



ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากร
เจเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป : กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวนนท์ ลักษมีการค้า

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากร
เจเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป : กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวนนท์ ลักษมีการค้า



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

FACTORS AFFECTING TECHNOLOGY ACCEPTANCE FOR
A CASHLESS SOCIETY AMONG OVER GENERATION X:
BANGKOK CASE STUDY

BY

MISS NANTANEE LUXMEEKARNKA



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวนันท์ ลิขมีการค้า

เรื่อง

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรเจนเอเรชั่น เอ็กซ์ ขึ้นไป :

กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร


บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 21 เมษายน 2562

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. เอกจิตต์ จິงเจริญ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. วาชนิพร เศรษฐสุกโก)

คณบดี


(รองศาสตราจารย์ ดร. พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ของประชากรเจนเอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป : กรณีศึกษา จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวนันท์ ลักษมีการค้า
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. วัชณีพร เศรษฐสุขโก
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

จากการที่ภาครัฐ ได้ให้ความสำคัญกับการผลักดันประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสดทำให้ธนาคาร และภาคเอกชน ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการทางการเงินในรูปแบบ E-Payment ต่างๆ เพื่อรองรับนโยบายของภาครัฐ ซึ่งจากผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ภาพรวม E-Payment เติบโตขึ้นทุกปี ในขณะที่ผู้ใช้บริการกระจุกตัวแค่เพียงกลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงานบางส่วนเท่านั้น ยังไม่ครอบคลุมต่อกลุ่มเป้าหมายของภาครัฐ ที่ต้องการใช้ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ได้ใช้บริการ โดยเฉพาะประชากรในกลุ่มเจนเอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรเจนเอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบริการได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่อายุมากกว่า 39 ปีขึ้นไปได้ โดยใช้การศึกษาแบบผสมผสานระหว่างงานวิจัยเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน เพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการสร้างกรอบงานวิจัย และนำไปพัฒนาเป็นแบบสอบถาม เพื่อยืนยันผลการวิจัยในวงกว้างผ่านการแจกสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 436 คน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า มี 8 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นปัจจัยตามส่วนขยายทฤษฎียอมรับเทคโนโลยี (UTAUT2) 7 ปัจจัย และเพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ดังนั้น จึงแนะนำให้ภาคธุรกิจเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ โดยการนำเสนอบริการที่ใกล้เคียงกับเทคโนโลยีเดิมที่เคยใช้บริการมาก่อน จากนั้นจึงค่อยๆ เพิ่มระดับที่ละขั้นเพื่อให้เกิดความคุ้นชิน ควบคู่ไปกับการพัฒนาแพลตฟอร์มการให้บริการที่ใช้งานง่าย และหาพันธมิตรร้านค้าพร้อมติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการมาก

ที่สุด และประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีของการใช้บริการ เพื่อเป็นการจูงใจให้ประชากรกลุ่มเจนเนอเรชัน
เอ็กซ์ ขึ้นไป หันมาสนใจระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สังคมไร้
เงินสดต่อไป

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, สังคมไร้เงินสด, ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์, ส่วนขยาย
ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี



Independent Study Title	FACTORS AFFECTING TECHNOLOGY ACCEPTANCE FOR A CASHLESS SOCIETY AMONG OVER GENERATION X: BANGKOK CASE STUDY
Author	Miss Nantanee Luxmeekarnka
Degree	Master of Business Administration
Major Field/Faculty/University	Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Watchaneeporn Setthasakko, Ph.D.
Academic Year	2018

ABSTRACT

Thai governmental promotion of a cashless society inspired banks and the private sector to develop financial services and products using e-payment. This increasing trend affects mainly younger consumers, although the government of Thailand intended the policy to apply to citizens of all ages. Qualitative and quantitative research were used to study factors affecting technology acceptance for a cashless society among consumers aged 39 and older in the Bangkok Metropolitan Area. Data was gathered by in-depth interviews and online questionnaire. Six samples for interviews and 436 questionnaire respondents were BMA residents aged 39 and older.

Results were that the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2) and risk perception were most influential, in decreasing order of importance. These findings suggest that samples might be educated by being offered services similar to already-familiar technologies, with innovations gradually introduced. Easy platforms and retail partners should be developed to cover all service aspects, while publicizing e-payment advantages. These efforts should help a wider selection of Thai consumers engage in the cashless society, as the business sector raises revenues by offering services best designed for the widest range of customer profiles and needs.

Keywords: Technology Acceptance, Cashless Society, E-Payment, Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2)

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระเรื่อง “ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของ ประชากรเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป : กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจาก การสนับสนุนของผู้ที่เกี่ยวข้องหลายท่าน ที่ให้ทั้งคำปรึกษา คำแนะนำ ความช่วยเหลือต่างๆ ตลอดจนการให้กำลังใจในการทำงานวิจัยเรื่องนี้ โดยทางผู้วิจัยได้นำความรู้ และทักษะต่างๆ ที่ได้รับ จากการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหา ธรรมศาสตร์ ตลอดระยะเวลา 2 ปี มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. วัชนีพร เศรษฐสุสัโก อาจารย์ที่ปรึกษาการ ค้นคว้าอิสระ ที่มีส่วนร่วมในงานวิจัยเรื่องนี้มากที่สุด และคอยเคียงข้าง ให้ความรู้ ข้อแนะนำที่ดี ตลอดระยะเวลาการทำวิจัย รวมถึงรองศาสตราจารย์ ดร. เอกจิตต์ จิงเจริญ ประธานกรรมการสอบ การค้นคว้าอิสระ ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบ และคำแนะนำในการปรับแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของ งานวิจัยเรื่องนี้มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความ ร่วมมือในการทำวิจัยครั้งนี้ ตลอดจน ครอบครัว เพื่อนๆ พี่ๆ จากธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้า แห่งประเทศไทย และเพื่อนๆ ร่วมรุ่น MBA ที่ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือเสมอมา สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะสามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ รวมถึงผู้ประกอบการในการ นำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ต่อกลุ่มเป้าหมายในอนาคต หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัย มา ณ ที่นี้ด้วย

นางสาวนันท์ ลิ้มมีการค้า

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 บริบทงานที่ศึกษา	7
2.1.1 สังคมไร้เงินสด	7
2.1.2 การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	12
2.2.1 แนวคิดเจเนอเรชั่น	12
2.2.1.1 เจเนอเรชั่น เอกซ์	12
2.2.1.2 เจเนอเรชั่น เบบี้บูม	13

2.2.2 ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	14
2.2.3 ส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	18
2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	30
3.1 ระเบียบวิธีการวิจัย	30
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2.1 ประชากร	30
3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	31
3.2.2.1 งานวิจัยเชิงคุณภาพ	31
3.2.2.2 งานวิจัยเชิงปริมาณ	31
3.3 เครื่องมือที่ใช้และวิธีการเก็บข้อมูล	32
3.3.1 ช่วงงานวิจัยเชิงคุณภาพ	32
3.3.2 ช่วงงานวิจัยเชิงปริมาณ	33
3.3.2.1 เกณฑ์การประเมินความคิดเห็น	34
3.3.2.2 เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย	34
3.4 การทดสอบเครื่องมือเชิงปริมาณ	35
3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	37
4.1 ช่วงงานวิจัยเชิงคุณภาพ	37
4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง 6 คน	37
4.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	37
4.1.2.1 ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม	37
4.1.2.2 ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ	38
4.1.2.3 ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม	39
4.1.2.4 ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก	39
4.1.2.5 ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง	39

	(7)
4.1.2.6 ปัจจัยด้านความคุ้มค่า	40
4.1.2.7 ปัจจัยด้านความเคยชิน	40
4.1.2.8 ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง	41
4.2 ช่วงงานวิจัยเชิงปริมาณ	41
4.2.1 ออกแบบแบบสอบถาม	41
4.2.2 ผลของแบบสอบถาม	44
4.2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	44
4.2.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี E-Payment ของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
(1) ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้บริการ	45
(2) ความถี่ในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	47
(3) มูลค่าในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	49
(4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี	49
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	55
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	55
5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง	55
5.1.2 พฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	55
5.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	56
5.1.3.1 ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)	56
5.1.3.2 ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC)	56
5.1.3.3 ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE)	57
5.2 ข้อจำกัดงานวิจัย	58
5.3 ข้อเสนอแนะ	58
5.3.1 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ	58
5.3.2 ข้อเสนอแนะด้านธุรกิจ	59
รายการอ้างอิง	61

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก	แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคม ไร้เงินสด ของประชากรเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ และเบบี้บูม: กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร	67
ภาคผนวก ข	ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน	73

ประวัติผู้เขียน

74



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ประโยชน์จาก E-Payment ในทุกภาคส่วน (MoneyHub, 2017)	11
2.2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	21
3.1	ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจเนอเรชัน	31
3.2	ร่างคำถาม ช่วงงานวิจัยเชิงคุณภาพ	33
4.1	ข้อมูลพื้นฐาน และรูปแบบ E-Payment ที่เคยใช้ของกลุ่มตัวอย่าง	37
4.2	ประเด็นคำถามในแบบสอบถาม	42
4.3	สรุปค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละปัจจัย	44
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์	45
4.5	แสดงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้บริการ	46
4.6	แสดงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้บริการ จำแนกตามเจเนอเรชัน	46
4.7	แสดงอันดับของประเภทระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้บริการบ่อย	47
4.8	แสดงความถี่ในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	48
4.9	แสดงความถี่ในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเจเนอเรชัน	48
4.10	แสดงมูลค่าในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยต่อครั้ง	49
4.11	สรุปข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง	50

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	การเพิ่มขึ้นของปริมาณธุรกรรม E-Payment สิ้นสุดไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2561	2
1.2	จำนวนรายการธุรกรรม E-Payment และมูลค่า E-Payment เฉลี่ยต่อรายการ	3
2.1	ต้นทุนธุรกรรมเงินสด เปรียบเทียบกับ ต้นทุนธุรกรรม E-Payment	11
2.2	ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล TRA	14
2.3	ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน TPB	15
2.4	แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรม TAM	15
2.5	แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล MPCU	16
2.6	ทฤษฎีรวมการยอมรับเทคโนโลยี UTAUT	18
2.7	ส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับเทคโนโลยี UTAUT2	19

บทที่ 1 บทนำ

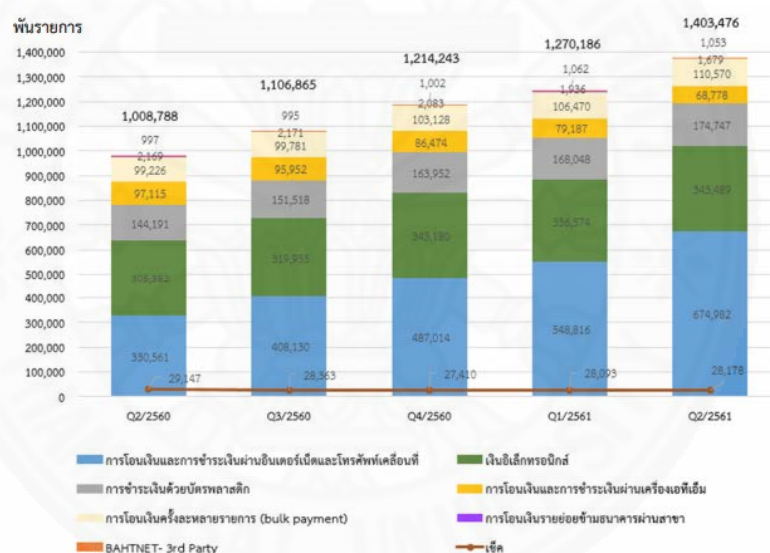
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สังคมไร้เงินสด (Cashless Society หรือ Cashless Economy) เป็นคำที่ริเริ่มมาจากรางการธนาคารพาณิชย์ในช่วงยุค 1950S ที่มองว่าการใช้เงินสดในโลกอนาคตจะมีความสำคัญลดลง และจะถูกแทนที่ด้วยระบบคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น ซึ่งต่อมาในช่วงต้นยุค 1960S ที่ปรึกษาการวางเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคาร John Diebold ได้ออกมาเตือนว่าการเติบโตของเศรษฐกิจจะทำให้การประมวลผลเอกสารธุรกรรมทางการเงินของธนาคารเกินพิกัดของระบบ และจะทำให้ต้นทุนของธนาคารเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงสนับสนุนให้พัฒนาระบบการเงินใหม่ที่ไร้เงินสดมาแทนที่เพื่อลดปริมาณธุรกรรมเอกสาร จากนั้นเป็นต้นมาคณะกรรมการธนาคารกลางนานาประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา สวีเดน แคนาดา และเบลเยียม เป็นต้น จึงได้ออกนโยบายสนับสนุนและเอื้อประโยชน์ต่อการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสดไปสู่การใช้ระบบบัตรเครดิตและเดบิต หรือบริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการใช้จ่ายชำระค่าบริการในชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมถึงให้ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งไม่รับเช็คเงินสด ซึ่งได้รับผลตอบแทนจากประชาชนคนรุ่นใหม่เป็นอย่างดี โดยในปี 2563 คาดว่าประเทศสวีเดน จะเป็นประเทศแรกของโลกที่ก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยสมบูรณ์ โดยจะคงเหลือธุรกรรมเงินสดเพียงร้อยละ 0.50 ของมูลค่าการชำระเงินทั้งหมด สำหรับประเทศอื่นๆ อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมไร้เงินสดยังไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างสมบูรณ์ เพราะประชาชนทั่วไปยังให้ความสำคัญกับเงินสดที่ถืออยู่ในมือมากกว่าการยอมรับตัวเลขบนหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงทำให้ยังมีการใช้เงินสดควบคู่ไปด้วยจนถึงปัจจุบัน (นนทกร เทิดทูลทวีเดช, 2559)

สำหรับประเทศไทย สังคมไร้เงินสด เริ่มเป็นที่กล่าวถึงมากขึ้นจากการที่ธนาคารพาณิชย์ได้พัฒนาระบบโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) สำหรับการโอนเงิน รับเงิน และชำระเงิน รวมถึงภาครัฐบาลและกระทรวงการคลังได้มอบหมายให้ธนาคารแห่งประเทศไทยผลักดันแผนยุทธศาสตร์ National E-Payment 5 โครงการ เพื่อปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารในประเทศ และยกระดับประเทศเข้าสู่สังคมไร้เงินสด โดยเริ่มจากโครงการ “พร้อมเพย์ (Promptpay)” เป็นการบริการโอนเงิน รับเงิน ที่มีค่าธรรมเนียมการโอนถูกกว่าปกติ และสามารถใช้จ่ายเพียงบัตรประชาชนหรือเบอร์โทรศัพท์ในการทำธุรกรรมได้ รวมถึงโครงการขยายเครื่องรับชำระบัตร การพัฒนาระบบการจัดเก็บภาษีของกรมสรรพากรให้เป็นอิเล็กทรอนิกส์ การจ่ายเบี้ยช่วยเหลือภาครัฐ

