแปรที่เป็นกลุ่มอ้างอิง
Who	Who 1 = เพื่อน Who 2 = คู่รัก Who 3 = ครอบครัว /ญาติมิตร Who 4 = ที่ทำงาน (องค์กร / บริษัท)	Who = เดินทางคนเดียว
Obj	Obj 1 = ท่องเที่ยว / พักผ่อน Obj 2 = ทำงาน / ติดต่อธุรกิจ Obj 3 = เยี่ยมครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อน Obj 4 = ประชุม สัมมนา ดูงาน Obj 5 = ทำบุญ ไหว้พระ Obj 6 = การบันเทิง เช่น ชมการแสดง คอนเสิร์ต / กีฬา	Obj = เพื่อรับบริการด้านสุขภาพและความงาม
Bud	Bud 1 = 20,000 – 30,000 บาท Bud 2 = 30,001 – 40,000 บาท Bud 3 = มากกว่า 40,000 บาท	Bud = ต่ำกว่า 20,000 บาท
Pay	Pay 1 = ออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง Pay 2 = สมาชิกในครอบครัว Pay 3 = คู่รัก Pay 4 = เพื่อน Pay 5 = ที่ทำงาน (องค์กร / บริษัท)	Pay = ได้รับรางวัล
Season	Season 1 = ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม - พฤษภาคม) Season 2 = ฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน - พฤศจิกายน) Season 3 = ฤดูหนาว (ธันวาคม - กุมภาพันธ์) Season 4 = ฤดูไหนก็ได้	Season = ฤดูร้อน (มิถุนายน - สิงหาคม)
Freq	Freq 1 = 1 – 2 ครั้งต่อปี Freq 2 = 3 – 4 ครั้งต่อปี Freq 3 = 5 – 6 ครั้งต่อปี	Freq = มากกว่า 6 ครั้งต่อปี

ตัวแปร	ความหมายของตัวแปร	ตัวแปรที่เป็นกลุ่มอ้างอิง
Cost	Cost 1 = Shopping Cost 2 = ค่าที่พัก Cost 3 = ค่าอาหารและเครื่องดื่ม Cost 4 = ค่าเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ Cost 5 = ค่าโดยสาร	Cost = ค่า Entertainment หรือ กิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เช่น การดูโชว์ การแสดงคอนเสิร์ต กีฬา
Shop	Shop 1 = สินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ น้ำหอม Shop 2 = สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไอที เช่น กล้องถ่ายรูป คอมพิวเตอร์ มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า Shop 3 = เครื่องประดับ เช่น นาฬิกา สินค้าจิวเวอรี่ กิ๊ฟช้อป Shop 4 = สินค้าแฟชั่นต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า กระเป๋า แว่นตา Shop 5 = เครื่องราง ของขลัง Shop 6 = อาหารเสริม ยารักษาโรค และผลิตภัณฑ์สุขภาพ Shop 7 = ของเล่น สินค้าแม่และเด็ก Shop 8 = อุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์เพื่อการเดินทาง Shop 9 = อาหารและเครื่องดื่ม เช่น ขนม ผลไม้ตามฤดูกาล	Shop = อื่น ๆ
Accom	Accom 1 = โรงแรมสไตล์ตะวันตก Accom 2 = เรียวกิ้ง Accom 3 = โรงแรมแคปซูล Accom 4 = โฮลเทล Accom 5 = เช่าห้องพัก Airbnb	Accom = บ้านคนรู้จัก

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

โดยในการวิเคราะห์และแปลผลสมการถดถอยโลจิสติกส์ จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้จะแสดง ดังนี้

ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การทดสอบสถิติ Chi-Square ด้วยวิธี Omnibus Tests

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	98.896	66	.005
	Block	98.896	66	.005
	Model	98.896	66	.005

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

จากตารางแสดงผลการทดสอบ Chi-Square ด้วยวิธี Omnibus Tests ของแบบจำลอง โดยการทดสอบแบบจำลองมีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : การเลือกใช้เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ใช้ชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น ไม่ขึ้นกับตัวแปรอิสระ

H_1 : การเลือกใช้เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ใช้ชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น ขึ้นกับตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว

เมื่อพิจารณาผลสถิติทดสอบของแบบจำลองที่ตั้งไว้ พบว่า ค่า Chi – Square เท่ากับ 98.896 และค่า Sig เท่ากับ 0.05 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ทำการปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แสดงให้เห็นว่า การเลือกใช้เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ใช้ชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น ขึ้นกับตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว

ตารางแสดงการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง (Goodness of fit)

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	408.456 ^a	.213	.301
a. Estimation terminated at iteration number 20 because maximum iterations has been reached. Final solution cannot be found.			

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลจากผู้วิจัย

ข้อมูลจากตารางที่ 14 จะแสดงค่า -2 log likelihood การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ (Goodness of fit) คือ 408.456

สำหรับค่า Nagelkerke หรือ Pesudo R^2 เป็นค่าที่บอกสัดส่วน หรือเปอร์เซ็นต์ที่สามารถอธิบายความผันแปรของแบบจำลองนั้นคือมีค่า เท่ากับ 0.301 หรือร้อยละ 30.1 ของความผันแปรสามารถอธิบายได้เชิงสมการโลจิสติกส์ของแบบจำลองนี้ได้

ผลที่ได้จากการ Run Binary Logistic Regression แสดงดังตารางต่อไปนี้

Variables in the Equation							
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Sex(1)	0.451	0.316	2.044	1	0.153	1.571
	Age(1)	-0.062	0.583	0.011	1	0.915	0.939
	Age(2)	0.517	0.697	0.550	1	0.458	1.676
	Age(3)	-0.025	0.791	0.001	1	0.975	0.976
	Status(1)	-1.622	1.320	1.511	1	0.219	0.197
	Status(2)	-1.238	1.340	0.853	1	0.356	0.290
	Education(1)	2.559	1.268	4.077	1	0.043	12.928
	Education(2)	2.609	1.278	4.165	1	0.041	13.583
	Occupation(1)	-2.828	1.063	7.082	1	0.008	0.059
	Occupation(2)	-1.781	0.884	4.054	1	0.044	0.168
	Occupation(3)	-2.026	0.859	5.561	1	0.018	0.132
	Occupation(4)	-2.561	0.932	7.559	1	0.006	0.077
	Occupation(5)	-2.759	1.810	2.324	1	0.127	0.063
	Income(1)	0.504	1.010	0.249	1	0.618	1.655
	Income(2)	0.331	1.047	0.100	1	0.752	1.392
	Income(3)	-0.119	1.089	0.012	1	0.913	0.888
	Income(4)	0.384	1.122	0.117	1	0.732	1.468
	Income(5)	0.360	1.140	0.100	1	0.752	1.434
	Day(1)	23.484	40192.838	0.000	1	1.000	15806285742.670
	Day(2)	23.831	40192.838	0.000	1	1.000	22379876552.528
	Day(3)	24.245	40192.838	0.000	1	1.000	33827765301.610
	Who(1)	-1.790	0.680	6.929	1	0.008	0.167
	Who(2)	-0.732	0.809	0.820	1	0.365	0.481
	Who(3)	-1.419	0.705	4.056	1	0.044	0.242
	Who(4)	-1.576	0.918	2.950	1	0.086	0.207
	Who(5)	-1.414	0.867	2.658	1	0.103	0.243
	Obj(1)	-23.231	40192.963	0.000	1	1.000	0.000
	Obj(2)	-24.467	40192.963	0.000	1	1.000	0.000
	Obj(3)	-23.690	40192.963	0.000	1	1.000	0.000
	Obj(4)	-23.395	40192.963	0.000	1	1.000	0.000
	Obj(5)	-44.315	47282.593	0.000	1	0.999	0.000
	Obj(6)	-0.364	48049.943	0.000	1	1.000	0.695
	Bud(1)	1.184	0.509	5.420	1	0.020	3.267
	Bud(2)	1.270	0.549	5.362	1	0.021	3.562
	Bud(3)	0.928	0.556	2.781	1	0.095	2.529