ผ่าน E-Payment และการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องปลอดภัยของระบบ เป็นต้น ซึ่งคาดหวังว่าหากโครงการทั้งหมดเสร็จสมบูรณ์จะเป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจที่สำคัญที่จะทำให้ประเทศสามารถเข้าสู่ระบบสังคมไร้เงินสดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

ปัจจุบันประเทศไทยจึงอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านหรือกระบวนการก้าวไปสู่สังคมไร้เงินสด ตามข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยในไตรมาส 2 ปี 2561 ปริมาณการใช้ E-Payment ภาพรวมเติบโตขึ้นร้อยละ 40.20 จากช่วงเดียวกันของปี 2560 โดยบริการที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด คือ บริการโอนเงินและการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) เติบโต ร้อยละ 104.20 สวนทางกับการโอนเงิน/ชำระเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็มและการโอนเงินรายย่อยข้ามธนาคารผ่านสาขาที่มีอัตราหดตัวร้อยละ 29.20 และ 22.50 ตามลำดับ (ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

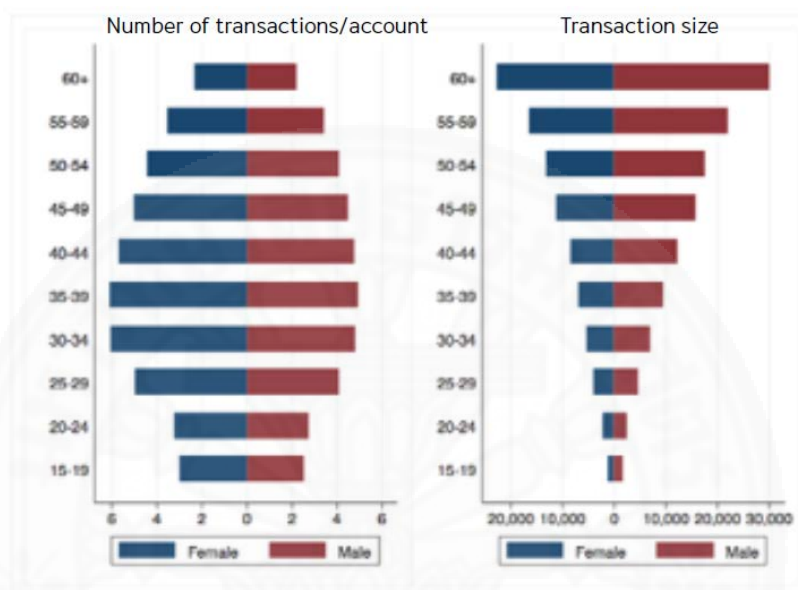


ภาพที่ 1.1 การเพิ่มขึ้นของปริมาณธุรกรรม E-Payment สิ้นสุดไตรมาส 2 ปี พ.ศ. 2561

ที่มา : ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561

อย่างไรก็ตามแม้ว่าภาพรวมปริมาณธุรกรรม E-Payment ในประเทศจะเติบโตขึ้น แต่ตามรายงานผลสำรวจพฤติกรรมการใช้ E-Payment ในประเทศไทย รายงานว่า สัดส่วนการใช้ E-Payment ในประเทศไทยปี 2560 มีประชากรไทยเพียงร้อยละ 17 เท่านั้น ที่ใช้บริการ E-Payment และส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้หากพิจารณาแยกตามอายุพบว่า กลุ่มประชากรวัยนักศึกษาและวัยทำงาน ช่วงอายุ 18-39 ปี มีสัดส่วนการใช้บริการมากที่สุดถึงร้อยละ 29% ซึ่งสูงกว่าประชากรกลุ่มอื่น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) สอดคล้องกับผลสำรวจปริมาณ

การใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) พบว่า ประชากรช่วงวัย 30-39 ปี มีปริมาณการทำธุรกรรมมากที่สุด และปริมาณการทำธุรกรรมต่อบัญชีจะลดลงตามการเพิ่มขึ้นของอายุ ขณะที่มูลค่าธุรกรรมเฉลี่ยต่อหนึ่งรายการจะปรับเพิ่มสูงขึ้นตามการเพิ่มขึ้นของอายุด้วย (อัจฉนา และคณะ, 2561)



Source: Administrative data from 5 banks, calculated by authors

ภาพที่ 1.2 จำนวนรายการธุรกรรม E-Payment และมูลค่า E-Payment เฉลี่ยต่อรายการ จำแนกตามช่วงอายุ
ที่มา : อัจฉนา และคณะ 2561

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่า กลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับบริการด้าน E-Payment น้อยกว่ากลุ่มประชากรอื่นๆ ขณะที่หากประชากรกลุ่มนี้ใช้บริการแล้วจะมีมูลค่าธุรกรรมต่อรายการค่อนข้างสูง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการวิจัยในปัจจุบันมักจะศึกษากับกลุ่มประชากรที่มีอายุน้อยกว่า 40 ปี หรือตั้งแต่กลุ่มเจนเอเรชั่น วาย ลงไป ในการใช้บริการ E-Payment ต่างๆ หรืออาจเป็นการวิจัยในเชิงภาพรวมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ยังคงกระจุกตัวในกลุ่มเจนเอเรชั่น วาย ในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ยังมีช่องโหว่ในการศึกษาวิจัย คือ กลุ่มประชากรเจนเอเรชั่น เอ็กซ์ หรือประชากรที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 - 2523 หรือ อายุตั้งแต่ 39 - 54 ปี และกลุ่มประชากรเจนเอเรชั่น เบบี้บูม หรือประชากรที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 - 2507 หรืออายุตั้งแต่ 55 - 73 ปี เกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ว่ากลุ่มตัวอย่าง

ดังกล่าวให้ความสำคัญกับปัจจัยใดเป็นสำคัญในการที่จะเลิกใช้เงินสด และหันมาใช้ E-Payment อย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจาก กลุ่มประชากรเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และเป็นกลุ่มที่เกิดในช่วงที่เริ่มมีเทคโนโลยีเข้าเกี่ยวข้อง จึงมีความรู้ด้านเทคโนโลยีอยู่บ้าง และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ หากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่รับได้ (Andrew Shoaff, 2013) และกลุ่มประชากรเจนเนอเรชัน เบบี้บูม เป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเอง มองโลกในแง่ดี และให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อครอบครัว (Evans et al., 2006) ซึ่งส่วนใหญ่จะเริ่มเข้าสู่วัยเกษียณอายุ และมีความมั่นคงทางการเงินในระดับหนึ่ง ดังนั้น การศึกษาทำความเข้าใจกลุ่มเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ และกลุ่มเจนเนอเรชัน เบบี้บูม ครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ให้บริการ E-Payment สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงินที่ตอบสนองต่อความต้องการหรือการยอมรับของประชากรในกลุ่มนี้ได้ เพื่อเพิ่มอัตราการใช้ และเพื่อประโยชน์ต่อการขยายฐานผู้ใช้บริการ E-Payment ของประเทศไทยที่ยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรกลุ่มเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถประยุกต์ใช้ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ของประชากรกลุ่มเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรกลุ่มเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ ประชากรกลุ่มเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 - 2523 และประชากรกลุ่มเจนเนอเรชัน เบบี้บูม ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 - 2507 ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยไม่จำกัดประเภทการใช้งาน E-Payment สำหรับการเก็บข้อมูลจะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างก่อน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด จากนั้นจึงนำมาสร้างกรอบงานวิจัย และนำไปทดสอบความสัมพันธ์กับกลุ่ม

ตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ผ่านการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม และประมวลผลทางสถิติเพื่อทราบความสัมพันธ์ โดยช่วงเวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2562

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. มุมประชากรเจเนอเรชัน เอกซ์ และประชากรเจเนอเรชัน เบบี้บูม ในฐานะผู้ใช้บริการ ทำให้ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการทางการเงิน E-Payment ตามนโยบายสังคมไร้เงินสดได้แบบไร้ความกังวล หากผู้ให้บริการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สนองต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มประชากรทั้ง 2 กลุ่มได้

2. มุมภาครัฐกิจ ในฐานะผู้ให้บริการ เมื่อเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชัน เอกซ์ และกลุ่มเจเนอเรชันเบบี้บูม ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังมีช่องว่างในการใช้บริการ ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ/หรือ บริการทางการเงินที่ตรงตามความต้องการในการยอมรับเทคโนโลยี และปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้กลุ่มเป้าหมายได้

3. มุมภาครัฐบาล ในฐานะผู้ออกนโยบายสังคมไร้เงินสด หากผู้ให้บริการสามารถพัฒนาบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ก็จะทำให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น และทำให้นโยบายสังคมไร้เงินสดของภาครัฐบาล สามารถเป็นจริงได้ในทางปฏิบัติ รวมถึงภาครัฐจะสามารถประหยัดต้นทุนในการพิมพ์และจัดเก็บพันธบัตรได้อีกด้วย

1.5 นิยามศัพท์

สังคมไร้เงินสด หมายถึง สังคมที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงชำระค่าสินค้าได้โดยไม่ต้องถือเงินสด และใช้การชำระเงินผ่านระบบดิจิทัล ได้แก่ บัตรเครดิต บัตรเดบิต แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือสกุลเงินดิจิทัล แทน

การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง กระบวนการส่งมอบเงินในลักษณะของการโอนเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลาง ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยได้แบ่ง E-Payment เป็น 8 ประเภท ได้แก่ เงินอิเล็กทรอนิกส์ บัตรเครดิต เครื่องอีดีซี บริการสวิตชิงในการชำระเงิน บริการหักบัญชี บริการชำระดุล บริการชำระเงินแทน และบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ เป็นต้น

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง ความตั้งใจของผู้ใช้บริการที่จะใช้บริการเทคโนโลยี
ดังกล่าว ภายหลังจากการเรียนรู้และทำความเข้าใจในเทคโนโลยีนั้นๆ แล้ว

เจเนอเรชัน เอกซ์ หมายถึง บุคคลที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 - 2523

เจเนอเรชัน เบบี้บูม หมายถึง บุคคลที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2489 - 2507



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป : กรณีศึกษาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างกรอบการวิจัย โดยมีรายละเอียด การศึกษา ดังนี้

2.1 บริบทงานที่ศึกษา

2.1.1 สังคมไร้เงินสด

2.1.2 การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

2.2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเจนเนอเรชัน

2.2.2 ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of acceptance and use of technology: UTAUT)

2.2.3 ส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of acceptance and use of technology 2: UTAUT 2)

2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 บริบทงานที่ศึกษา

2.1.1 สังคมไร้เงินสด

ภควันต์ (2561) ได้ให้คำนิยาม สังคมไร้เงินสด ว่าเป็น แนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศการใช้เงินสดเป็นตัวขับเคลื่อน โดยให้ความสำคัญกับเงินสดที่สามารถจับต้องได้น้อยลง และถูกแทนที่ด้วยการใช้เทคโนโลยีจากระบบคอมพิวเตอร์ในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน ซึ่งสาเหตุที่ทำให้สังคมไร้เงินสดได้รับความสนใจมากขึ้น เนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง ทั้งสมาร์ทโฟน แอปพลิเคชัน และธุรกรรมออนไลน์ ที่ได้รับการพัฒนาจากบริษัท Fintech ต่างๆ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ศวก., 2560) กล่าวว่า กระบวนการที่จะทำให้ประเทศก้าวไปสู่สังคมไร้เงินสดได้ ต้องได้รับแรงหนุนจากทั้ง ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยหลักในการผลักดันประเทศไทยให้เข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเป็นรูปธรรม 3 ประการ ได้แก่

(1) การผลักดันของภาครัฐ

ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National E-Payment Master Plan) ภายใต้การดำเนินโครงการ 4 โครงการ ได้แก่ ระบบพร้อมเพย์ การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และ E-Payment ภาครัฐ ผ่านการแจกบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแก่ผู้มีรายได้น้อย เป็นต้น

(2) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการสื่อสาร

ผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบการชำระเงิน ต่างมุ่งพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันของตนเองให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและชิงส่วนแบ่งตลาด รวมถึงการเติบโตของผู้ประกอบการ Fintech ที่มีการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่องก็เป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญที่ทำให้เทคโนโลยีทางการเงินมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

(3) พฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นเข้าสู่ระบบออนไลน์มากขึ้น

We are Social (2018) ได้ทำการสำรวจการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 ประชากรไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สูงถึงร้อยละ 71 รวมถึงการเข้าถึงบริการทางการเงินระบบดิจิทัลก็เติบโตอย่างก้าวกระโดดเช่นเดียวกัน ทั้งการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง บัตรอิเล็กทรอนิกส์ และอีมันนี่ นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็เป็นอีกตัวขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการในประเทศไทยเริ่มปรับตัวและนำเอาบริการทางการเงินระบบดิจิทัลมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ซึ่งเป็นฐานนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยนิยมใช้ธุรกรรมแบบไร้เงินสดผ่านแอปพลิเคชัน Alipay หรือ WeChatPay เป็นต้น

โดยหากประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสด คาดว่าจะเกิดประโยชน์ต่อหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาคธุรกิจ ที่มีต้นทุนและความเสี่ยงในการถือเงินสดลดลง เนื่องจาก ความเสี่ยงจากการทุจริตของพนักงานและความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมเงินสดจะมีโอกาสเกิดขึ้นน้อยลง รวมถึงสามารถลดต้นทุนในการเบิกถอนเงินสดแต่ละครั้ง และต้นทุนในการจัดเก็บเอกสารทางการเงินจำนวนมากๆ ได้ นอกจากนี้ ยังทำให้การสรุปธุรกรรมซื้อขายมีความสะดวกรวดเร็ว และมีความละเอียดมากขึ้นด้วย สำหรับภาคประชาชน เป็นการลดปริมาณการถือเงินสด โดยสามารถเลือกช่องทางการชำระเงินได้หลากหลาย และมีความสะดวกในการชำระเงินมากขึ้น (ศวก.,2560) อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ ก็อาจเกิดผลกระทบต่อผู้ใช้บริการได้เช่นเดียวกัน อาทิ การสูญเสียความเป็นส่วนตัวทางการเงิน ความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมข้อมูลส่วนตัว และแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเกินตัว

จากการถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคสินค้าของผู้ประกอบการซึ่งผู้บริโภคสามารถทำธุรกรรมได้ง่ายเพียงแคมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ภควันต์, 2561)

2.1.2 การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)

Sandra (2017) ให้คำนิยาม การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ว่าเป็น การทำธุรกรรมทางการเงิน หรือการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยปราศจากการใช้เงินสด หรือเช็ค และใช้เครื่องมือการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แทน อาทิ บัตรเครดิต บัตรเดบิต กระเป๋าเงินออนไลน์ สมาร์ทการ์ด อีมันนี่ เป็นต้น สอดคล้องกับ พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจทางชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551 (2551, 16 กันยายน) ที่ให้คำนิยามว่าเป็น การโอนสิทธิครองเงิน หรือการโอนสิทธิการถอนเงินหรือหักเงินจากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการที่เปิดไว้กับผู้ให้บริการด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือบางส่วน

โดยธนาคารแห่งประเทศไทย (2551) ได้จำแนกบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลเป็น 8 ประเภท ดังนี้

(1) การให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Money

บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการออกให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยไม่จำเป็นต้องระบุชื่อ ซึ่งผู้ใช้บริการต้องมีเติมเงิน หรือชำระเงินให้แก่ผู้ให้บริการไว้ล่วงหน้า เพื่อนำไปใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ แทนการชำระด้วยเงินสด และได้มีการบันทึกจำนวนเงินที่ชำระไว้ล่วงหน้า

(2) การให้บริการเครือข่ายบัตรเครดิต

บัตรเครดิต คือ บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ให้บริการออกให้แก่ผู้ใช้บริการ โดยระบุชื่อผู้ใช้บริการ เพื่อใช้ชำระค่าสินค้า ค่าบริการ แทนการชำระด้วยเงินสด หรือเพื่อใช้เบิก ถอน โอน หรือทำธุรกรรมอื่นใดที่เกี่ยวกับเงิน และผู้ให้บริการจะเรียกให้ผู้ใช้บริการชำระเงินในภายหลัง

สำหรับเครือข่ายบัตรเครดิต เป็นการส่งข้อมูลธุรกรรมจากผู้ให้บริการไปยังผู้ให้บริการออกบัตร เพื่ออนุมัติการใช้บัตรในการทำรายการ ตลอดจนการหักถอนบัญชีระหว่างกัน

(3) การให้บริการเครือข่ายอีดีซี (EDC Network)

อุปกรณ์สำหรับการรับส่งข้อมูลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์จากบัตรเครดิต บัตรเดบิต เงินอิเล็กทรอนิกส์ ไปยังผู้ให้บริการที่เป็นผู้ออกบัตร

(4) การให้บริการสวิตซ์ซิงในการชำระเงิน (Transaction Switching)

บริการจุดเชื่อมต่อรับส่งข้อมูลรายการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ใช้บริการตามที่ตั้งกลางกัน

(5) การให้บริการหักบัญชี (Clearing)

บริการรับส่ง ตรวจสอบ และยืนยันข้อมูลตามคำสั่งการชำระเงินสำหรับนำไปคำนวณหายอดเงินแสดงความเป็นเจ้าหนี้ หรือลูกหนี้ของผู้ใช้บริการเพื่อใช้ข้อมูลดังกล่าวไปทำการชำระดุลระหว่างเจ้าหนี้และลูกหนี้ รวมถึงการจัดการเพื่อให้กระบวนการชำระดุลสำเร็จด้วย

(6) การให้บริการชำระดุล (Settlement)

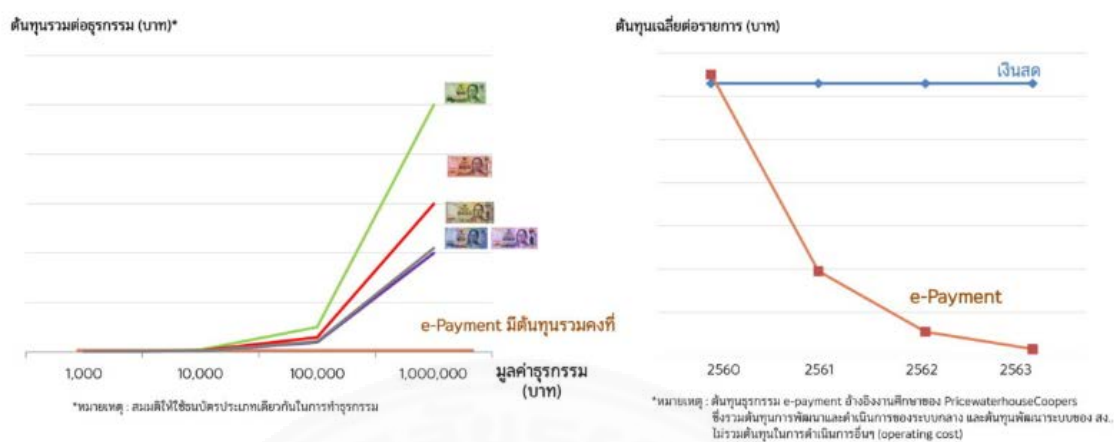
บริการระบบการชำระเงินที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้าระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ โดยผู้ให้บริการจะทำการหักบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการซึ่งมีฐานะเป็นลูกหนี้ หรือรับชำระหนี้โดยวิธีอื่นใดตามที่ตกลงกัน แล้วปรับบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการซึ่งมีฐานะเป็นเจ้าหนี้ หรือชำระเงินด้วยวิธีอื่นใด เพื่อให้หนี้ดังกล่าวระงับไป

(7) การให้บริการรับชำระเงินแทน

บริการรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แทนเจ้าหนี้

(8) การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ หรือผ่านทางเครือข่าย

อณิชา ฉิมน้อย (2561) ได้อธิบายถึงประโยชน์ของการใช้ E-Payment ผ่านโครงสร้างต้นทุนของเงินสด และ E-Payment ว่าหากเทียบต้นทุนการชำระเงินด้วยมูลค่าธุรกรรมที่เท่ากันจะพบว่าเงินสดแพงกว่า E-Payment ถึง 3 เท่า โดยเฉลี่ยต้นทุนของการใช้เงินสดต่อรายการอยู่ที่ 1.26 บาท ยังไม่รวมต้นทุนการบริหารจัดการและต้นทุนทางสังคมต่างๆ ขณะที่เฉลี่ยต้นทุนของการใช้ E-Payment ต่อรายการอยู่ที่ 0.10 – 0.40 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นต้นทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินกลางและต้นทุนภายในของสถาบันการเงิน ดังนั้น หากประเทศไทยสามารถผลักดันให้ประชาชนให้ E-Payment ได้มากขึ้น จะช่วยให้ประเทศมีต้นทุนธุรกรรมเงินสดลดลง และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และศักยภาพของเศรษฐกิจในการแข่งขันระหว่างประเทศได้



ภาพที่ 2.1 ต้นทุนธุรกรรมเงินสด เปรียบเทียบกับ ต้นทุนธุรกรรม E-Payment
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561

ตารางที่ 2.1

ประโยชน์จาก E-Payment ในทุกภาคส่วน (MoneyHub, 2017)

	ประโยชน์จาก E- Payment
มุมมองประชาชน	<ul style="list-style-type: none"> - รับ จ่าย โอน เงินง่าย ไม่ต้องเสี่ยงในการถือเงินสดจำนวนมาก - ระบบ E-Payment มีการดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลมาใช้ ทำให้สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลปลายทางได้ก่อนการทำธุรกรรม - ค่าธรรมเนียมต่ำลง และมีการแจ้งเตือนทุกครั้งที่ทำธุรกรรม - มีช่องทางในการรับเงินจากภาครัฐได้ง่ายขึ้น อาทิ เงินคืนภาษี และเบี้ยยังชีพคนชรา เป็นต้น
มุมมองธุรกิจ	<ul style="list-style-type: none"> - ขยายโอกาสทางการค้า ลดข้อจำกัดเรื่องระยะทาง - ลดต้นทุนการจัดการด้านเอกสารทางการเงิน - รับ จ่าย โอน เงินด้วยต้นทุนที่ต่ำลง
มุมมองรัฐบาล	<ul style="list-style-type: none"> - บริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการเก็บข้อมูลการทำธุรกรรมของประชาชนและภาคธุรกิจที่อย่างถูกต้อง - การจัดเก็บภาษีได้เต็มจำนวน - ประหยัดต้นทุนในการผลิตเหรียญและพันธบัตร

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดเจเนอเรชัน

Karl Mannheim (1923, p.276-322) ได้ศึกษาว่า ผู้คนในยุคหนึ่งๆ ที่เกิด และเติบโตท่ามกลางบริบทสังคม และประสบเหตุการณ์ใหญ่ๆ บางอย่างร่วมกัน จะมีลักษณะหนึ่งๆ ปรากฏขึ้น เพื่อนำมาใช้ในโลกอนาคตต่อไป อาทิ เหตุการณ์สำคัญอย่างสงครามโลก หรือนวัตกรรมที่มีผลกับชีวิต จะมีอิทธิพลต่อลักษณะผู้คนที่เกิดในช่วงนั้นๆ แม้กระทั่งการที่คนเกิดต่างพื้นที่ ต่างวัฒนธรรมกัน จะส่งผลต่อทัศนคติต่อเหตุการณ์ต่างกัน แต่ก็เชื่อว่าสุดท้ายจะมีความจำเพาะเจาะจงที่เหมือนกันอยู่ดี

โครงการสุขภาพคนไทย (2559, น.10-11) ให้นิยามคำว่า เจเนอเรชัน ว่าเป็นการแบ่งกลุ่มคนตามช่วงอายุ โดยกลุ่มคนที่มีช่วงอายุต่างกัน เกิดในยุคที่ต่างกันและเติบโตมาในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้มีลักษณะนิสัยที่แตกต่างกันไป ส่วนคนที่เกิดในยุคเดียวกันจะมีประสบการณ์วัยเด็กที่หล่อหลอมวิถีคิด โลกทัศน์ ค่านิยม มุมมองต่อสังคม และการใช้ชีวิตของคนในรุ่นนั้น ทำให้มีอุปนิสัยบางอย่างคล้ายคลึงกัน

โดยการจัดกลุ่มเจเนอเรชันตามช่วงอายุมีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ ในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตรงต่อบุคลิก ลักษณะนิสัย ของแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน จึงมีหลากหลายงานวิจัยที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับเจเนอเรชันในแง่มุมต่างๆ และมีกำหนดช่วงอายุที่แตกต่างกัน ซึ่งงานวิจัยนี้จะศึกษาเฉพาะเจาะจงที่เจเนอเรชัน เอกซ์ และเจเนอซัน เบบี้บูม เท่านั้น เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่ และอยู่ในช่วงวัยที่มีความมั่นคงด้านอาชีพ การงาน และมีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยสูง ซึ่งสามารถอธิบายช่วงอายุ และลักษณะของแต่ละเจเนอเรชัน ได้ดังนี้

2.2.1.1 เจเนอเรชัน เอกซ์

Murphy Jr et al. (2010) ได้ให้นิยามของเจเนอเรชัน เอกซ์ หมายถึงกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 – 2523 สอดคล้องกับการศึกษาของ Andrew Shoaff (2013) ที่กำหนดเป็นช่วงปีเดียวกัน และอ้างอิงว่าเป็นเกณฑ์ที่สำนักสถิติประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเลือกใช้ รวมถึงงานวิจัย และบทความต่างๆ ที่มีการอ้างอิงถึงเจเนอเรชัน นิยมใช้เกณฑ์นี้ในการจัดแบ่งกลุ่มในงานวิจัย สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย พสุ เตชะรินทร์ (2551) ให้คำนิยามของเจเนอเรชัน เอกซ์ ว่าคือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2507 – 2524 ในขณะที่ ชานนท์ ศิริธร (2554) ได้กำหนดว่าหมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในปี พ.ศ. 2507 – 2523 ซึ่งแม้ว่างานวิจัยจะมีการระบุช่วงอายุของเจเนอเรชันไว้หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ก็ยังคงอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2508 - 2523

ดังนั้น เจเนอเรชัน เอกซ์ ในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508 – 2523 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี และเริ่มมีเทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันมากขึ้น อาทิ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น จึงทำให้คนกลุ่มนี้มีความยืดหยุ่นในการใช้ชีวิตสูง สามารถปรับตัวและรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ดี (รัชฎา อธิสนธิสกุล และอ้อยอุมารุ่งเรือง, 2548) รวมถึง เป็นคนที่รักความอิสระ ชอบหาความรู้ด้วยตัวเอง ให้ความสำคัญกับความสมดุลในชีวิตการทำงานและชีวิตครอบครัว ต้องการความมั่นคงในชีวิต (Scheef & Thielfoldt, 2004) สำหรับประเทศไทย ตามข้อมูลสถิติประชากรและบ้าน ปี พ.ศ. 2560 พบว่า กลุ่มคนที่อยู่ในช่วงเจเนอเรชัน เอ็กซ์ มีจำนวน 16,581,314 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.66 ของประชากรรวมทั้งประเทศ (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560)

2.2.1.2 เจเนอเรชัน เบบี้บูม

Duncan (2008) ได้ให้นิยามของเจเนอเรชัน เบบี้บูม หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 – 2507 หรือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงหลังยุคฟื้นฟูตัวของสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Carlson (2009) Murphy et al. (2010) และ Williams and Page (2011) ที่กำหนดเป็นช่วงปีเดียวกันอีกด้วย สำหรับงานวิจัยในประเทศไทย พลุ เตชะรินทร์ (2551) ให้นิยามของเจเนอเรชัน เบบี้บูม ว่าคือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2486 – 2507 ซึ่งแม้ว่างานวิจัยจะมีการระบุช่วงอายุของเจเนอเรชันไว้หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่ก็ยังคงอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2489 -2507

ดังนั้น เจเนอเรชัน เบบี้บูม ในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489 – 2507 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ภายหลังจากการสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้คนกลุ่มนี้มีความอดทนสูง และสู้งานหนัก ใช้ชีวิตเรียบง่าย มีความเชื่อมั่นในตัวเอง สามารถเปิดใจยอมรับเทคโนโลยีได้บ้าง แต่จะไม่ไล่ตามเทคโนโลยี ทำให้ปัจจุบันประชากรกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่มีความมั่งคั่งทางการเงิน และมีกำลังซื้อสูง (วนันธร และคณะ, 2552) นอกจากนี้ แม้ว่าประชากรกลุ่มนี้จะไม่มีความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีมากนัก แต่เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าสูง และมีแนวโน้มที่จะเรียนรู้การใช้งานระบบการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ไม่ยาก (Jones, 2009) สำหรับประเทศไทย ตามข้อมูลสถิติประชากรและบ้าน ปี พ.ศ. 2560 พบว่า กลุ่มคนที่อยู่ในช่วงเจเนอเรชัน เบบี้บูม มีจำนวน 7,052,035 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.91 ของประชากรรวมทั้งประเทศ (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560)