Whopaid(1)	20.161	21967.805	0.000	1	0.999	570005487.269
Whopaid(2)	20.104	21967.805	0.000	1	0.999	538607373.112
Whopaid(3)	20.054	21967.805	0.000	1	0.999	511915652.176
Whopaid(4)	-1.038	35737.690	0.000	1	1.000	0.354
Whopaid(5)	20.438	21967.805	0.000	1	0.999	751617817.199
Season(1)	-0.109	0.713	0.023	1	0.879	0.897
Season(2)	0.218	0.748	0.085	1	0.771	1.244
Season(3)	0.435	0.707	0.379	1	0.538	1.546
Season(4)	0.799	0.698	1.311	1	0.252	2.223
Freq(1)	-0.718	1.391	0.266	1	0.606	0.488
Freq(2)	0.598	1.624	0.136	1	0.713	1.819
Freq(3)	-21.013	27965.538	0.000	1	0.999	0.000
Cost(1)	-0.039	0.974	0.002	1	0.968	0.962
Cost(2)	0.158	1.006	0.025	1	0.876	1.171
Cost(3)	0.017	1.007	0.000	1	0.987	1.017
Cost(4)	1.550	1.262	1.509	1	0.219	4.711
Cost(5)	-0.714	1.301	0.301	1	0.583	0.490
Shop(1)	0.915	1.086	0.710	1	0.399	2.497
Shop(2)	1.440	1.247	1.333	1	0.248	4.220
Shop(3)	0.190	1.635	0.013	1	0.908	1.209
Shop(4)	0.776	1.087	0.509	1	0.475	2.173
Shop(5)	-19.690	18970.701	0.000	1	0.999	0.000
Shop(6)	1.563	1.331	1.378	1	0.240	4.774
Shop(7)	-1.402	1.622	0.747	1	0.387	0.246
Shop(8)	0.590	1.804	0.107	1	0.744	1.804
Shop(9)	-0.144	1.084	0.018	1	0.894	0.866
Accom(1)	-0.602	0.968	0.387	1	0.534	0.548
Accom(2)	-0.275	1.000	0.076	1	0.783	0.760
Accom(3)	0.137	1.180	0.014	1	0.907	1.147
Accom(4)	-0.171	1.045	0.027	1	0.870	0.843
Accom(5)	0.153	0.999	0.023	1	0.878	1.165
Constant	-20.350	60938.245	0.000	1	1.000	0.000
a. Variable(s) entered on step 1: Sex, Age, Status, Education, Occupation, Income, Day, Who, Obj, Bud, Whopaid, Season, Freq, Cost, Shop, Accom.						

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

เมื่อทำการวิเคราะห์ค่าระดับนัยสำคัญ จากตารางข้างต้น พบว่ามีเพียงตัวแปร Edu 1, Edu 2 , Occ 1 , Occ 2 , Occ 3 , Occ 4 , Who 1 , Who 3 , Bud 1 , Bud 3 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถเขียนเป็นสมการได้ คือ

$$Y_i = -20.350 + 2.559Edu1 + 2.609Edu2 - 2.828Occ1 - 1.781Occ2 - 2.026Occ3 - 2.561Occ4 - 1.790Who1 - 1.419Who3 + 1.184Bud1 + 1.270Bud3$$

โดยตัวแปร	Edu1	คือ การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี
	Edu2	คือ การศึกษาระดับปริญญาตรี
	Occ1	คือ อาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน เกษตรกร พยาบาล ฟรีแลนซ์ ลูกเรือ หน่วยงาน ภาครัฐ วิศวกร
	Occ2	คือ นิสิต นักเรียน นักศึกษา
	Occ3	คือ อาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
	Occ4	คือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง
	Who1	คือ เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นคนเดียว
	Who3	คือ เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับคู่รัก
	Bud1	คือ งบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นต่ำกว่า 20,000 บาท
	Bud2	คือ งบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่นต่ำกว่า 20,000 – 30,000 บาท

1. เพศ (เมื่อกำหนดให้เพศหญิงเป็นตัวแปรอ้างอิง)

กลุ่มตัวอย่างเพศชายจะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น มากกว่าเพศหญิงอยู่ 1.571 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. สถานภาพ (เมื่อกำหนดให้สถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- สถานภาพโสด (Status1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่มีสถานภาพโสดจะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ เท่ากับ 0.197 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- สถานภาพสมรส (Status2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่สถานภาพสมรส มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ เท่ากับ 0.290 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

3. ระดับการศึกษา (เมื่อกำหนดให้ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นตัวแปรอ้างอิง)

- ระดับการศึกษาปริญญาตรี (Edu1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเท่ากับ 12.928 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (Edu2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเท่ากับ 13.583 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

4. อาชีพ (เมื่อกำหนดให้อาชีพอื่น ๆ เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- นักเรียน นิสิต นักศึกษา (Occ1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน นิสิต นักศึกษา จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ เท่ากับ 0.059 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (Occ2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ เท่ากับ 0.168 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง (Occ3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่พนักงานบริษัทเอกชน ลูกจ้าง จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ เท่ากับ 0.132 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน เท่ากับ 1.468 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- รายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือน (Inc5) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือน จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน เท่ากับ 1.434 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

6. ระยะเวลาในประเทศญี่ปุ่น (เมื่อกำหนดให้ ระยะเวลามากกว่า 16 วันในประเทศญี่ปุ่น เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- ใช้ระยะเวลา 1 – 5 วันในประเทศญี่ปุ่น (Day1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่ใช้ระยะเวลา 1 – 5 วันในประเทศญี่ปุ่น (Day1) จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ใช้ระยะเวลาในประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 16 วัน เท่ากับ 1.581×10^0 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ใช้ระยะเวลา 6 – 10 วัน (Day2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่ใช้ระยะเวลา 6 – 10 วัน (Day2) จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ใช้ระยะเวลาในประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 16 วัน เท่ากับ 2.2383×10^0 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ใช้ระยะเวลา 11 – 15 วัน (Day3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ใช้ชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่ใช้ระยะเวลา 11 – 15 วัน (Day3) จะมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ใช้ระยะเวลาในประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 16 วัน เท่ากับ 3.383×10^0 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

7. ผู้ร่วมเดินทางในประเทศญี่ปุ่น (เมื่อกำหนดให้ ผู้ที่เลือกเดินทางคนเดียวในประเทศญี่ปุ่น เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- ผู้ที่เลือกเดินทางกับเพื่อนในประเทศญี่ปุ่น (Who1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางกับเพื่อนในประเทศญี่ปุ่น มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การ

ชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทางคนเดียวในประเทศญี่ปุ่น เท่ากับ 0.167 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- [illegible]

- เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นเพื่อการบันเทิงเช่น ชมการแสดง คอนเสิร์ตหรือกีฬา (Obj6) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นเพื่อการบันเทิงเช่น ชมการแสดง คอนเสิร์ตหรือกีฬา มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นเพื่อรับบริการด้านสุขภาพและความงาม เท่ากับ 0.695 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

9. งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น (เมื่อกำหนดให้ งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่า 20,000 บาท เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น 20,000 – 30,000 บาท (Bud1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่ใช้งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น 20,000 – 30,000 บาท มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่เลือกเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นเพื่อรับบริการด้านสุขภาพและความงาม เท่ากับ 3.267 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น 30,001 – 40,000 บาท (Bud2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่ใช้งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น 30,001 – 40,000 บาท มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ใช้งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่า 20,000 บาท เท่ากับ 3.562 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นมากกว่า 40,000 บาท (Bud3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น 30,001 – 40,000 บาท มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ใช้งบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นน้อยกว่า 20,000 บาท เท่ากับ 2.529 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

10. ผู้ออกค่าใช้จ่าย (เมื่อกำหนดให้ ได้รับรางวัล เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- ออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง (Whopaid1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่ออกค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ได้รับรางวัลในการไปญี่ปุ่น เท่ากับ $5.70e^8$ เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- สมาชิกในครอบครัวออกค่าใช้จ่ายให้ (Whopaid2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่สมาชิกในครอบครัวออกค่าใช้จ่ายให้ มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ได้รับรางวัลในการไปญี่ปุ่น เท่ากับ $5.38 e^8$ เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- คู่รักออกค่าใช้จ่ายให้ (Whopaid3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ คู่รักออกค่าใช้จ่ายให้ มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่ได้รับรางวัลในการไปญี่ปุ่น เท่ากับ $5.12 e^8$ เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- เพื่อนออกค่าใช้จ่ายให้ (Whopaid4) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ เพื่อนออกค่าใช้จ่ายให้ มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่ได้รับรางวัลในการไปญี่ปุ่น เท่ากับ 0.354 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ที่ทำงาน(องค์กร/บริษัท)ออกค่าใช้จ่ายให้ (Whopaid5) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ที่ทำงาน(องค์กร/บริษัท)ออกค่าใช้จ่ายให้ มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่ได้รับรางวัลในการไปญี่ปุ่น เท่ากับ $7.52e^8$ เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

11. ฤดูกาลที่เลือกไปประเทศญี่ปุ่น (เมื่อกำหนดให้ ฤดูร้อน เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- ฤดูใบไม้ผลิ ช่วงเดือนมีนาคม - พฤษภาคม (Season1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางช่วงฤดูใบไม้ผลิ ช่วงเดือนมีนาคม - พฤษภาคม มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทางช่วงฤดูร้อน เท่ากับ 0.897 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ฤดูใบไม้ร่วง ช่วงเดือนกันยายน - พฤศจิกายน (Season2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางฤดูใบไม้ร่วง ช่วงเดือนกันยายน - พฤศจิกายน มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทางช่วงฤดูร้อน เท่ากับ 1.244 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ฤดูหนาว ช่วงเดือนธันวาคม - กุมภาพันธ์ (Season3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางฤดูหนาว ช่วงเดือนธันวาคม - กุมภาพันธ์ มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทางช่วงฤดูร้อน เท่ากับ 1.548 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ฤดูกาลไหนก็ได้ (Season4) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางฤดูกาลไหนก็ได้ มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทางช่วงฤดูร้อน เท่ากับ 2.223 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

12. ความถี่ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นต่อปี (เมื่อกำหนดให้ 6 ครั้งต่อปี เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- เดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อปี (Freq1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น 1 – 2 ครั้งต่อปี มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทาง 6 ครั้งต่อปี เท่ากับ 0.488 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- เดินทาง 3 - 4 ครั้งต่อปี (Freq2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น 3 - 4 ครั้งต่อปี มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่เลือกเดินทาง 6 ครั้งต่อปี เท่ากับ 1.819 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- เดินทาง 5 - 6 ครั้งต่อปี (Freq3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น 5 - 6 ครั้งต่อปี มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกเดินทาง 6 ครั้งต่อปี เท่ากับ 0.00 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

13. ประเภทค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น (เมื่อกำหนดให้ ค่า Entertainment หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เช่น การดูโชว์ คอนเสิร์ต กีฬา เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- ค่าใช้จ่ายสำหรับ Shopping (Cost1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกประเภทค่าใช้จ่ายสำหรับ Shopping มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่เลือกค่า Entertainment หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เช่น การดูโชว์ คอนเสิร์ต กีฬา เท่ากับ 0.962 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก (Cost2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกประเภทค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่เลือกค่า Entertainment หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เช่น การดูโชว์ คอนเสิร์ต กีฬา เท่ากับ 1.171 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม (Cost3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกประเภทค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code)

มากกว่าผู้ที่เลือกค่า Entertainment หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เช่น การดูโชว์ คอนเสิร์ต กีฬา เท่ากับ 1.017 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ (Cost4) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกประเภทค่าใช้จ่ายสำหรับค่าเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่เลือกค่า Entertainment หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เช่น การดูโชว์ คอนเสิร์ต กีฬา เท่ากับ 4.711 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าโดยสาร (Cost5) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกประเภทค่าใช้จ่ายสำหรับค่าโดยสาร มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกค่า Entertainment หรือกิจกรรมสันทนาการต่าง ๆ เช่น การดูโชว์ คอนเสิร์ต กีฬา เท่ากับ 0.490 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

14. หมวดหมู่อินค้าที่เลือกใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น (เมื่อกำหนดให้ สินค้าหมวดอื่น ๆ เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- หมวดสินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ น้ำหอม (Shop1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดสินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ น้ำหอม มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 2.497 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- หมวดสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไอที เช่น กล้องถ่ายรูป อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และแล็ปท็อป โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า (Shop2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไอที เช่น กล้องถ่ายรูป อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และแล็ปท็อป โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 4.220 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- หมวดเครื่องประดับ เช่น นาฬิกา สินค้าจิวเวอรี่ กีฟช้อป (Shop3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดเครื่องประดับ เช่น นาฬิกา สินค้าจิวเวอรี่ กีฟช้อป มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 1.209 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- หมวดสินค้าแฟชั่นต่างๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า แว่นตา กระเป๋า (Shop4) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดสินค้าแฟชั่นต่างๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า แว่นตา กระเป๋า มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 2.173 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- หมวดเครื่องราง ของขลัง (Shop5) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดสินค้าหมวดเครื่องราง ของขลัง มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 0.00 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- หมวดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาหารเสริม ยารักษาโรค (Shop6) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาหารเสริม ยารักษาโรค มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 4.774 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- หมวดของเล่น สินค้าแม่และเด็ก (Shop7) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดของเล่น สินค้าแม่และเด็ก มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 0.246 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- หมวดอุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์เพื่อการเดินทาง (Shop8) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระ

ค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดอุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์เพื่อการเดินทาง มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 1.804 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- หมวดขนม อาหารและเครื่องดื่ม (Shop9) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกใช้จ่ายสินค้าในหมวดขนม อาหารและเครื่องดื่ม มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ เท่ากับ 0.866 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

15. ที่พักในประเทศญี่ปุ่น (เมื่อกำหนดให้ ที่พักบ้านคนรู้จัก เป็นตัวแปรอ้างอิง)

- โรงแรมสไตล์ตะวันตก (Accom1) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกพักโรงแรมสไตล์ตะวันตก มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกพักบ้านคนรู้จัก เท่ากับ 0.548 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- โรงแรมสไตล์ญี่ปุ่นหรือเรียวกัง (Accom2) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกพักโรงแรมสไตล์ญี่ปุ่นหรือเรียวกัง มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกพักบ้านคนรู้จัก เท่ากับ 0.760 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- โรงแรมแคปซูล (Accom3) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกพักโรงแรมแคปซูลมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่เลือกพักบ้านคนรู้จัก เท่ากับ 1.147 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05
- โฮเทล (Accom4) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกพักโฮเทล มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเด

บิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) น้อยกว่าผู้ที่เลือกพักบ้านคนรู้จัก เท่ากับ 0.843 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- Airbnb (Accom5) พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพื่อชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น กล่าวคือ ผู้ที่เลือกพัก Airbnb มีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มากกว่าผู้ที่เลือกพักบ้านคนรู้จัก เท่ากับ 1.165 เท่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