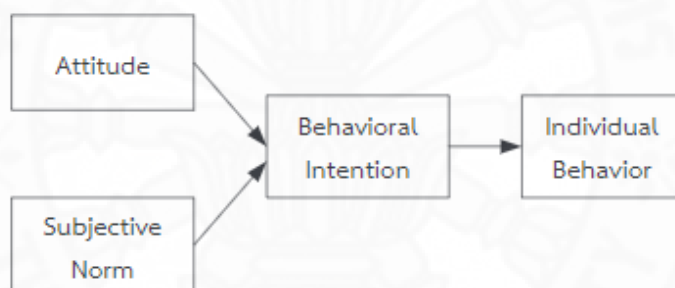
2.2.2 ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of acceptance and use of technology: UTAUT)

Venkatesh, Morris, David, และ Davis (2003) ได้พัฒนาทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ขึ้นเพื่อเป็นทฤษฎีที่ใช้ศึกษาพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของมนุษย์ โดยการผสมผสานทฤษฎีพฤติกรรมการยอมรับ 8 ทฤษฎี เข้าด้วยกันเพื่อให้สามารถอธิบายถึงการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลได้ชัดเจนขึ้น

โดยแบบจำลอง และทฤษฎี ที่นำมาผสมผสานกันใน UTAUT ได้แก่

(1) ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action : TRA)

เป็นทฤษฎีด้านพฤติกรรมศาสตร์ ที่อธิบายสาเหตุของการแสดงออกทางพฤติกรรม ซึ่งเชื่อว่าล้วนเกิดจากการใช้เหตุผล และความตั้งใจแสดงพฤติกรรมซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติ และบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่รอบตัว (Ajzen & Fishbein, 1975)

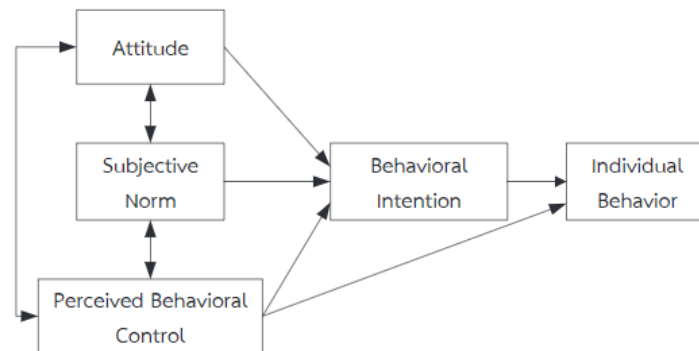


ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล TRA

ที่มา : Ajzen & Fishbein, 1975

(2) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior : TPB)

เป็นทฤษฎีที่พัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎี TRA ซึ่งเชื่อว่าบุคคลอาจจะไม่สามารถแสดงพฤติกรรมส่วนบุคคลออกมาได้หากพฤติกรรมนั้นมีความซับซ้อนเกินกว่าความสามารถในการควบคุมของบุคคลนั้นๆ จึงได้เพิ่มปัจจัยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมเข้าไปประกอบการวิจัยเพิ่มเติม (Ajzen, 1985)

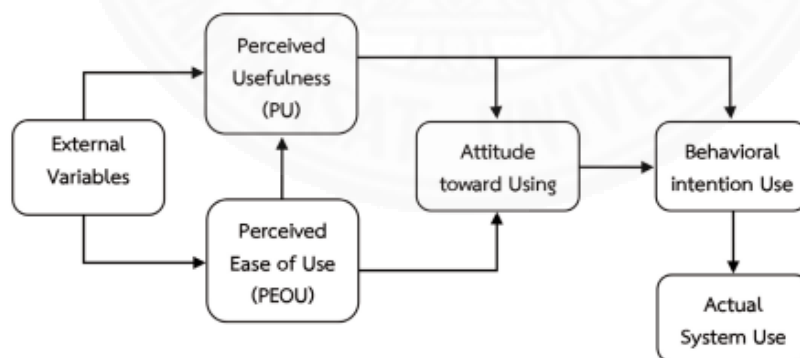


ภาพที่ 2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน TPB

ที่มา : Ajzen, 1985

(3) แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรม (Technology Acceptance Model : TAM)

เป็นทฤษฎีที่พัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎี TRA เพื่อศึกษาพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบเทคโนโลยี ผ่าน 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งแบบจำลองที่ได้รับความนิยม และใช้กันอย่างแพร่หลายในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในแง่มุมต่างๆ (Davis, 1986)

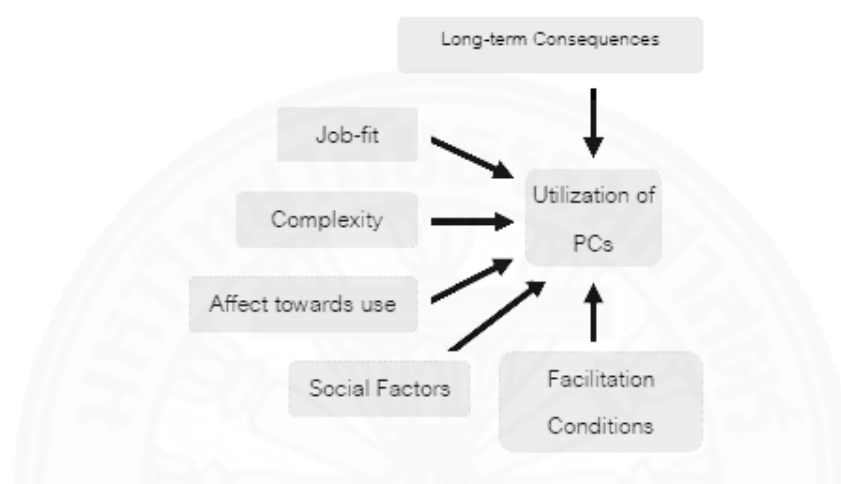


ภาพที่ 2.4 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรม TAM

ที่มา : Davis, 1986

(4) แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC Utilization : MPCU)

เป็นแบบจำลองที่พัฒนามาจากทฤษฎี TPB เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ทางสังคมของแต่ละบุคคล ควบคู่กับการใช้ปัจจัยตามทฤษฎี TPB ซึ่งเหมาะสำหรับการนำไปศึกษาปฏิกิริยาทางอารมณ์และทัศนคติของมนุษย์ที่มีต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Thompson et al.,1991)



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล MPCU
ที่มา : Thompson et al., 991

(5) ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory : DOI)

เป็นการอธิบายถึงลักษณะของกลุ่มคนในสังคมที่มีการยอมรับและนำนวัตกรรมไปใช้อย่างเต็มที่ เพราะเชื่อว่านวัตกรรมเป็นสิ่งที่มีความประโยชน์ โดยศึกษาผ่านกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม 4 ขั้นตอน คือ ขั้นความรู้ ขั้นการจูงใจ ขั้นตอนการตัดสินใจ และขั้นการยืนยัน (Roggers, 1962)

(6) แบบจำลองทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation Model : MM)

เป็นการศึกษาเพื่อเสาะหาแรงจูงใจในการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ (Davis, Bagozzi and Warchaw, 1992) เพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ โดยแรงจูงใจในแบบจำลองนี้แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ แรงจูงใจภายใน ที่เกิดจากความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างบุคคล และแรงจูงใจภายนอก ที่เกิดจากสิ่งที่จะได้รับเมื่อดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่งสำเร็จ

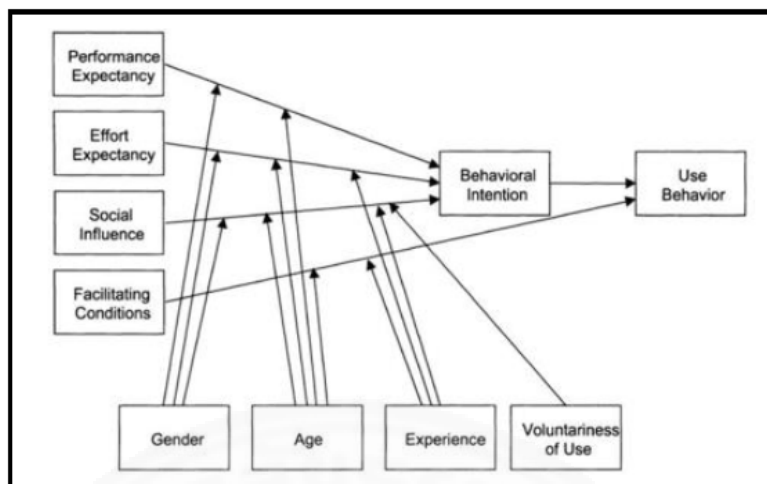
(7) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social Cognitive Theory : SCT)

เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล (Bandura, 1986) ผ่านแรงขับเคลื่อน 5 ปัจจัย คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ ความคาดหวังในตัวบุคคลที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้งาน ผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงพฤติกรรม และความวิตกกังวล ที่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคล

(8) ทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB

เป็นการพัฒนาขยายเพิ่มเติมทฤษฎี TAM โดยการรวมบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบ และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใดๆ จากทฤษฎี TPB เพื่อให้สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความซับซ้อนได้มากยิ่งขึ้น เช่น ข้อจำกัดด้านทักษะของแต่ละบุคคล เป็นต้น (Taylor & Todde, 1995)

โดยทฤษฎีทั้งหมดที่อ้างถึงข้างต้นเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับในการนำไปใช้เป็นกรอบอ้างอิงสำหรับอธิบายความตั้งใจและ/หรือการแสดงพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี แต่เมื่องานวิจัยต้องเลือกใช้ทฤษฎีพื้นฐานในงานวิจัย อาจทำให้ต้องคัดเลือกเฉพาะแบบจำลองหรือทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและละเอียดแบบจำลองที่เป็นทางเลือก ดังนั้น จึงเกิดการผสมผสานรวม 8 ทฤษฎีข้างต้นผ่านการคัดเลือกพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดของปัจจัยต่างๆ จากทั้ง 8 ทฤษฎี เป็นทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี เพื่อประโยชน์ในการลดข้อจำกัด และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับผลวิจัย โดยวิเคราะห์ปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy : PE) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy : EE) และ อิทธิพลของสังคม (Social influence : EE) ส่วนสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating conditions : FC) มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ และมีตัวแปรกำกับ 4 ตัวแปร คือ เพศ (Gender) อายุ (Age) ประสบการณ์ (Experience) และ ความสมัครใจ (Voluntariness of use)



ภาพที่ 2.6 ทฤษฎีรวมการยอมรับเทคโนโลยี UTAUT

ที่มา : Venkatesh et al., 2003)

2.2.3 ส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Unified theory of acceptance and use of technology 2: UTAUT 2)

Venkatesh, Thong, and Xu (2012) ศึกษาเพิ่มเติมว่าแม้ว่าแบบจำลอง UTAUT จะสามารถใช้วิเคราะห์การยอมรับการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการนำไปใช้ในงานวิจัยกันอย่างแพร่หลาย แต่ด้วยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาของทฤษฎี UTAUT ยังไม่ครอบคลุมถึงการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ทำให้มีการคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างเพียงพอ ดังนั้น จึงต้องมีการขยายขอบเขตทฤษฎีเพื่อหาปัจจัยสำคัญเพิ่มเติมให้ครอบคลุมถึงบริบทการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ของผู้ใช้งานโดยเน้นที่บริบทของผู้บริโภคมากขึ้น โดยการเพิ่มปัจจัย 3 ปัจจัย คือ แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic motivation) มูลค่าราคา (Price Value) และความเคยชิน (Habit) รวมเป็นส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) ที่มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัย 7 ปัจจัย ดังที่จะกล่าวในลำดับถัดไป และตัวแปรเสริม 3 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์

โดยปัจจัย 7 ปัจจัยของ UTAUT2 ได้แก่

(1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy: PE) คือ ความเชื่อว่าเทคโนโลยีจะมีประโยชน์และสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้กับผู้ใช้ได้ ไม่ว่าจะเป็นการทำงานได้รวดเร็วขึ้น และ/หรือการเพิ่มคุณภาพของงาน

(2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy: EE) คือ ความยากง่ายของการใช้งานเทคโนโลยี โดยคาดหวังให้เทคโนโลยีนั้นไม่มีความซับซ้อน สามารถเรียนรู้ได้โดยใช้ระยะเวลาไม่นาน และสามารถใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก

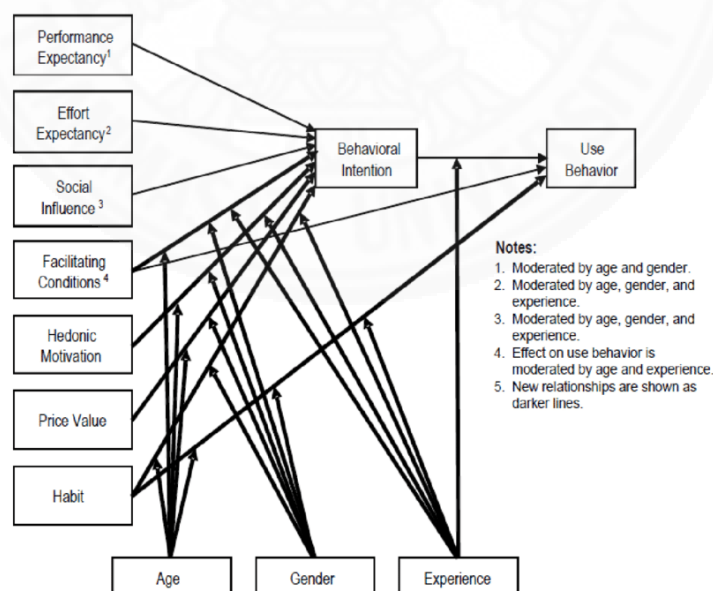
(3) อิทธิพลของสังคม (Social Influence: SI) คือ การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่าสังคมนรอบข้างตัวผู้ใช้ เช่น ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ได้ให้ความหวังต่อการใช้เทคโนโลยีนั้นๆ อย่างไร

(4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions: FC) คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร หรือสถานที่ที่อาศัยอยู่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีส่วนช่วยให้การใช้เทคโนโลยีนั้นๆ สะดวกสบาย และสามารถใช้งานได้ง่ายขึ้นได้หรือไม่

(5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation: HM) คือ ความสนุกหรือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี

(6) มูลค่าราคา (Price Value: PV) คือ การเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปของแต่ละบุคคล ว่าเทคโนโลยีนั้นๆ มีความคุ้มค่าเพียงใด

(7) ความเคยชิน (Habit: HA) คือ การที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมอัตโนมัติ จากสิ่งที่เรียนรู้มาในอดีต หรือเคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนเกิดเป็นความเคยชิน ซึ่งทำให้บุคคลนั้นๆ มีโอกาสที่จะเริ่มต้นใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อีก



ภาพที่ 2.7 ส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับเทคโนโลยี UTAUT2