เนื่องจากก่อนสถานการณ์โรคระบาด COVID 19 คนไทยมีความนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศเป็นจำนวนมาก โดยประเทศเป้าหมายที่ประชากรชาวไทยส่วนใหญ่เลือกเดินทางไปมากที่สุดคือ ประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งรัฐบาลญี่ปุ่นเองก็ได้เล็งเห็นแล้วว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นช่วยให้เศรษฐกิจในประเทศคึกคัก มีการใช้จ่ายใช้สอยในประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้น ทางญี่ปุ่นจึงอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวโดยการยกเลิกวีซ่าสำหรับการท่องเที่ยวที่ไม่เกิน 14 วัน สิ้นค้าปลอดภาษี และทำแคมเปญท่องเที่ยวญี่ปุ่น ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยข้อมูลจาก JNTO พบว่าคนไทยเดินทางไปญี่ปุ่นถึงปีละประมาณ 1,100,000 คน ประเทศญี่ปุ่นได้แบ่งชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาไว้ 2 แบบ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว และทำธุรกิจ แต่ในการเดินทางมาทำธุรกิจนั้นส่วนใหญ่ก็เพื่อเวลามาท่องเที่ยวอยู่แล้ว ดังนั้นจึงกล่าวโดยรวมว่าคนที่เดินทางไปญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีความสำคัญในการท่องเที่ยว อาจทำให้มีการระมัดระวังในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวน้อยลง เมื่อเดินทางไปต่างประเทศ เพราะฉะนั้น กล่าวได้ว่า คนไทยที่เที่ยวประเทศญี่ปุ่นเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคารในประเทศไทย เพราะมีการใช้จ่ายในปริมาณเยอะและเพิ่มมากขึ้นทุกปี ในส่วนของธนาคารก็แข่งขันออกผลิตภัณฑ์แบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ อาทิเช่น บัตรเดบิตเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Card) บัตรเครดิต และล่าสุดคือ Application ผ่าน QR Code เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายได้หลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น จากสาเหตุดังกล่าวจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นของคนไทย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น จากกลุ่มตัวอย่าง 126 คน สำหรับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด โดยกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและลูกจ้างมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน

ในส่วนของพฤติกรรมในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นของคนไทย พบว่าโดยส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลา 6 – 10 วันในประเทศญี่ปุ่น ความถี่ในการเดินทาง 1 – 2 ครั้งต่อปี นิยมเดินทางไปกับเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อน เลือกพักโรงแรมสไตล์ตะวันตก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน ในฤดูใบไม้ร่วง ช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ มีงบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นสูงกว่า 50,000 บาทต่อครั้ง ส่วนใหญ่ออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง ซึ่งมีการใช้จ่ายไปเพื่อการช้อปปิ้งเป็นหลัก และหมวดสินค้าประเภทสินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว เช่น เครื่องสำอาง สกินแคร์ เป็นต้น และจากการวัดจากคะแนนเฉลี่ยของการตอบแบบสอบถามของผู้ที่เคยเลือกใช้

เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่าย ในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มีรูปลักษณ์ที่ทันสมัย สวยงามและวงเงินที่สามารถใช้จ่ายได้และวงเงินที่สามารถกดผ่านตู้ในประเทศญี่ปุ่นมีความเพียงพอต่อความต้องการใช้จ่าย ด้านราคา คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุล JPY มีความเหมาะสม อัตราค่าธรรมเนียมมีความเหมาะสม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือผู้ให้บริการมีจำนวนสาขามากเพียงพอที่จะสามารถติดต่อสมัคร ชำระเงินได้อย่างสะดวก จำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านเครื่องมือการชำระเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) และตู้กดเงินสด ในประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมากเพียงพอต่อความต้องการ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ โซเชียลมีเดีย อย่างทั่วถึง การใช้จ่ายผ่านเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มีสิทธิพิเศษ ส่วนลด โปรโมชั่นหลากหลายเหมาะกับการใช้งานในประเทศญี่ปุ่น ด้านบุคลากร คือพนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) อย่างครบถ้วน สามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูลและแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตามที่ต้องการได้ ให้บริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการและมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ดี ด้านกระบวนการของการให้บริการ คือผู้ให้บริการอนุมัติหรือสามารถเปิดใช้งานได้รวดเร็ว ขั้นตอนการสมัครและใช้งาน เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน รายละเอียดในการใช้จ่ายถูกต้องและชัดเจน ด้านกายภาพ คือชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสถาบันผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ผู้ให้บริการมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าและเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้งานเพื่อให้บริการมีความทันสมัย และสุดท้ายด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งานการใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย พกพาได้ง่าย ได้ดีกว่าการใช้เงินสดและสามารถเรียนรู้การใช้งาน เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ได้โดยง่าย ซึ่งถูกให้ความสำคัญมากและมากที่สุด

การประมาณค่าโดยใช้แบบจำลองโลจิต (Logit Model) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ การศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นผู้ประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ลูกจ้าง และประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นเจ้าของกิจการ ค้าขาย เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นกับเพื่อนหรือกลุ่มเพื่อน และครอบครัวหรือญาติพี่น้อง โดยมีงบประมาณในการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นประมาณ 20,000 – 30,000 บาทและ 30,001 – 40,000 บาท ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โดยจากแบบสอบถามทั้งหมดเป็นการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงก่อนสถานการณ์ COVID 19

จากงานวิจัยที่ได้ พบว่าในมุมมองของธนาคารสามารถนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ได้ เพราะหลังสถานการณ์แพร่ระบาด COVID 19 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่เคยไปประเทศญี่ปุ่น มีความสนใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังลดการสัมผัสเงินสดโดยตรง ซึ่งลดความเสี่ยงต่อการติดเชื้อได้ ถ้าธนาคารยังต้องการผลักดันผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) อาจเป็นอีกหนึ่งทางเลือก

ในส่วนมุมมองของผู้ใช้งานเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ส่วนใหญ่ค่อนข้างพอใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการใช้จ่ายผ่านเครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ไม่จำเป็นต้องพกเงินสดจำนวนมาก ซึ่งมีความเสี่ยงสูง อีกทั้งยังสามารถวางแผนควบคุมการใช้จ่ายได้ในการท่องเที่ยวได้ พร้อมทั้งการใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (บัตรเครดิต บัตรเดบิตและแอปพลิเคชันผ่าน QR Code) มักมีส่วนลด โปรโมชั่น และสิทธิพิเศษต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ในทำนองเดียวกันกับร้านค้าต่าง ๆ ก็ไม่จำเป็นต้องเตรียมเงินทอนไว้จำนวนมาก สามารถเพิ่มยอดขายผ่านทางโปรโมชั่นต่าง ๆ ได้

และเนื่องจากในประเทศญี่ปุ่นได้มีการยกเลิกการจ่ายภาษี 8% แล้ว ซึ่งมีผลตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2563 ที่ผ่านมา ภายใต้การกฎหมายของญี่ปุ่นเรื่อง “Cabinet Order for Partial Revision of the Order for Enforcement of the Consumption Tax Act” โดยผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลนั้นไม่จำเป็นต้องเสียภาษีผู้บริโภค กฎหมายดังกล่าวดึงดูดให้ผู้คนหันมาใช้สกุลเงินดิจิทัลกันมากขึ้น เพราะการใช้จ่ายซื้อสินค้าผู้บริโภคด้วยสกุลเงินดิจิทัลในประเทศญี่ปุ่นนั้นไม่จำเป็นต้องจ่ายภาษีผู้บริโภค 8% ตอนนี้ร้านค้าในญี่ปุ่นที่ยอมรับเงินสกุลใหม่ที่เรียกว่า Bitcoin มีมากกว่าที่คาดการณ์ไว้มาก ร้าน เช่น BIC Camera ทุกสาขาทั่วประเทศญี่ปุ่น ห้างสรรพสินค้าดัง Marui ที่มีทั้งหมด 31 สาขาทั่วประเทศ รวมทั้งร้านค้าปลีกอื่นๆ อีกกว่า 260,000 ร้านกำลังติดตั้งระบบแม้แต่ร้านอาหารเช่น ร้านซูชิ Sushi-Bar Numazuko Ginza 1st อีกทั้งกลุ่มธนาคารของญี่ปุ่นร่วมกันพัฒนา J-Coin และหวังจะเปิดตัวภายในปี 2020 ให้ทันช่วง Tokyo Olympics หวังช่วยให้ระบบการเงินของประเทศมีความคล่องตัวยิ่งขึ้น โดยการจ่ายด้วยเงิน Bitcoin ก็ทำได้ง่ายโดยการใช้มือถือทำการสแกน QR code ที่ทางร้านจะโชว์บนมือถือของทางร้านแล้วโปรแกรม Blockchain.my wallet ก็จะช่วยตัดเงิน Bitcoin ซึ่งถือเป็นการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นทำให้สามารถนำผลของการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าขององค์กรต่าง ๆ ได้และประยุกต์ใช้ในการวางแผนสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ผู้ที่สนใจ ตลอดจนภาครัฐเพื่อพัฒนารูรูกิจนำเที่ยวของไทยได้ อีกทั้งในปัจจุบันมีการแพร่ระบาด COVID 19 ส่งผลให้มีผู้สนใจการชำระเงินผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นเพื่อลดการสัมผัสเงินสดโดยตรง