ที่มา : Venkatesh et al., 2012

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2012) ได้ศึกษาทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านงานวิจัยในอดีตที่ใช้ทฤษฎี UTAUT และส่วนขยายทฤษฎี UTAUT2 กล่าวว่างานวิจัยทฤษฎี UTAUT และ UTAUT2 มีความเหมาะสมที่จะประยุกต์ใช้ศึกษาในบริบทการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลมากกว่าการศึกษาในบริบทขององค์กร ดังนั้น จึงสามารถใช้ทฤษฎี UTAUT และ UTAUT2 อธิบายความตั้งใจและพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีต่างๆ ของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

2.3 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า งานวิจัยส่วนมาก มักใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ส่วนแบบจำลอง UTAUT มีการนำไปใช้การศึกษาบ้างผ่านการประยุกต์ตัวแปรให้เข้ากับการศึกษาของแต่ละงานวิจัย โดยทุกการศึกษา พบว่า แบบจำลอง UTAUT มีความเหมาะสมที่ใช้ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยเฉพาะการศึกษาในระดับบุคคล ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย	
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)									
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA			
1	Physicians' acceptance of pharmacokinetics-based clinical decision support system	Chang, I. C., Hwang, H. G., Hung, W. F., & Li, Y. C. (2007). / ประเทศไต้หวัน	UTAUT 4 ปัจจัย	x	x	x	x					-	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้ระบบ CDSS มากกว่าปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม
2	User acceptance of Malaysian government multipurpose smartcard applications (My Kad Card)	Loo, W. H., Yeow, P. H., & Chong, S. C. (2009). / ประเทศมาเลเซีย	ประยุกต์ UTAUT 3 ปัจจัย ร่วมกับ ความน่าเชื่อถือ และความกังวล	x		x	x					ประชากร อาชีพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์	ประชาชนในประเทศมาเลเซียไม่มีความตั้งใจที่จะใช้บัตร My Kad เนื่องจากขาดความเข้าใจในประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งาน (PE) ขาดการสนับสนุนทางด้านทรัพยากรจากภาครัฐ (FC) และขาดแรงจูงใจในการใช้งานจากอิทธิพลทางสังคม (SI)
3	A Study of online virtual fitting room adoption based on UTAUT	Huang, N., & Qin, G. (2011) / ประเทศจีน	ประยุกต์ UTAUT 4 ปัจจัย ร่วมกับปัจจัยการยอมรับความเสี่ยง	x	x	x	x					-	UTAUT ทั้ง 4 ปัจจัยและปัจจัยการยอมรับความเสี่ยง มีผลต่อความตั้งใจยอมรับการใช้งานห้องลองเสื้อเสมือนจริง

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย	
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)									
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA			
4	Older-users' acceptance of smart card payment system : an investigation of an old-street vender	Yu, S. C., Ting, C. J., Lu, H. C., & Fu, F. L. (2012, June). / ประเทศไต้หวัน	ประยุกต์ UTAUT 4 ปัจจัย ร่วมกับปัจจัยการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ	x	x	x	x					เพศ อายุ และ การศึกษา	เพศหญิงที่สูงอายุและการศึกษาน้อยจะไม่มี ความตั้งใจที่จะยอมรับการใช้บัตร สมาร์ทการ์ด
5	User acceptance of e-government : integrating risk and trust dimensions with UTAUT Model	Taiwo, A. A., Mahmood, A. K., & Downe, A. G. (2012, June). / ประเทศมาเลเซีย	ประยุกต์ UTAUT 4 ปัจจัย ร่วมกับเจตคติเชิงบวก เจตคติเชิงลบ เจตคติ ด้านความเชื่อมั่น พื้นฐานของความเชื่อมั่น ความเชื่อมั่น และการยอมรับความเสี่ยง	x	x	x	x					-	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) อิทธิพลของสังคม (SI) ความเชื่อมั่น และการยอมรับความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจ ในการใช้งานระบบบริหารจัดการภาครัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย	
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)									
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA			
6	Estimating user's intentions and behaviors of electronic bidding systems	Chen, J., & Chiang, Z. (2013, May). / ประเทศจีน	UTAUT 4 ปัจจัย	x	x	x	x					เพศ อายุ และระยะเวลาในการทำงาน	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) อิทธิพลของสังคม (SI) และสภาพสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลต่อการยอมรับความตั้งใจในการยอมรับระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ
7	Mobile Technologies and service development impact on mobile internet usage in Latvia	Fuksa, M. (2013). / ประเทศลัตเวีย	ประยุกต์ใช้ UTAUT2 6 ปัจจัย ร่วมกับการสนับสนุนเทคโนโลยี	x	x	x	x		x	x	เพศ อายุ และประสบการณ์	ปัจจัยสภาพสิ่งแวดล้อม (FC) การสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยี และความเคยชิน (HA) มีผลต่อความยอมรับการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด	
8	Online drivers of consumer purchase of website airline tickets	Escobar-Rodríguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2013). / ประเทศสเปน	UTAUT2 7 ปัจจัย	x	x	x	x	x	x	x	-		ปัจจัยความเคยชิน (HA) มูลค่าราคา (PV) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) และสิ่งแวดล้อม (FC) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบซื้อตั๋วเครื่องบินออนไลน์ผ่านเว็บไซต์

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย	
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)									
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA			
9	Study of Acceptance factors for electronic payment services	Jansom, T., Kiattisin, S., & Leelasantitham, A. (2013, September). / ประเทศไทย	ประยุกต์ UTAUT 4 ปัจจัย ร่วมกับ ค่าธรรมเนียม คุณภาพของระบบ และความปลอดภัย	x	x	x	x					เพศ และ อายุ	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) คุณภาพของระบบ และความปลอดภัย ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบ E-Payment
10	The moderating effect of Technology awareness on the relationship between UTAUT constructs and behavioral intention to use technology	Abubakar, F. M., & Ahmad, H. B. (2013). / ประเทศไนจีเรีย	UTAUT 4 ปัจจัย	x	x	x	x					ความตระหนักในเทคโนโลยี	ความตระหนักในเทคโนโลยี ส่งผลต่อ UTAUT ทั้ง 4 ปัจจัย

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย	
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)									
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA			
11	Business intelligence : Applying the unified theory of acceptance and use of technology	Pope, A.D. (2014) / ประเทศสหรัฐอเมริกา	UTAUT 3 ปัจจัย	x	x	x						-	ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (SI) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ Business Intelligence มากกว่าปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) และความคาดหวังในการใช้งาน (EE)
12	Convergence or divergence? : a comparison of acceptance and use of technology for smart phones and tablets	Hsieh, C. H., Wu, C. G., & Hsu, C. P. (2014, July). / ประเทศสหรัฐอเมริกา	UTAUT2 7 ปัจจัย	x	x	x	x	x	x	x	-	ความต้องการใช้งานระหว่างโทรศัพท์สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต มีความแตกต่างกัน โดยโทรศัพท์สมาร์ทโฟนต้องการทรัพยากรซอฟต์แวร์และความจุที่มากขึ้น เพื่อเปรียบเทียบความคุ้มค่าก่อนการตัดสินใจซื้อ ส่วนแท็บเล็ตจะคำนึงถึงประโยชน์ที่ช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)								
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA		
13	UTAUT2 Influencing the behavioral intention to adopt mobile applications	Kuan, A. L. K., Ann, H. N., Badri, M., Freida, E. N., & Tang, K. Y. (2014). / ประเทศมาเลเซีย	UTAUT2 7 ปัจจัย	x	x	x	x	x	x	x	-	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ความคาดหวังในความพยายาม (EE) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) และความเคยชิน (HA) ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรวัยหนุ่มสาวประเทศมาเลเซีย
14	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile	กิตติศักดิ์ คุณมาฤทธิพล. (2557)/ ประเทศไทย	UTAUT 3 ปัจจัย	x	x	x					-	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile ส่วนความคาดหวังในการใช้งาน (EE) และอิทธิพลทางสังคม (SI) ส่งผลในทางตรงกันข้าม
15	A model of factor influencing consumer's intention to use E-Payment system in Indonesia	Junadi, S. (2015). / ประเทศอินโดนีเซีย	ประยุกต์ UTAUT 3 ปัจจัย ร่วมกับการรับรู้ถึงความปลอดภัย และวัฒนธรรม	x	x	x					-	UTAUT 3 ทั้งปัจจัย และปัจจัยการรับรู้ถึงความปลอดภัย และวัฒนธรรม ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบ E-Payment

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)								
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA		
16	Elderly and Internet banking : an application of UTAUT2	Arenas Gaitan, J., Peral Peral, B., & Ramón Jeronimo, M. (2015). / ประเทศสเปน	UTAUT2 7 ปัจจัย	x	x	x	x	x	x	x	เพศ	ปัจจัยความเคยชิน (HA) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) มูลค่าราคา (PV) และ ความคาดหวังในความพยายาม (EE) ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ที่อายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ส่วนปัจจัยเรื่องเพศไม่ส่งผลต่อการวิจัย
17	Influences of gender and product type on online purchasing	Pascual-Miguel, F. J. et al. (2015). / ประเทศสเปน	ประยุกต์ใช้ UTAUT2 5 ปัจจัย ร่วมกับปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยง และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่น	x	x	x	x	x			-	ผู้ซื้อสินค้าเพศหญิงจะมีความสนใจในรูปแบบสินค้าและคำนึงถึงความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์มากกว่าเพศชาย
18	Understanding mobile banking : The unified theory of acceptance and use technology combined with cultural moderators	Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). / ประเทศโมซัมบิก	UTAUT2 7 ปัจจัย	x	x	x	x	x	x	x	วัฒนธรรม	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) และความเคยชิน (HA) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานธุรกรรมออนไลน์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรเพศชายในประเทศโมซัมบิก

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)								
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA		
19	It's about time : revisiting UTAUT 2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels	Morosan, C., & DeFranco, A. (2016)./ ประเทศสหรัฐอเมริกา	ประยุกต์ใช้ UTAUT2 6 ปัจจัย ร่วมกับ ปัจจัยการรับรู้ถึงความปลอดภัย	x	x	x	x	x		x	-	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการจ่ายเงิน NFC สูงสุด ส่วนอิทธิพลของสังคม (SI) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) และ ความเคยชิน (HA) ส่งผลกระทบในระดับต่ำ
20	Predicting the acceptance and use of information and communication technology by older adults.	Isabel Maria Macedo (2017)/ ประเทศโปรตุเกส	UTAUT2 7 ปัจจัย	x	x	x	x	x	x	x	เพศ	ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) อิทธิพลจากสังคม (SI) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) และความเคยชิน (HA) ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารของคนวัย 55 ปีขึ้นไป โดยเพศไม่มีผลต่อการวิจัย
21	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการพร้อมแพทย์ของเจ้าหน้าที่ปง.ภาค 6	ศรัญญา บุญคง, อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ, และ อภิญญา วนเศรษฐ์. (2561) / ประเทศไทย	UTAUT 4 ปัจจัย	x	x	x	x				เพศ อายุ การศึกษา และ รายได้	ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) และความคาดหวังในการใช้งาน (EE) และอิทธิพลทางสังคม (SI) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานบริการพร้อมแพทย์

ตารางที่ 2.2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย / ประเทศ	ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย								ตัวแปรเสริม	ผลการวิจัย
			ทฤษฎี	ปัจจัยที่ศึกษา (กรณีใช้ UTAUT)								
				PE	EE	SI	FC	HM	PV	HA		
22	ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในการก้าวสู่สังคมไร้เงินสด กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย	กุลนาถ ภัททานุวัตร์, และระพีพร ศรีจำปา. (2561) / ประเทศไทย	UTAUT2 7 ปัจจัย	x	x	x	x	x	x	x	-	ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) อิทธิพลของสังคม (SI) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) มูลค่าตามราคา (PV) และความเคยชิน (HA) ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบชำระเงิน QR Code (กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 21-29 ปี)
23	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ระบบคลาวด์ฟิโอสองร้านค้าปลีกในกรุงเทพฯ	นุชจมาศ ศิริคำ. (2561) / ประเทศไทย	UTAUT2 5 ปัจจัย	x	x	x	x		x		-	ปัจจัย UTAUT2 ทั้ง 5 ปัจจัย ส่งผลต่อการใช้งานระบบคลาวด์ฟิโอสองร้านค้าปลีกในกรุงเทพฯ

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ของ ประชากรเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป : กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร” โดยนำเสนอวิธีการวิจัยตามลำดับดังนี้

- 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย
- 3.2 การกำหนดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูล
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือเชิงปริมาณ
- 3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methods Research) ที่ผนวกรวมการวิจัยสองรูปแบบ คือ งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เข้าด้วยกัน เพื่อนำไปสู่ผลการวิจัยที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยในระยะแรกจะเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดเพิ่มเติมจากงานวิจัยในอดีตเพื่อในการนำไปสร้างกรอบงานวิจัย จากนั้นจึงนำไปทดสอบด้วยงานวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันผลการทดสอบในวงกว้างต่อไป

3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2508 – 2523 และกลุ่มประชากรเจนเนอเรชัน เบบี้บูม ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 - 2507 ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งตามข้อมูลสถิติประชากรและบ้าน ปี พ.ศ. 2560 พบว่าประชากรที่เข้าเกณฑ์ดังกล่าวมีจำนวนรวม 2,743,773 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.25 ของประชากรรวมทั้งประเทศ (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560) ซึ่งในจำนวนดังกล่าวผู้วิจัยไม่สามารถจำแนกได้ว่ามีจำนวนประชากรที่ใช้เทคโนโลยี E-Payment จำนวนเท่าไร

3.2.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3.2.2.1 งานวิจัยเชิงคุณภาพ

ทางผู้วิจัยจะสุ่มเลือกประชากรเจเนอเรชัน เอ็กซ์ และประชากรเจเนอเรชัน เบบี้บูม ประเภทละ 3 คน รวมจำนวน 6 คน เพื่อมาทำการสอบถามเชิงลึก (In-dept Interview) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1

ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มตัวอย่างแต่ละเจเนอเรชัน

เจเนอเรชัน	ชื่อ	เพศ/ อายุ	อาชีพ
เจเนอเรชัน เบบี้บูม	A	ชาย / 62 ปี	ธุรกิจส่วนตัว
	B	หญิง / 61 ปี	แม่บ้าน
	C	ชาย / 57 ปี	พนักงานรัฐวิสาหกิจ
เจเนอเรชัน เอ็กซ์	D	ชาย / 41 ปี	พนักงานเอกชน
	E	หญิง / 51 ปี	พนักงานรัฐวิสาหกิจ
	F	หญิง / 47 ปี	แม่ค้า

3.2.2.2 งานวิจัยเชิงปริมาณ

จากที่กล่าวถึงประชากรในข้อ 3.2.1 ผู้วิจัยพบว่าประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้เทคโนโลยี E-Payment ที่แน่นอน ดังนั้น การทำงานวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการวัดตัวแปรที่ไม่สามารถสังเกตได้ และมีการใช้มาตรวัดแบบหลายรายการ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ลิเคิร์ตแบบ 5 ตัวเลือก แนะนำให้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง และกำหนดค่าตัวแปร ดังนี้ (อัจฉราวรรณ, 2554)

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 s^2}{e^2}$$

โดยที่ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z คือ ค่า Z-score ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%

S คือ ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 1

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 0.10

$$n = \frac{1.96^2 * 1^2}{0.10^2}$$

$$n = 384 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 384 คน โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 โดยกระจายกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Convenience Sampling โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยการสอบถามประชากรเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ และประชากรเจนเนอเรชั่น เบบี้บูมที่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และมีการใช้เครื่องมือการชำระเงินในรูปแบบ E-Payment อย่างน้อย 1 ชนิด เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถาม

3.3 เครื่องมือที่ใช้และวิธีการเก็บข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานในรูปแบบ การวิจัยแบบขั้นตอนเชิงสำรวจ (Exploratory Sequential Design) ซึ่งเป็นการวิจัยที่แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ช่วงแรกเป็นการวิจัยหลักเพื่อสำรวจข้อมูลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และหลังจากนั้นจึงนำผลมาต่อด้วยการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อยืนยันผลการวิจัย และนำผลการวิจัยไปใช้ในวงกว้างต่อไป (Creswell, 2013)

3.3.1 ช่วงงานวิจัยเชิงคุณภาพ

ทางผู้วิจัยจะสุ่มเลือกประชากรเจนเนอเรชั่น เอ็กซ์ และประชากรเจนเนอเรชั่น เบบี้บูม ประเภทละ 3 คน รวมจำนวน 6 คน เพื่อมาทำการสอบถามเชิงลึก (In-dept Interview) ประมาณ 30-45 นาที โดยใช้การสัมภาษณ์แบบ Face-to-Face ผ่านคำถามปลายเปิดเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งทางผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บข้อมูลเองทั้งหมด โดยมีการร่างหัวข้อและประเด็นคำถามไว้คร่าวๆ ตามกรอบงานวิจัยและจากการทบทวนวรรณกรรม และผู้วิจัยจะมีการถามคำถามเพิ่มเติมในระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน ถูกต้อง โดยในการสัมภาษณ์จะมีการขออนุญาตกลุ่มตัวอย่างในการบันทึกเสียง เพื่อนำมาถอดเทปอย่างละเอียดในการวิเคราะห์ผลสัมภาษณ์

โดยมีร่างคำถามในการสัมภาษณ์ ตามตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2

ร่างคำถาม ช่วงงานวิจัยเชิงคุณภาพ

หัวข้อ	ร่างคำถาม
ข้อมูลพื้นฐาน	ชื่อ, อายุ, ภูมิลำเนา, อาชีพ
ข้อมูลการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	<ul style="list-style-type: none"> - รู้จัก “ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์” หรือไม่ และเป็นอย่างไร - ปัจจุบันใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ประเภทใดบ้าง และทำไมถึงเลือกใช้บริการนั้นๆ - ความถี่ในการใช้ต่อสัปดาห์ - มูลค่าในการใช้ต่อครั้ง, ประเภทของสินค้าหรือบริการที่ใช้การชำระเงินด้วยระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	<ul style="list-style-type: none"> - ท่านเริ่มต้นใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างไร (เริ่มใช้ด้วยตนเอง หรือมีใครแนะนำหรือไม่) - สาเหตุที่ทำให้เลือกใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ - ข้อดี ข้อเสีย ของการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในปัจจุบัน และที่ไม่ได้ใช้ และเมื่อเทียบกับการใช้เงินสด - ปัจจัยอะไรที่จะทำให้ท่านเริ่มใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบที่ท่านไม่เคยใช้มาก่อน - ความคาดหวังที่ต้องการจากการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
ประเด็นอื่นๆ	<ul style="list-style-type: none"> - ท่านคิดว่าสังคมไร้เงินสดจะเกิดขึ้นในประเทศได้หรือไม่ อย่างไร - ปัญหาที่พบจากการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ - ข้อเสนอแนะที่อยากให้ผู้ให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ปรับปรุง

โดยเริ่มต้นเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2562 ถึง 10 มีนาคม 2562

3.3.2 ช่วงงานวิจัยเชิงปริมาณ

เมื่อได้ผลการวิจัยจากการวิจัยเชิงคุณภาพในช่วงแรก ผู้วิจัยจะนำผลที่ได้มาขยายผลในกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีรูปแบบคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยกระบวนการออกแบบสอบถามได้มา

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับให้สอดคล้องกับกรอบของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพื่อทราบข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ช่วงปี พ.ศ. ที่เกิด สถานที่พักอาศัย บริการ E-Payment ที่เคยใช้ ความถี่ของการใช้บริการ E-Payment รวมถึงมูลค่าการใช้บริการ E-Payment ต่อครั้ง เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมเบื้องต้นที่เกี่ยวกับการใช้บริการ E-Payment

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามชี้วัดเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด เพื่อศึกษาความสำคัญแต่ละปัจจัยผ่านการเลือกตอบแบบ Rating Scale ที่ 5 ระดับคะแนน โดยนำตัวแปรที่ได้จากงานวิจัยเชิงคุณภาพมาสร้างแบบสอบถามเพื่อยืนยันผลการวิจัยในวงกว้างต่อไป

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเทคโนโลยี หรือบริการ E-Payment ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และข้อเสนอแนะสิ่งที่ต้องการให้มีในอนาคตสำหรับการที่จะผลักดันประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

โดยกระจายแบบสอบถามเพื่อยืนยันผลการวิจัยในวงกว้าง จะแจกแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ แบบสอบถามออนไลน์ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมในการตอบแบบสอบถามแบบออนไลน์ และแบบสอบถามแบบกระดาษ สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการความคล่องตัวและความง่ายในการตอบแบบสอบถามแบบดั้งเดิม ในระหว่างวันที่ 25 มีนาคม 2562 ถึง 14 เมษายน 2562 รวมระยะเวลาเก็บข้อมูลทั้ง 2 ส่วน ทั้งสิ้น 1 เดือนครึ่ง

3.3.2.1 เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความคิดเห็น

แบบสอบถามใช้การประเมินความคิดเห็นแบบเลือกระดับความเห็นด้วยตามแบบวิธีของ Likert Scales ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับ 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 2 คือ ไม่เห็นด้วย

ระดับ 3 คือ เห็นด้วยปานกลาง

ระดับ 4 คือ เห็นด้วย

ระดับ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.3.2.2 เกณฑ์ที่ใช้ในการแปลค่าเฉลี่ย

โดยเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย ได้จากการแบ่งช่วงความกว้างอันตรภาคชั้นให้มีขนาดเท่าๆ กัน จากสูตรคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่างอันตรภาคชั้น} &= \frac{X_{max} - X_{min}}{\text{จำนวนระดับความคิดเห็น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนี้

ดังนั้น ช่วงห่างอันตรภาคชั้น มีค่าเท่ากับ 0.8 จึงได้เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.4 การทดสอบเครื่องมือเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยมีการตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นงานวิจัยในช่วงการสำรวจเชิงปริมาณ ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล โดยการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความถูกต้องแล้ว ไปทดลองใช้ (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ตัวอย่าง โดยทางผู้วิจัยได้เลือก พนักงานเจเนอเรชัน เอ็กซ์ และพนักงานเจเนอเรชัน เบบี้บูม ที่ทำงานในธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย เป็นกลุ่มตัวอย่างทดลอง เพื่อนำมาใช้ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นก่อนนำไปใช้จริง โดยใช้วิธี Cronbach's Alpha ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.7 เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

Zabell, S. L. (2008) กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กที่สุดที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ทางสถิติเท่ากับ 30 ตัวอย่าง เนื่องจาก เป็นค่าน้อยที่สุดที่สามารถสร้างเส้นโค้งปกติที่ให้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่มีความคาดเคลื่อนในระดับที่ยอมรับได้ ในการนำมาใช้อธิบายค่าทางสถิติที่น่าเชื่อถือใกล้เคียงกับขนาดกลุ่มตัวอย่างจริง ดังนั้น ทางผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างทดลองจำนวน 30 ตัวอย่างเช่นเดียวกัน

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้มาผ่านการตรวจสอบข้อมูลเพื่อตัดชุดข้อมูลที่มีความผิดพลาดออก และนำชุดข้อมูลที่เหลือมาประมวลผลทางสถิติผ่านการใช้โปรแกรม SPSS โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้แสดงข้อมูลพื้นฐานประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ในข้อคำถามประเภท อายุ ประเภทบริการ E-Payment ที่ใช้บริการ และความถี่ในการใช้บริการ E-Payment เป็นต้น ซึ่งจะแสดงผลในรูปแบบ ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้ ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด เพื่อสร้างกรอบแนวคิด จากนั้นจึงนำไปสร้างแบบสอบถามเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพมาทดสอบในวงกว้างต่อไป โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรเจเนอเรชันเบบี้บูม และเจเนอเรชัน เอ็กซ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

4.1 ช่วงงานวิจัยเชิงคุณภาพ

4.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง 6 คน

ตารางที่ 4.1

ข้อมูลพื้นฐาน และรูปแบบ E-Payment ที่เคยใช้ของกลุ่มตัวอย่าง

ชื่อ	เพศ/อายุ	อาชีพ	E-Payment ที่ใช้งาน
A	ชาย / 62 ปี	ธุรกิจส่วนตัว	บัตรเดบิต และบัตรเครดิต
B	หญิง / 61 ปี	แม่บ้าน	บัตรเดบิต, บัตรสวัสดิการภาครัฐ
C	ชาย / 57 ปี	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	บัตรเดบิต, บัตรเครดิต, Mobile Banking, Easy Pass
D	ชาย / 41 ปี	พนักงานเอกชน	บัตรเดบิต, บัตรเครดิต, Easy Pass
E	หญิง / 51 ปี	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	บัตรเดบิต, บัตรเครดิต, บัตรรถไฟฟ้า
F	หญิง / 47 ปี	แม่ค้า	บัตรเดบิต, บัตรเครดิต, Mobile Banking

4.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากการทบทวนวรรณกรรมบทที่ 2 และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

4.1.2.1 ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม

ศรัณญา และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการพร้อมเพย์ของเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริต

แห่งชาติ ภาค 6 และ Isabel Maria Macedo (2017) ที่ศึกษาการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในประเทศโปรตุเกส พบว่า ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการพร้อมเพย์ ในทางบวก และส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีในทางบวก ตามลำดับเช่นเดียวกัน ในขณะที่กิตติศักดิ์ (2557) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile พบว่า ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน

“E-Payment บางแบบมันก็ใช้ไม่ยาก มีแค่บัตรใบเดียวก็ใช้งานได้แล้ว อย่างบัตรเครดิต บัตรรถไฟฟ้า ก็จะใช้พวกนี้แหละ แต่ถ้าต้องลงแอป ต้องลงทะเบียนอีกเยอะแยะ ก็จะไม่ใช้ มันวุ่นวายเกินไป จ่ายเงินสดก็ได้” (E, 51 ปี)

“เคยซื้อสินค้าในแอปขายสินค้าที่ซื้อบ่อยๆ แล้วระบบให้ลงทะเบียน Airpay เพื่อได้ส่วนลดเพิ่ม ก็เลยลองสมัคร แต่ขั้นตอนเยอะมากต้องถ่ายรูปคู่กับบัตรประชาชนด้วย ประมาณ 4-5 สเต็ปก็ยังไม่จบ เลยยกเลิกแล้วให้ใช้ชำระเงินปลายทางเหมือนเดิม” (F, 47 ปี)

“บัตรสวัสดิการภาครัฐ มันก็ใช้ง่ายดี เอาไปดีดีๆ ที่ร้านก็จ่ายเงินได้แล้ว ขึ้นรถเมล์ก็ยื่นให้กระเป๋าคัดเดียวก็เสร็จแล้ว” (B, 61 ปี)

4.1.2.2 ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ

Arenas Gaitan et al. (2015) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศสเปน และ กุลนาด และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และการใช้ระบบชำระเงิน QR Code ตามลำดับ รวมถึง Isabel Maria Macedo (2017) ที่ศึกษาการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในประเทศโปรตุเกส พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีเช่นเดียวกัน

“ทุกวันนี้ผมหาช่องทางสะดวกสบาย รวดเร็ว ถ้ามีการซื้อของข้างทางแบบสแกนบาร์โค้ดก็ดีสิ ตอนนี่ผมใช้ Easy Pass เดินทางได้เร็วกว่าคนใช้เงินสด ใช้บัตรเครดิตซื้อของในซูเปอร์มาร์เก็ต ก็เร็วดี แค่เสียเวลาตรงเซ็นชื่อ ยิ่งใช้เยอะก็มีแต้มสะสม เอาแต้มมาแลกของ แลกเงินสดคืนก็ได้ จะจ่ายค่าน้ำค่าไฟ ก็ผ่านแอปไม่มีค่าธรรมเนียม ไม่ต้องต่อแถว ดี 3 ก็จ่ายได้ ไม่ต้องออกจากบ้าน” (C, 57 ปี)

“ผู้บริโภครู้ และผู้ให้บริการมีต้นทุนลดลงจากการเข้าถึงการทำธุรกรรมที่ง่าย และทุกสถานที่ นอกจากนี้ ยังสามารถบันทึกพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำมาพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง ในการตอบสนองผู้บริโภคให้ได้รับประโยชน์สูงสุด” (D, 41 ปี)

4.1.2.3 ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม

Isabel Maria Macedo (2017) ที่ศึกษาการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในประเทศโปรตุเกส พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Loo (2009) ที่ศึกษาปัจจัยการยอมรับ My Cad ของประชาชนในประเทศมาเลเซีย พบว่า ประชาชนในประเทศไม่มีความตั้งใจที่จะใช้บัตร My Cad เนื่องจากขาดแรงจูงใจในการใช้งานจากอิทธิพลทางสังคม

“ลูกสาวเริ่มใช้ก่อน แล้วมาแนะนำให้ผมใช้ แรกๆ ก็กังวลนะ เห็นข่าวไม่ดีๆ มาเยอะ แต่พอมาลองใช้ แล้วใช้ด้วยความระมัดระวังก็ไม่เจอปัญหาอะไร ตอนนี้ใช้ประจำเลย พวกชำระเงินออนไลน์เนี่ย” (C, 57 ปี)

“แรกๆ ขึ้นรถไฟฟ้ามาทำงาน ก็ใช้บัตรตามตู้ปกตินี้แหละ แล้วมาบ่นกับน้องๆ ที่ทำงานว่าคิวยาว น้องมันก็แนะนำว่าพี่ทำบัตร Rabbit สิ เติมเงินครั้งเดียวใช้ได้เป็นเดือนไม่ต้องไปแถวทุกวัน เราก็กลัวเงินจะหายเติมเงินไปเยอะๆ น้องมันบอกถ้าพี่ไม่ทำบัตรหายเงินก็ไม่หายเราก็เออลองใช้ดู” (E, 51 ปี)