ในส่วนข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตสำหรับผู้สนใจในเรื่องเครื่องมือการชำระเงินเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศสามารถศึกษาแยกเป็นเครื่องมือการชำระเงินแต่ละประเภทหรือนำประเทศอื่น ๆ มาร่วมวิเคราะห์ด้วยอาจทำให้ผลการศึกษาดีขึ้น เป็นองค์ความรู้ในการพัฒนาเครื่องมือเพื่อการใช้จ่ายทั้งระบบ

การอ้างอิง

Humphrey, D. B., Kim, M., & Vale, B. (2001). **Realizing the gains from electronic payments: Costs, pricing, and payment choice.** Journal of Money, Credit and Banking, 33(2), 216– 234. doi: Doi 10.2307/2673882

JTB Tourism Research & Consulting Co. **Statistics of Overseas Residents Visits to Japan.** 21 Feb,2020 จาก <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/#annual>

Klee, E. (2006). **Families’ use of payment instruments during a decade of change in the US payment system.** Finance and Economics Discussion Paper No. 2006-01.

Schuh, S., & Stavins, J. (2013). **How Consumers Pay: Adoption and Use of Payments.** Accounting and Finance Research, 2(2).

Stavins, J. (2002). **Effect of consumer characteristics on the use of payment instruments.** Federal Reserve Bank of Boston New England Economic Review Q3, 19–31.

กนกวรรณ ปัญญานพพัฒน์. 2558. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เกษมณี เหลืองฐิติกาญจนา. 2559. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้หวั่น ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ธนัญญา พุ่มอิม. 2557. **ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ธนิศา ทิพย์มาลี. 2561. **ความตั้งใจใช้คิวอาร์โค้ดในการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วรพงศ์ วงศ์สนั่น. 2557. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตกับธุรกิจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศูนย์วิจัยกสิกร. กันยายน 2561. **เทรนด์ท่องเที่ยวดี SME คว้าโอกาส**. ค้นวันที่ 23 ตุลาคม 2562 จาก
https://kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Tourism-trend_SME-Opportunity.pdf

ลงทุนศาสตร์. 2561. **นักท่องเที่ยวที่มาไทยใช้เงินกับอะไรมากที่สุด**. 12 เมษายน. ค้นวันที่ 30 ตุลาคม จาก
<http://www.investertest.co/economy/%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7/>

ภาคผนวก

ตารางแสดง การทดสอบ Pearson Correlation Coefficient เพื่อว่าตัวแปรอิสระที่ทำการศึกษามีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

Correlations ^c																	
		Sex	Age	Status	Education	Occupation	Income	Day	Who	Obj	Bud	Whopaid	Season	Freq	Cost	Shop	Accom
Sex	Pearson Correlation	1	-0.030	-0.020	-0.043	0.062	0.047	-0.021	-0.018	0.028	-0.017	-0.022	0.043	-0.061	0.075	0.055	0.047
	Sig. (2-tailed)		0.539	0.689	0.389	0.206	0.339	0.664	0.722	0.567	0.726	0.657	0.379	0.218	0.126	0.269	0.344
Age	Pearson Correlation	-0.030	1	.407**	.196*	.213**	.573**	-0.032	.103*	-0.001	.131**	-0.038	-0.064	0.024	0.015	0.024	-.134*
	Sig. (2-tailed)		0.539		0.000	0.000	0.000	0.517	0.036	0.991	0.008	0.439	0.193	0.632	0.756	0.632	0.006
Status	Pearson Correlation	-0.020	.407**		1	0.029	0.077	.349**	0.020	.228**	-0.079	0.082	0.044	-0.033	-0.005	0.064	0.020
	Sig. (2-tailed)		0.689	0.000		0.552	0.119	0.000	0.687	0.000	0.108	0.099	0.370	0.507	0.926	0.194	0.001
Education	Pearson Correlation	-0.043	.196**	0.029	1	-0.047	.170**	0.037	-0.053	0.071	0.031	-0.068	-0.037	0.026	0.010	0.049	-0.037
	Sig. (2-tailed)		0.389	0.000	0.552		0.340	0.001	0.459	0.287	0.153	0.524	0.167	0.458	0.604	0.841	0.326
Occupation	Pearson Correlation	0.062	.213**	0.077	-0.047	1	.157**	0.001	0.019	-0.032	0.047	-0.069	0.010	.105*	0.018	0.011	-0.037
	Sig. (2-tailed)		0.206	0.000	0.119	0.340		0.001	0.979	0.701	0.514	0.341	0.160	0.844	0.033	0.715	0.824
Income	Pearson Correlation	0.047	.573**	.349**	.170**	.157**	1	0.078	-0.014	0.006	.208**	-0.047	-0.013	.123*	-0.016	-0.003	-.150**
	Sig. (2-tailed)		0.339	0.000	0.000	0.001	0.001		0.112	0.774	0.904	0.000	0.344	0.787	0.012	0.751	0.946
Day	Pearson Correlation	-0.021	-0.032	0.020	0.037	0.001	0.078	1	-.200**	-0.012	.328**	-.119*	-0.096	.184**	0.023	0.028	.150**
	Sig. (2-tailed)		0.664	0.517	0.687	0.459	0.979	0.112		0.000	0.808	0.000	0.016	0.053	0.000	0.635	0.568
Who	Pearson Correlation	-0.018	.103*	.228**	-.053	0.019	-0.014	-.200**	1	-0.050	-0.009	.308**	0.018	-0.038	-0.061	0.011	-.249**
	Sig. (2-tailed)		0.722	0.036	0.000	0.287	0.701	0.774	0.000		0.315	0.852	0.000	0.713	0.442	0.220	0.822
Obj	Pearson Correlation	0.028	-0.001	-0.079	0.071	-0.032	0.006	-0.012	-0.050		1	-0.057	.262**	0.015	.121*	0.002	0.019
	Sig. (2-tailed)		0.567	0.991	0.108	0.153	0.514	0.904	0.808		0.315	0.246	0.000	0.756	0.014	0.966	0.701
Bud	Pearson Correlation	-0.017	.131**	0.082	0.031	0.047	.208**	.328**	-0.009	-0.057		1	-.123*	0.002	0.081	-.112*	-0.074
	Sig. (2-tailed)		0.726	0.008	0.099	0.524	0.341	0.000	0.852	0.246			0.012	0.974	0.102	0.023	0.136
Whopaid	Pearson Correlation	-0.022	-0.038	0.044	-0.068	-0.069	-0.047	-.119*	.308**	.262**	-.123*		1	.115*	-.107*	-0.066	-0.012
	Sig. (2-tailed)		0.657	0.439	0.370	0.167	0.160	0.344	0.016	0.000	0.000	0.012		0.019	0.031	0.185	0.806
Season	Pearson Correlation	0.043	-0.064	-0.033	-0.037	0.010	-0.013	-0.096	0.018	0.015	0.002	.115*		1	-0.072	-0.080	-0.062
	Sig. (2-tailed)		0.379	0.193	0.507	0.458	0.844	0.787	0.053	0.713	0.756	0.974	0.019		0.144	0.106	0.209
Freq	Pearson Correlation	-0.061	0.024	-0.005	0.026	.105*	.123*	.184**	-0.038	.121*	0.081	-.107*	-0.072		1	-0.033	-0.083
	Sig. (2-tailed)		0.218	0.632	0.926	0.604	0.033	0.012	0.000	0.442	0.014	0.102	0.031	0.144		0.509	0.094
Cost	Pearson Correlation	0.075	0.015	0.064	0.010	0.018	-0.016	0.023	-0.061	0.002	-.112*	-0.066	-0.080	-0.033		1	.256**
	Sig. (2-tailed)		0.126	0.756	0.194	0.841	0.715	0.751	0.635	0.966	0.023	0.185	0.106	0.509			0.000
Shop	Pearson Correlation	0.055	0.024	0.020	0.049	0.011	-0.003	0.028	0.011	0.019	-0.074	-0.012	-0.017	-0.083	.256**		1
	Sig. (2-tailed)		0.269	0.632	0.681	0.326	0.824	0.946	0.568	0.822	0.701	0.136	0.806	0.726	0.094	0.000	
Accom	Pearson Correlation	0.047	-.134**	-.162**	-0.037	-0.037	-.150**	.150**	-.249**	-0.033	0.023	-.208**	-0.062	0.011	0.032	0.059	
	Sig. (2-tailed)		0.344	0.001	0.452	0.451	0.002	0.002	0.000	0.498	0.638	0.000	0.209	0.825	0.511	0.231	
**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																	
*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																	
c. Listwise N=412																	

ตารางแสดงรายละเอียดข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากร	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	116	28.2
หญิง	296	71.8
รวม	412	100.0
2. สถานภาพ		
โสด	311	75.5
สมรส	96	23.3
หย่าร้าง / แยกกันอยู่	5	1.2
รวม	412	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	12	2.9
ปริญญาตรี	278	67.5
สูงกว่าปริญญาตรี	122	29.6
รวม	412	100.0
4. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	34	8.3
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	90	21.8
พนักงานเอกชน / ลูกจ้าง	216	52.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของกิจการ /	58	14.1
ค้าขาย	3	0.7
เกษียณอายุ	11	2.7
อื่น ๆ	412	100.0
รวม		
5. รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	4.6
10,000 – 20,000 บาท	56	13.6

20,001 – 30,000 บาท	137	33.3
30,001 – 40,000 บาท	76	18.4
40,001 – 50,000 บาท	44	10.7
มากกว่า 50,000 บาท	80	19.4
รวม	412	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

ตารางแสดงรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น

คนไทยที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง	ร้อยละ
เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (ใช้บัตรเครดิต บัตรเดบิตหรือ Travel Card และ QR Code)	126	30.6
ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ (ใช้เงินสด)	286	69.4
รวม	412	100.0

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

ตาราง แสดงรายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นแล้วเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบ
อิเล็กทรอนิกส์และไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์		ไม่เลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1) ระยะเวลาในการเดินทางในประเทศญี่ปุ่น				
1 – 5 วัน	39	31.0	116	40.6
6 – 10 วัน	73	57.9	145	50.7
11 – 15 วัน	14	11.1	24	8.4
มากกว่า 16 วัน	0	0	1	0.3
รวม	126	100.0	286	100.0

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	เลือกใช้เครื่องมือการชำระ เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์		ไม่เลือกใช้เครื่องมือการ ชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2) บุคคลหรือกลุ่มที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นด้วย				
เดินทางคนเดียว	11	8.7	8	2.8
เดินทางกับเพื่อน	47	37.3	131	45.8
เดินทางกับคู่รัก	15	11.9	19	6.6
เดินทางกับครอบครัวหรือญาติมิตร	37	29.4	84	29.4
เดินทางกับที่ทำงาน (องค์กรหรือบริษัท)	8	6.3	18	6.3
เดินทางกับบริษัททัวร์	8	6.3	26	9.1
รวม	126	100.0	286	100.0
3) วัตถุประสงค์ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่น				
ท่องเที่ยวหรือพักผ่อน	115	91.3	257	89.9
ทำงานหรือติดต่อธุรกิจ	2	1.6	10	3.5
เยี่ยมครอบครัว ญาติ เพื่อน	1	0.8	5	1.7
ประชุม ดูงาน สัมมนา	5	4.0	12	4.2
ทำบุญ ไหว้พระ	0	0	2	0.7
การบันเทิงต่าง ๆ เช่น ชมคอนเสิร์ต ดูโชว์ กีฬา	2	1.6	0	0
เพื่อรับการบริการด้านสุขภาพและความงาม	1	0.8	0	0
รวม	126	100.0	286	100.0
4) งบประมาณที่ใช้ในประเทศญี่ปุ่น				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	9	7.1	45	15.7
20,000 – 30,000 บาท	50	39.7	105	36.7
30,001 – 40,000 บาท	36	28.6	74	25.9
มากกว่า 40,000 บาท	62	24.6	62	21.7
รวม	126	100.0	286	100.0

5) ผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางในประเทศญี่ปุ่น				
ออกค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง	91	72.2	191	66.8
สมาชิกในครอบครัว	19	15.1	51	17.8
คนรัก	6	4.8	11	3.8
เพื่อน	0	0	2	0.7
ที่ทำงาน	10	7.9	28	9.8
ได้รับรางวัล	0	0	3	1.0
รวม	126	100.0	286	100.0
6) ฤดูกาลที่เลือกไปประเทศญี่ปุ่น				
ฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม - พฤษภาคม)	26	20.6	84	29.4
ฤดูร้อน (มิถุนายน - สิงหาคม)	20	15.9	42	14.7
ฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน - พฤศจิกายน) เพราะ	39	31.0	81	28.3
อะไร	36	28.6	65	22.7
ฤดูหนาว (ธันวาคม - กุมภาพันธ์)	5	4.0	14	4.9
ฤดูไหนก็ได้	126	100.0	286	100.0
รวม				
7) จำนวนครั้งที่ไปประเทศญี่ปุ่นต่อปี				
1 – 2 ครั้งต่อปี	117	96.2	275	96.2
3 – 4 ครั้งต่อปี	7	1.7	5	1.7
5 – 6 ครั้งต่อปี	0	0.7	2	0.7
มากกว่า 6 ครั้งต่อปี	2	1.4	4	1.4
รวม	126	100.0	286	100.0
8) ประเภทค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น				
Shopping	62	49.2	139	48.6
ค่าที่พัก	24	19.0	53	18.5
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	30	23.8	74	25.9
ค่า Entertainment หรือกิจกรรมสันทนาการ	3	2.4	5	1.7
ต่าง ๆ เช่น ชมคอนเสิร์ต ดูโชว์ กีฬา				

ค่าเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ	5	4.0	5	1.7
ค่าโดยสาร	2	1.6	10	3.5
รวม	<u>126</u>	<u>100.0</u>	<u>286</u>	<u>100.0</u>
9) ประเภทสินค้าที่ใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น				
สินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว	46	36.5	80	28.0
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ไอที	9	7.1	8	2.8
เครื่องประดับ	1	0.8	4	1.4
สินค้าแฟชั่น	30	23.8	59	20.6
เครื่องรางของขลัง	0	0	3	1.0
อาหารเสริม ยารักษาโรค และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	4	3.2	5	1.7
ของเล่น สินค้าแม่และเด็ก	1	0.8	9	3.1
อุปกรณ์กีฬาและอุปกรณ์เพื่อการเดินทาง	1	0.8	3	1.0
อาหารและเครื่องดื่ม	32	25.4	110	38.5
อื่น ๆ	2	1.6	5	1.7
รวม	<u>126</u>	<u>100.0</u>	<u>286</u>	<u>100.0</u>
10) ประเภทที่พักในประเทศญี่ปุ่น				
โรงแรมสไตล์ตะวันตก (Western Style Hotel)	60	47.6	141	49.3
เรียวกัง (Japanese Style Hotel)	25	19.8	62	21.7
โรงแรมแคปซูล (Capsule Hotel)	4	3.2	8	2.8
โฮสเทล (Hostel)	11	8.7	24	8.4
เช่าห้องพัก Airbnb	23	18.3	42	14.7
พักบ้านคนรู้จัก	3	2.4	9	3.1
รวม	<u>126</u>	<u>100.0</u>	<u>286</u>	<u>100.0</u>