4.1.2.4 ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก

Loo (2009) ที่ศึกษาปัจจัยการยอมรับบัตร My Cad ของประชาชนในประเทศมาเลเซีย พบว่า ประชาชนในประเทศไม่มีความตั้งใจที่จะใช้บัตร My Cad เนื่องจากขาดการสนับสนุนทางด้านโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐ สอดคล้องกับ กุลนาถ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code กรณีศึกษาธนาคารพาณิชย์ พบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code เช่นเดียวกัน

“เรื่องนี้มันต้องพัฒนาระบบให้ทุกอย่างพร้อมก่อนถึงเริ่มใช้ ในมุมมองที่บัตรที่เติมเงินไว้ใช้จ่ายอย่างบัตร Rabbit หรือ บัตร 7-11 มีความเหมาะสมที่จะใช้ในสังคมไทยในยุคปัจจุบันมากกว่าและน่าจะเป็นจุดเชื่อมที่ทำให้คนปรับตัวเข้าหาสังคมไร้เงินสดได้ง่ายกว่าการกระโดดไปใช้สมาร์ทโฟนสแกนคิวอาร์โค้ดแบบ Alipay นะ ปรับไปที่ละก้าวให้ทุกคนในสังคมไม่ว่า เด็ก ผู้ใหญ่ คนแก่ สามารถเดินไปพร้อมๆ กันได้นี้แหละสำคัญ” (D, 41 ปี)

“ระบบนี้ก็สะดวกดีนะ เห็นลูกใช้จ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ได้ แต่โทรศัพท์ป้ามันไม่มีอินเทอร์เน็ต ทำแบบเค้าไม่ได้ ถ้าภาครัฐมีนโยบายไว้ฟรี ให้ทั่วทุกพื้นที่ก็จะดี ทำให้คนแบบป้า มีโอกาสได้ใช้พวกนี้กับเค้ามั่ง ตอนนี่ยังมีแต่บัตรสวัสดิการภาครัฐนี่แหละ ที่ใช้แทนเงินสดกับเค้าได้” (B, 61 ปี)

4.1.2.5 ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง

Morosan et al. (2016) ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบจ่ายเงินด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลแบบไร้สาย (NFC) ในโรงแรม ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า

ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับระบบ NFC สอดคล้องกับ Baptista et al. (2015) ที่ศึกษาเรื่องการยอมรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ของประชาชนในทวีปแอฟริกา พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานธุรกรรมออนไลน์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่นเดียวกัน

“ผู้บริโภคจะได้ใช้ Platform สำหรับทำธุรกรรมที่มีการพัฒนาตามสถานการณ์ปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ เช่น Doremon Theme, Line Theme, Kitty Theme เป็นต้น เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง” (D, 41 ปี)

4.1.2.6 ปัจจัยด้านความคุ้มค่า

Arenas Gaitan et al. (2015) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศสเปน และ Isabel Maria Macedo (2017) ที่ศึกษา การใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในประเทศโปรตุเกส พบว่า ปัจจัยด้านความคุ้มค่า ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ระบบชำระเงิน QR Code และใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ กุลนาถ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยมูลค่าราคา (PV) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code เช่นเดียวกัน

“จะใช้บัตรเครดิต เฉพาะที่มีส่วนลดหรืออะไรพิเศษ เช่น จ่ายผ่านบัตรเครดิตมีส่วนลด 15% อะไรแบบนี้ ส่วนใหญ่ก็ใช้เงินสดนั่นแหละใช้เท่าที่มีก่อนดีกว่า” (E, 51 ปี)

“ร้านค้า ร้านอาหารหลายแห่งก็จัดโปรโมชั่นร่วมกับบัตรเครดิต ทำให้ซื้อของได้ถูกลง มันมีประโยชน์ตรงนี้แหละ” (F, 47 ปี)

4.1.2.7 ปัจจัยด้านความเคยชิน

ภัสสรานัฐ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน พบว่า ในกลุ่มกลุ่มเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ปัจจัยความเคยชิน (HA) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อมากที่สุด เนื่องจาก มีประสบการณ์ในด้านการใช้เทคโนโลยี จึงเป็นเหตุให้เกิดการกระทำต่อเนื่อง รวมถึงงานวิจัยของ กุลนาถ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยความเคยชิน (HA) มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code มากที่สุดเช่นเดียวกัน

“พี่ใช้ Easy Pass สะดวกมาก เติมเงินก็รูตบัตรเครดิตเอา ถ้าอะไรที่เราใช้ประจำแล้วมีอะไรแบบนี้พี่ก็จะใช้นะ สะดวกกว่าเยอะเลย ร้านอาหารเราก็นำทำนะ เติมเงินเข้าบัตรเหมือนฟูดคอร์ทตามห้าง จะได้ไม่ต้องมารอตอนตั้งต๋อคิววาวๆ” (D, 41 ปี)

4.1.2.8 ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง

Taiwo (2012) ได้ศึกษาระบบบริหารจัดการภาครัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศมาเลเซีย พบว่า ปัจจัยการยอมรับความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบบริหารจัดการภาครัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

“โดยเฉพาะเรื่องการโจรกรรมข้อมูล เงินหายโอนออกไปเอง อันนี้เห็นเป็นข่าวบ่อยมาก ถ้าสะดวกแต่ความเสี่ยงสูงๆ ก็ไม่ใช่ดีกว่า” (D, 41 ปี)

“ถ้ายกเลิกเงินสดก็คงจำเป็นต้องใช้ แต่ถ้าเงินสดไม่มีการยกเลิกก็จะใช้เงินสดต่อไป เพราะยังไม่มั่นใจในระบบผ่านโทรศัพท์ ถ้าเงินสดหายก็จะหายแค่ที่พกมา แต่ถ้าเป็นระบบผ่านโทรศัพท์ มันอาจหายได้ทั้งบัญชีเลยนะ และอาจโยงไปบัญชีอื่นอีก แต่ถ้าจะให้ใช้จริงๆ อาจเปิดใหม่อีก 1 บัญชี แล้วเก็บเงินไว้ไม่มาก ให้พอตีสัก 1-2 อาทิตย์ ส่วนโทรศัพท์ก็หาที่มันถูกๆ แต่รักษาความปลอดภัยดีๆ เอา เพราะโทรศัพท์แพง โจรก็ขโมยอีก” (E, 51 ปี)

“ผมว่ามันก็ดีที่สะดวกขึ้น แต่ไม่ควรจะสะดวกไปเสียทั้งหมด ความเสี่ยงต่างๆ ก็ต้องคำนึงถึงให้หมด ผมเลยยอมจ่ายเงินสด หากราคาไม่แพงมาก ไม่รู้สิผมคนรุ่นก่อนด้วยมั้ง ผมชอบความรู้สึกเวลาได้จับเงิน นับแบงก์ง่าย มันซัวร์กว่าที่เราจ่ายแล้ว คนขายก็รับเงินแล้ว จบตรงนั้น ไม่ต้องมากดโค้ด กดรหัส รอยืนยันตัดเงินให้วุ่นวาย” (A, 62 ปี)

4.2 ช่วงงานวิจัยเชิงปริมาณ

4.2.1 ออกแบบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสอบถามจากผลของงานวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) ปัจจัยอิทธิพลของสังคม (SI) ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) ปัจจัยมูลค่าราคา (PV) ปัจจัยความเคยชิน (HA) และปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (PR) ซึ่งสามารถออกแบบสอบถามโดยอ้างอิงรูปแบบคำถามจากการทบทวนวรรณกรรม ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2

ประเด็นคำถามในแบบสอบถาม

ประเด็นคำถามในแต่ละปัจจัย	อ้างอิงจาก
1. ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม	
1.1) การเรียนรู้การใช้บริการ E-Payment เป็นเรื่องง่าย	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
1.2) การเข้าถึง E-Payment เป็นเรื่องง่าย	
1.3) การใช้บริการ E-Payment เป็นเรื่องง่าย	
2. ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ	
2.1) E-Payment มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
2.2) E-Payment ช่วยให้ฉันทชำระค่าสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว	
2.3) E-Payment ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระค่าสินค้าและบริการ	
3. ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม	
3.1) บุคคลในครอบครัวแนะนำให้ฉันใช้ E-Payment	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
3.2) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม แนะนำให้ฉันใช้ E-Payment	
3.3) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด แนะนำให้ฉันใช้ E-Payment	
4. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก	
4.1) ฉันมีทรัพยากรที่จำเป็นต่อการใช้ E-Payment	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
4.2) ฉันมีความรู้ที่จำเป็นต่อการใช้ E-Payment	
4.3) การใช้ E-Payment สามารถใช้งานร่วมกับเทคโนโลยีอื่นที่ใช้งานได้	
5. ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง	
5.1) การใช้ E-Payment เป็นเรื่องสนุก	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
5.2) ฉันรู้สึกพอใจในการใช้ E-Payment	
5.3) ฉันรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้ E-Payment	
6. ปัจจัยความคุ้มค่า	
6.1) การใช้ E-Payment มีต้นทุนต่อครั้งที่เหมาะสม	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
6.2) การใช้ E-Payment มีความคุ้มค่า	
6.3) ราคาที่ต้องจ่ายสำหรับ E-Payment ปัจจุบันมีความคุ้มค่า	

ตารางที่ 4.2

ประเด็นคำถามในแบบสอบถาม (ต่อ)

ประเด็นคำถามในแต่ละปัจจัย	อ้างอิงจาก
7. ปัจจัยความเคยชิน	
7.1) การใช้ E-Payment เป็นเรื่องคุ้นเคยสำหรับฉัน	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
7.2) ฉันรู้สึกติดกับการใช้ E-Payment	
7.3) ฉันต้องใช้ E-Payment	
8. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง	
8.1) การใช้ E-Payment มีความเสี่ยงสูง	Vijayasarathy (2004); Teo and Liu (2007)
8.2) ฉันมีความลังเลและกังวลในการใช้ E-Payment	
9. ปัจจัยความตั้งใจใช้งาน	
9.1) ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้ E-Payment ต่อไปในอนาคต	Venkatesh et al. (2012); Arenas Gaitan et al. (2015)
9.2) ฉันพยายามที่จะใช้ E-Payment ในชีวิตประจำวัน	
9.3) ฉันวางแผนที่จะใช้ E-Payment ให้บ่อยขึ้น	

เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยได้ทดลองแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธี Cronbach's Alpha พบว่า ในทุกหัวข้อคำถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.791 ถึง 0.950 ซึ่งมากกว่า 0.70 ในทุกหัวข้อ ดังนั้น แสดงว่าข้อคำถามในแต่ละหัวข้อมีการสอบถามในมิติเดียวกัน และมีความเชื่อมั่นที่สามารถยอมรับได้ในทางสถิติ จึงมีความเหมาะสมในการนำชุดคำถามดังกล่าวไปใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ขึ้นได้ โดยรายละเอียดค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีดังนี้

ตารางที่ 4.3

สรุปค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละปัจจัย

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)	0.943
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)	0.950
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	0.904
สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition)	0.791
แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation)	0.849
ความคุ้มค่า (Price Value)	0.919
ความเคยชิน (Habit)	0.889
การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	0.875
ความตั้งใจใช้งาน (Behavior Intension)	0.793

4.2.2 ผลของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้กระจายแบบสอบถามและได้รับการตอบกลับจำนวน 475 ชุด ซึ่งบางส่วนเป็นแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์และผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตรงตามวัตถุประสงค์งานวิจัยจึงมีคัดออกจำนวน 39 ชุด คงเหลือเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และมีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์งานวิจัยจำนวน 436 ชุด ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดว่าต้องได้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 384 ชุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จากแบบสอบถามจำนวน 436 ชุด สามารถจำแนกลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนของช่วงปีเกิดหรือเจเนอเรชัน และเพศ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เจนเนอร์ชัน (ช่วงปีเกิด)		
เจนเนอร์ชัน เบบี้บูม (พ.ศ. 2489-2507)	111	25.50
เจนเนอร์ชัน เอ็กซ์ (พ.ศ. 2508-2523)	325	74.50
รวม	436	100.00
เพศ		
ชาย	210	48.20
หญิง	226	51.80
รวม	436	100.00

จากตารางที่ 4.4 สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้มีจำนวน 436 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจนเนอร์ชัน เอ็กซ์ หรือบุคคลที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2508-2523 จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ เจนเนอร์ชัน เบบี้บูม หรือบุคคลที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2489-2507 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 นอกจากนี้ในส่วน ของเพศ แบ่งเป็น เพศชาย 210 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 และเพศหญิง 226 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80

4.2.2.2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี E-Payment ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี E-Payment ในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้ การจัดอันดับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้งานบ่อย ความถี่ในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และมูลค่าในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้ง โดยทางผู้วิจัยจะแสดงผลในภาพรวมทั้งหมด และแสดงผลแบ่งเป็นเจนเนอร์ชันในบางข้อคำถามเพื่อให้รายละเอียดที่ชัดเจนขึ้น ดังนี้

(1) ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้บริการ

โดยจากการสอบถามระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการ ซึ่งสามารถเลือกระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้บริการได้มากกว่า 1 ตัวเลือก ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5

แสดงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้บริการ

ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
บัตรเดบิต	394	90.37
บัตรเครดิต	393	90.14
บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า	301	69.04
Application ของธนาคาร	355	81.42
Application ของเอกชน	155	35.55

ตารางที่ 4.6

แสดงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เคยใช้บริการ จำแนกตามเจเนอเรชัน

ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	เจเนอเรชัน เบบี้บูม		เจเนอเรชัน เอ็กซ์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บัตรเดบิต	97	87.39	297	91.38
บัตรเครดิต	96	86.49	297	91.38
บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า	74	66.67	227	69.85
Application ธนาคาร	78	70.27	277	85.23
Application เอกชน	24	21.62	131	40.31

จากตารางที่ 4.5 สรุปได้ว่า ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้มากที่สุด คือ บัตรเดบิต จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 90.37 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และบัตรเครดิต จำนวน 393 คน คิดเป็นร้อยละ 90.14 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ลำดับถัดมา คือ การชำระเงินประเภท Application ของธนาคารพาณิชย์ต่างๆ อาทิ SCB Easy, K Plus และ Krungthai Next เป็นต้น มีจำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 81.42 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และการชำระเงินบัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า อาทิ บัตรรถไฟฟ้า และบัตร Easy Pass เป็นต้น มีจำนวน 301 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 69.04 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่รูปแบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้บริการน้อยที่สุด คือ การชำระเงินในรูปแบบ Application ของ