ที่มา : จากการรวบรวมข้อมูลของผู้วิจัย

แบบสอบถาม

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น”

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาค้นคว้าอิสระ (Independent Study : IS) โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการทำแบบสอบถาม เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลสำหรับศึกษาและวิจัยความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงินของคนไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น เพื่อให้งานวิจัยนี้เป็นไปโดยสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามนี้ให้ครบถ้วนและตามความเป็นจริง โดยข้อมูลที่ท่านตอบแบบสอบถามชุดนี้จะถูกเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัดและนำมาใช้ประโยชน์ในงานวิจัยนี้เท่านั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

โดยเนื้อหาในการทำแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศญี่ปุ่น
3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินประเภทต่าง ๆ

กรุณาทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่องหน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดและเติมข้อความในช่องว่าง

คำถามคัดกรองในการตอบแบบสอบถาม

ท่านเคยเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นหรือไม่

☐ เคย

☐ ไม่เคย

*** ถ้าผู้ตอบแบบสอบถามเลือก **ไม่เคย** ให้หยุดทำแบบสอบถามทันที ***

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมคำตอบลงในช่องว่าง

1) เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2) อายุ

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ☐ 31 – 40 ปี ☐ 41 – 50 ปี ☐ มากกว่า 51 ปี

3) สถานภาพสมรส

☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

.....

4) ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5) อาชีพ

☐ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงาน
บริษัทเอกชน / ลูกจ้าง

☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ/ค้าขาย

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ☐ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน
☐ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ☐ 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน
☐ 40,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

7) โทรศัพท์ของท่านสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้หรือไม่

☐ ได้ ☐ ไม่ได้

8) ท่านเคยใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อชำระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หรือไม่

☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ส่วนที่ 2 ลักษณะพฤติกรรมในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ หน้าคำตอบที่ท่านเลือกหรือเติมคำตอบลงในช่องว่าง

1) ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นก่อนหน้านี้ แต่ละครั้งท่านใช้ระยะเวลาานเท่าใด

☐ 1 -5 วัน ☐ 6 - 10 วันต่อครั้ง
☐ 11 – 15 วัน ☐ มากกว่า 16 วัน

2) ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นก่อนหน้านี้ ท่านเดินทางมากับกลุ่มหรือบุคคลใด

- ☐ คนเดียว
 ☐ เพื่อน
☐ ครอบครัว /ญาติมิตร
 ☐ คู่รัก
☐ ที่ทำงาน (องค์กรหรือบริษัท)
 ☐ บริษัททัวร์

3) เหตุประสงค์ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นของท่านครั้งก่อนหน้านี้นี้

- ☐ พักผ่อนหรือท่องเที่ยว
☐ ติดต่อธุรกิจ / ทำงาน / การศึกษา
☐ ประชุม/สัมมนา/ดูงาน
☐ ทำบุญ/ไหว้พระ
☐ เยี่ยมครอบครัว ญาติ เพื่อน
☐ เพื่อรับบริการสุขภาพและความงาม
☐ ความบันเทิง เช่นการชมการแสดง
☐ อื่น ๆ ระบุ

4) งบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นของท่านในครั้งล่าสุด คือ

- ☐ ต่ำกว่า 20,000 บาท
 ☐ 20,000 – 30,000 บาท
 ☐ 30,001 – 40,000 บาท
☐ 40,001 – 50,000 บาท
 ☐ มากกว่า 50,000 บาท

5) ใครเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปญี่ปุ่นครั้งนี้ของท่าน

- ☐ ตัวท่านเอง
 ☐ สมาชิกในครอบครัว
 ☐ คู่รัก
☐ เพื่อน
☐ องค์กร
 ☐ ได้รับรางวัล

6) โดยปกติท่านนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นในช่วงฤดูใด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- ☐ มีนาคม - พฤษภาคม (ฤดูใบไม้ผลิ)
 ☐ มิถุนายน - พฤศจิกายน (ฤดูใบไม้ร่วง)
☐ ธันวาคม - กุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว)
 ☐ ฤดูไหนก็ได้

7) จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นต่อปี

- ☐ 1 – 2 ครั้งต่อปี
 ☐ 3 – 4 ครั้งต่อปี
 ☐ 5 – 6 ครั้งต่อปี
 ☐ มากกว่า 6 ครั้งต่อปี

8) ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุดส่วนใหญ่แล้วท่านได้มีการใช้จ่ายโดยใช้เครื่องมือการชำระเงินไปกับการบริการด้านใดมากที่สุด

- ☐ การช้อปปิ้ง (Shopping) ☐ ค่าที่พัก ☐ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
☐ ค่าเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ☐ ค่าโดยสาร ☐ ค่า Entertainment
☐ ค่ารักษาพยาบาลและยารักษาโรคต่าง ๆ ☐ อื่น ๆ
-

9) ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นแต่ละครั้ง ท่านได้ใช้จ่ายไปกับสินค้าหมวดหมู่ใดมากที่สุด

- ☐ สินค้าเพื่อความงามและของใช้ส่วนตัว
☐ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ แล็ปท็อปและอุปกรณ์ไอที
☐ เครื่องประดับ
☐ สินค้าแฟชั่นต่าง ๆ
☐ เครื่องราง ของขลัง
☐ อาหารเสริม ยารักษาโรค และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
☐ ของเล่น สินค้าแม่และเด็ก
☐ อุปกรณ์กีฬา อุปกรณ์เพื่อการเดินทาง
☐ หนังสือ เครื่องเขียน เครื่องดนตรี
☐ อาหารและเครื่องดื่ม
☐ อื่น ๆ

10) ที่พักที่ท่านเลือกในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุด

- ☐ โรงแรมสไตล์ตะวันตก ☐ เรียวกิง ☐ โรงแรมแคปซูล
☐ โฮเทล ☐ เช่าห้องพัก Airbnb ☐ บ้านคนรู้จัก

11) ในการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นครั้งล่าสุด ท่านได้เลือกใช้เครื่องมือในการชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นผ่านช่องทางไหนเยอะที่สุด

- ☐ เงินสด ☐ บัตรเครดิต
☐ บัตรเดบิตหรือ Travel Card ☐ Application ผ่าน QR Code

12) หลังสถานการณ์ COVID 19 ถ้าทำได้เดินทางไปประเทศญี่ปุ่นอีกครั้ง ท่านคิดว่าจะเลือกใช้เครื่องมือในการชำระค่าใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นผ่านช่องทางไหนเยอะที่สุด

- ☐ เงินสด ☐ บัตรเครดิต
☐ บัตรเดบิตหรือ Travel Card ☐ Application ผ่าน QR Code

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องมือชำระเงิน (เลือกช่องทางใดช่องทางหนึ่งที่ใช้มากที่สุดเท่านั้น)

☐ เลือกเงินสด (โดยการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ JPY)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกการชำระเงินโดยช่องทาง เงินสด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
ธนบัตร (JPY) หลากหลายราคา					
ธนบัตรอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ไม่เก่าจนเกินไป ไม่มีรอยฉีกขาด					
ด้านราคา					
อัตราแลกเปลี่ยน (JPY) มีความเหมาะสม					
อัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมมีความเหมาะสม					
มีการประกาศอัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงตามความเคลื่อนไหวตลาด					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ โฆษณามีเดีย อย่างทั่วถึง					
มีส่วนลด โปรโมชั่น หลากหลายเหมาะกับการเดินทางในประเทศญี่ปุ่น เช่น แลกเงิน 10,000 บาท แลกฟรีประกันการเดินทาง 50,000 บาท					
ด้านบุคลากร					
พนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเงินตราต่างประเทศ (JPY) เป็นอย่างดี					
พนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ถูกคำต้องการ					
พนักงานให้บริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ดี					
ด้านกระบวนการของการให้บริการ					
ขั้นตอนในการเข้าใช้บริการสะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน					
ผู้ให้บริการซื้อและขายเงินตราต่างประเทศ (JPY) ทำรายการธุรกรรมแลกเปลี่ยนเงินตราได้อย่างถูกต้องแม่นยำ					

มีระบบการเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้าที่มีความน่าเชื่อถือ					
ด้านกายภาพ					
ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของสถาบันผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ					
สถานที่แลกเปลี่ยนเงินตรา มีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า					
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้งานเพื่อให้บริการมีความทันสมัย					
ด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งานได้ง่าย					
การใช้เงินสดมีความสะดวก สามารถใช้แทนช่องทางอื่น ๆ (บัตรเดบิต บัตรเครดิต แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ได้ดีกว่า					
สามารถเรียนรู้อัตราแลกเปลี่ยนการซื้อและขายเงินสดได้ง่าย					

☐ เลือก**บัตรเครดิต**เป็นเครื่องมือการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกการชำระเงินโดยช่องทาง บัตรเครดิต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
บัตรเครดิตมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย ไม่เสียสภาพหรือชำรุดได้ง่าย					
วงเงินบัตรเครดิตและวงเงินที่สามารถกดผ่านตู้ ATM ในประเทศญี่ปุ่น ที่ได้รับการอนุมัติจากผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการใช้					
ด้านราคา					
มีอัตราแลกเปลี่ยน (JPY) ที่เหมาะสม					
อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีมีความเหมาะสม					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ผู้ให้บริการมีจำนวนสาขามากเพียงพอ สามารถติดต่อเพื่อขอทำสมัครบัตรเครดิตได้สะดวกและมีช่องทางการชำระหนี้บัตรเครดิตที่หลากหลาย สะดวก					
จำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านบัตรเครดิตและจำนวนตู้กดเงินสดในประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมาก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					

มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ โซเชียลมีเดีย อย่างทั่วถึง					
มีส่วนลด โปรโมชั่น หลากหลายเหมาะกับการเดินทางในประเทศญี่ปุ่น เช่น แลกเงิน 10,000 บาท แลกฟรีประกันการเดินทาง 50,000 บาท					
ด้านบุคลากร					
พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บัตร เครดิตครบถ้วน					
พนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง ตรงตามที่ถูกคำต้องการ					
พนักงานให้บริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ดี					
ด้านกระบวนการของการให้บริการ					
ผู้ให้บริการอนุมัติบัตรเครดิตได้รวดเร็ว					
ขั้นตอนการสมัครและใช้งานบัตรเครดิตสะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน					
ข้อมูลในใบแจ้งหนี้แสดงรายละเอียดการใช้งานที่ชัดเจนและถูกต้อง					
ด้านกายภาพ					
ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ					
ผู้ให้บริการมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า					
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้งานเพื่อให้บริการมีความทันสมัย					
ด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งานได้ง่าย					
การใช้บัตรเครดิตมีความสะดวก สามารถใช้แทนช่องทางอื่น ๆ (เงินสด บัตรเดบิต แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ได้ดีกว่า					
สามารถเรียนรู้การใช้บัตรเครดิตได้ง่าย					

☐ เลือกบัตรเดบิตเป็นเครื่องมือการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกการชำระเงินโดยช่องทาง บัตรเดบิต	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
บัตรเดบิตมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย ไม่เสียสภาพหรือชำรุดได้ง่าย					

วงเงินที่สามารถรู้ค่าใช้จ่ายและวงเงินที่สามารถกดผ่านตู้ ATM ในประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับการอนุมัติจากผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการใช้					
ด้านราคา					
มีอัตราแลกเปลี่ยน (JPY) ที่เหมาะสม					
อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีมีความเหมาะสม					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ผู้ให้บริการมีจำนวนสาขามากเพียงพอ สามารถติดต่อเพื่อขอทำสมัครบัตรเดบิตได้สะดวกและมีช่องทางในการชำระหนี้บัตรเครดิตที่หลากหลาย สะดวก					
จำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านบัตรบัตรเดบิตและจำนวนตู้กดเงินสดในประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมาก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ โฆษณามีเดีย อย่างทั่วถึง					
มีส่วนลด โปรโมชั่น หลากหลายเหมาะกับการเดินทางในประเทศญี่ปุ่น เช่น แลกเงิน 10,000 บาทแลกฟรีประกันการเดินทาง 50,000 บาท					
ด้านบุคลากร					
พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บัตรเดบิตครบถ้วน					
พนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ถูกคำต้องการ					
พนักงานให้บริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ดี					
ด้านกระบวนการของการให้บริการ					
ผู้ให้บริการอนุมัติบัตรเดบิตได้รวดเร็ว					
ขั้นตอนการสมัครและใช้งานบัตรเครดิตสะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน					
ข้อมูลในแสดงรายละเอียดการใช้งานที่ชัดเจนและถูกต้อง					
ด้านกายภาพ					
ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ					

ผู้ให้บริการมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า					
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้งานเพื่อให้บริการมีความทันสมัย					
ด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งานได้ง่าย					
การใช้บัตรเดบิตมีความสะดวก สามารถใช้แทนช่องทางอื่น ๆ (เงินสด บัตรเครดิต แอปพลิเคชันผ่าน QR Code) ได้ดีกว่า					
สามารถเรียนรู้การใช้บัตรเดบิตได้ง่าย					

☐ เลือกแอปพลิเคชันผ่าน QR Code เป็นเครื่องมือการใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกการชำระเงินโดยช่องทาง แอปพลิเคชันผ่าน QR Code	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
แอปพลิเคชันมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย ไม่เสียสภาพหรือชำรุดได้ง่าย					
วงเงินที่สามารถสแกนใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับการอนุมัติจากผู้ให้บริการมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการใช้					
ด้านราคา					
มีอัตราแลกเปลี่ยน (JPY) ที่เหมาะสม					
อัตรค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีมีความเหมาะสม					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ผู้ให้บริการมีจำนวนสาขามากเพียงพอ สามารถติดต่อเพื่อขอทำสมัครบัตรเดบิตได้สะดวกและมีช่องทางในการชำระหนี้บัตรเครดิตที่หลากหลาย สะดวก					
จำนวนร้านค้าที่รับชำระผ่านบัตรบัตรเดบิตและจำนวนตู้กดเงินสดในประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนมาก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ป้ายประกาศ โฆษณามีเดีย อย่างทั่วถึง					
มีส่วนลด โปรโมชั่น หลากหลายเหมาะกับการเดินทางในประเทศญี่ปุ่น เช่น แลกเงิน 10,000 บาทแถมฟรีประกันการเดินทาง 50,000 บาท					

ด้านบุคลากร					
พนักงานผู้ให้บริการมีความรู้ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บัตรเดบิตครบถ้วน					
พนักงานสามารถตอบคำถาม จัดหาข้อมูล และแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามที่ถูกต้องการ					
พนักงานให้บริการรวดเร็ว มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการที่ดี					
ด้านกระบวนการของการให้บริการ					
สามารถสมัครแล้ว ใช้งานได้ทันที					
ขั้นตอนการสมัครและใช้งานบัตรเครดิตสะดวก รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน					
ข้อมูลในแสดงรายละเอียดการใช้งานที่ชัดเจนและถูกต้อง					
ด้านกายภาพ					
ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือ					
ผู้ให้บริการมีนโยบายชัดเจนในการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า					
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้งานเพื่อให้บริการมีความทันสมัย					
ด้านการรับรู้ถึงการเข้าใช้งานได้ง่าย					
การใช้แอปพลิเคชัน ผ่าน QR Code มีความสะดวก สามารถใช้แทนช่องทางอื่น ๆ (เงินสด บัตรเครดิต บัตรเดบิต) ได้ดีกว่า					
สามารถเรียนรู้การใช้แอปพลิเคชัน ผ่าน QR Code ได้ง่าย					