ภาคเอกชน อาทิ Rabbit Line Pay และ Air Pay เป็นต้น ซึ่งมีจำนวนเพียง 155 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.31 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาตามตารางที่ 4.6 ซึ่งจำแนกรูปแบบการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามเจเนอเรชัน พบว่า ทั้ง 2 เจเนอเรชัน มีประสบการณ์การใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเจเนอเรชัน เบบี้บูม เคยใช้บัตรเครดิต และบัตรเครดิต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.39 และ 86.49 ของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชัน เบบี้บูม ทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนเจเนอเรชัน เอ็กซ์ เคยใช้บัตรเครดิต และบัตรเครดิต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.38 และ 91.38 ของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันเบบี้เอ็กซ์ทั้งหมด ตามลำดับ เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม หากเป็นรูปแบบการชำระเงินในรูปแบบ Application ทั้งของธนาคาร และเอกชน จะพบว่า เจเนอเรชัน จะมีสัดส่วนของผู้ที่เคยใช้บริการมากกว่าเจเนอเรชัน เบบี้บูม

ในลำดับต่อมา ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างจัดอันดับประเภทของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการบ่อยเป็นอันดับที่ 1 ถึง 3 สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

ตารางที่ 4.7

แสดงอันดับของประเภทระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้บริการบ่อย

อันดับ	เจเนอเรชัน เบบี้บูม	เจเนอเรชัน เอ็กซ์	รวมทั้ง 2 เจเนอเรชัน
1	บัตรเครดิต	บัตรเครดิต	บัตรเครดิต
2	Application ธนาคาร	Application ธนาคาร	Application ธนาคาร
3	บัตรเดบิต	บัตรเดบิต	บัตรเดบิต

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งเจเนอเรชัน เบบี้บูม และเจเนอเรชัน เอ็กซ์ มีอันดับการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน โดยอันดับที่ 1 คือ บัตรเครดิต เป็นประเภทการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด รองลงมา คือ การชำระค่าบริการผ่าน Application ธนาคาร เป็นอันดับที่ 2 และ บัตรเดบิต เป็นอันดับที่ 3 ตามลำดับ

(2) ความถี่ในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างเลือกความถี่ในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยต่อสัปดาห์ ได้ผลดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8

แสดงความถี่ในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	82	18.81
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	168	38.53
4-5 ครั้ง/สัปดาห์	63	14.45
6-7 ครั้ง/สัปดาห์	123	28.21
รวม	436	100.00

ตารางที่ 4.9

แสดงความถี่ในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเจเนอเรชัน

ความถี่ในการใช้บริการ	เจเนอเรชัน เบบี้บูม		เจเนอเรชัน เอ็กซ์	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	26	23.42	56	17.23
2-3 ครั้ง/สัปดาห์	47	42.34	121	37.23
4-5 ครั้ง/สัปดาห์	8	7.21	55	16.92
6-7 ครั้ง/สัปดาห์	30	27.03	93	28.62
รวม	111	100.00	325	100.00

จากตารางที่ 4.8 สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 168 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.53 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ ใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ย 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 123 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.21 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาตามตารางที่ 4.9 ซึ่งพิจารณาแยกตามเจเนอเรชัน พบว่า ทั้ง 2 เจเนอเรชัน มีความถี่ในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน โดย กลุ่มเจเนอเรชัน เบบี้บูม ใช้บริการเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 42.34 ของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชัน เบบี้บูมทั้งหมด และกลุ่มเจเนอเรชัน เอ็กซ์ ใช้บริการเฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 37.23 ของกลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชัน เอ็กซ์ทั้งหมด

(3) มูลค่าในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.10

แสดงมูลค่าในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	100	22.94
501 – 1,000 บาท	168	38.53
1,001 – 5,000 บาท	144	33.03
5,001 – 10,000 บาท	12	2.75
มากกว่า 10,000 บาท	12	2.75
รวม	436	100.00

จากตารางที่ 4.10 สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีมูลค่าในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยต่อครั้งอยู่ในช่วง 501 – 1,000 บาท มากที่สุด จำนวน 168 คน หรือคิดเป็น 38.53 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และอยู่ในช่วง 1,001 – 5,000 บาท จำนวน 144 คน หรือคิดเป็น 33.03 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

(4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ในส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ซึ่งประเมินความคิดเห็นด้วย Likert Scale 5 ระดับ สามารถสรุปข้อมูลปัจจัย และแปลผลระดับความคิดเห็นได้ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11

สรุปข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน	4.31	0.63	มากที่สุด
1.1) การเรียนรู้การใช้บริการ E-Payment เป็นเรื่องง่าย	4.27	0.69	มากที่สุด
1.2) การเข้าถึง E-Payment เป็นเรื่องง่าย	4.33	0.67	มากที่สุด
1.3) การใช้บริการ E-Payment เป็นเรื่องง่าย	4.34	0.71	มากที่สุด
2. ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ	4.54	0.67	มากที่สุด
2.1) E-Payment มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน	4.53	0.72	มากที่สุด
2.2) E-Payment ช่วยให้ฉันชำระค่าสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว	4.63	0.71	มากที่สุด
2.3) E-Payment ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระค่าสินค้าและบริการ	4.47	0.81	มากที่สุด
3. ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม	2.75	1.26	ปานกลาง
3.1) บุคคลในครอบครัวแนะนำให้ฉันใช้ E-Payment	2.88	1.39	ปานกลาง
3.2) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม แนะนำให้ฉันใช้ E-Payment	2.67	1.29	ปานกลาง
3.3) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด แนะนำให้ฉันใช้ E-Payment	2.70	1.30	ปานกลาง
4. ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก	4.34	0.71	มากที่สุด
4.1) ฉันมีทรัพยากรที่จำเป็นต่อการใช้ E-Payment	4.53	0.80	มากที่สุด
4.2) ฉันมีความรู้ที่จำเป็นต่อการใช้ E-Payment	4.25	0.76	มากที่สุด
4.3) การใช้ E-Payment สามารถใช้งานร่วมกับเทคโนโลยีอื่นที่ใช้งานอยู่ได้	4.25	0.82	มากที่สุด
5. ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง	3.55	0.88	มาก
5.1) การใช้ E-Payment เป็นเรื่องสนุก	3.26	1.09	ปานกลาง
5.2) ฉันรู้สึกพอใจในการใช้ E-Payment	4.03	0.87	มาก
5.3) ฉันรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้ E-Payment	3.34	1.03	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11

สรุปข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	Mean	S.D.	ระดับความคิดเห็น
6. ปัจจัยด้านความคุ้มค่า	4.10	0.71	มาก
6.1) การใช้ E-Payment มีต้นทุนต่อครั้งที่เหมาะสม	4.12	0.81	มาก
6.2) การใช้ E-Payment มีความคุ้มค่า	4.17	0.76	มาก
6.3) ราคาที่ต้องจ่ายสำหรับ E-Payment ปัจจุบันมีความคุ้มค่า	4.01	0.81	มาก
7. ปัจจัยด้านความเคยชิน	3.87	0.82	มาก
7.1) การใช้ E-Payment เป็นเรื่องคุ้นเคยสำหรับฉัน	4.10	0.84	มาก
7.2) ฉันรู้สึกติดกับการใช้ E-Payment	3.67	1.04	มาก
7.3) ฉันต้องใช้ E-Payment	3.84	0.92	มาก
8. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง	3.55	1.03	มาก
8.1) การใช้ E-Payment มีความเสี่ยงสูง	3.88	1.10	มาก
8.2) ฉันมีความลังเลและกังวลในการใช้ E-Payment	3.23	1.17	ปานกลาง
9. ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน	4.02	0.86	มาก
9.1) ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้ E-Payment ต่อไปในอนาคต	4.25	0.85	มากที่สุด
9.2) ฉันพยายามที่จะใช้ E-Payment ในชีวิตประจำวัน	4.03	0.94	มาก
9.3) ฉันวางแผนที่จะใช้ E-Payment ให้บ่อยขึ้น	3.79	1.07	มาก

จากตารางที่ 4.11 สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีประเภท E-Payment ต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ในระดับ “มากที่สุด” 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก (FC) และ ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน (EE) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54, 4.34 และ 4.31 ตามลำดับ โดยปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) ปัจจัยด้านความคุ้มค่า (PV) ปัจจัยด้านความเคยชิน (HA) ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (PA) และปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน (BI) มีระดับ

ความคิดเห็นในระดับ “มาก” ในขณะที่ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (SI) มีระดับความคิดเห็นในระดับ “ปานกลาง” เพียงปัจจัยเดียว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75

นอกจากนี้จากการพิจารณาร่วมกับตาราง Correlation เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ร่วมกับความตั้งใจในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ตามที่ปรากฏในภาคผนวก 3 สามารถอธิบายผลรายปัจจัยได้ดังนี้

ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)

ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้การชำระเงินค่าสินค้าและบริการได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งมีผลประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Arenas Gaitan et al. (2015) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศสเปน และงานวิจัยของ กุลนาถ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) มีอิทธิพลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง และการใช้ระบบชำระเงิน QR Code ตามลำดับ

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC)

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การมีทรัพยากรที่จำเป็นต่อการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ โทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ขึ้นไป ระบบอินเทอร์เน็ต รวมถึงเครื่องมือชำระเงินของร้านค้าต่างๆ เป็นต้น และอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีความสามารถเชื่อมต่อกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้เลย มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนาถ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงงานวิจัยของ Escobar-Rodriguez et al. (2013) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจจ่ายเงินซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์ พบว่า ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจ่ายเงินซื้อตัวเครื่องบินออนไลน์เช่นเดียวกัน

ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE)

ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเรื่องที่ต้องมีการเรียนรู้ก่อนการใช้งาน ซึ่งหากเรียนรู้ และทำความเข้าใจในวิธีการใช้งานได้ง่าย ก็จะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการได้มาก แต่หากการเรียนรู้ และทำความเข้าใจ

เข้าใจเป็นเรื่องยาก ก็จะทำให้ความตั้งใจที่จะใช้บริการลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ (2557) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile พบว่า ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน เช่นเดียวกัน

ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM)

ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า หากระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีการจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกในทุกๆ ครั้งที่มีการชำระเงิน หรือมีรูปแบบการชำระเงินที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกเพลิดเพลิน และพึงพอใจในการใช้งาน ก็จะมีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสสรานัฐ (2558) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน พบว่า ในกลุ่มเจนเนอเรชัน เบบี้บูม ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อมากที่สุด เพราะความเพลิดเพลินใจสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดความตั้งใจซื้อได้ง่ายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยมูลค่าราคา (PV)

ปัจจัยมูลค่าราคา (PV) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภควัย 39 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและบริการสูง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการชำระเงินจากเงินสด ที่ใช้มาตลอด เป็น การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ต้องมีสิทธิประโยชน์ หรือความคุ้มค่าใดๆ เพิ่มขึ้น จึงจะจูงใจให้ใช้บริการได้ อาทิ การสะสมคะแนนแลกเงินคืน หรือให้ส่วนลดในการใช้จ่ายต่อครั้ง เพื่อให้ผู้บริภคารู้สึกว่า การชำระด้วยระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความคุ้มค่ากว่าการชำระด้วยเงินสด สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลนาถ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยมูลค่าราคา (PV) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code รวมถึงงานวิจัยของ Arenas Gaitan et al. (2015) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศสเปน พบว่า ปัจจัยมูลค่าราคา (PV) ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป

ปัจจัยความเคยชิน (HA)

ปัจจัยความเคยชิน (HA) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า หากผู้บริภคเคยมีการใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งมาก่อน ก็มีโอกาศที่จะเริ่มใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบใหม่ๆ ที่ไม่แตกต่างจากเดิมมากนัก เพราะมีความคุ้นเคยในการใช้งานอยู่แล้ว

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทสรานัฐ (2558) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน พบว่า ในกลุ่มกลุ่มเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ ปัจจัยความเคยชิน (HA) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อมากที่สุด เนื่องจาก มีประสบการณ์ในด้านการใช้เทคโนโลยี จึงเป็นเหตุให้เกิดการกระทำต่อเนื่อง รวมถึงงานวิจัยของ กุลนาถ และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยความเคยชิน (HA) มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR Code มากที่สุดเช่นเดียวกัน

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (PR)

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (PR) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเชิงลบ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า หากผู้ใช้บริการเห็นว่าการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเสี่ยงสูง ก็จะมีผลต่อความกังวลในการใช้บริการ และมีโอกาสที่จะหลีกเลี่ยงการให้บริการหากไม่มีจำเป็นใดๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Taiwo (2012) ได้ศึกษาระบบบริหารจัดการภาครัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศมาเลเซีย พบว่า ปัจจัยการยอมรับความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบบริหารจัดการภาครัฐในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยอิทธิพลของสังคม (SI)

ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (SI) มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในเชิงบวก โดยสัมพันธ์เพียง 0.145 สอดคล้องกับความเห็นการยอมรับปัจจัยที่อยู่ในระดับ “ปานกลาง” ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าไม่ว่าจะเป็นบุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง แนะนำให้ใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการค่อนข้างน้อย หากความตั้งใจในการใช้บริการนั้นมิได้เกิดด้วยความต้องการที่จะอยากทดลองใช้บริการด้วยตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทสรานัฐ (2558) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน พบว่า ในทุกเจนเนอเรชัน ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม มีสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตค่อนข้างน้อย รวมถึงงานวิจัยของ Arenas Gaitan et al. (2015) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศสเปน พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (SI) ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ในกลุ่มผู้สูงอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ค่อนข้างน้อยเช่นเดียวกัน

ดังนั้น จึงสามารถยืนยันได้ว่า ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม ปัจจัยอิทธิพลของสังคม ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง ปัจจัยมูลค่าราคา ปัจจัยความเคยชิน และปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 39 ปีขึ้นไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ของประชากรเจเนอเรชัน เอ็กซ์ ขึ้นไป กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ของกลุ่มประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 39 ปีขึ้นไป เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการ รวมถึงการสื่อสารการตลาดให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยทำการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คนเพื่อหาปัจจัยในการสร้างกรอบงานวิจัย ก่อนนำมาพัฒนาต่อในเชิงปริมาณ โดยการออกแบบสอบถาม ซึ่งได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 436 ชุด จากนั้นจึงนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ทางสถิติตามกรอบงานวิจัย โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ กลุ่มคนที่มีเกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 ขึ้นไป หรืออายุตั้งแต่ 39 ปี ขึ้นไป ที่อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยจากข้อมูลแบบสอบถาม พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 436 คน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเจนอเรชัน เอ็กซ์ หรือช่วงอายุ 39 - 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 74.50 โดยเป็นเพศหญิงร้อยละ 51.80 และเพศชายร้อยละ 48.20

5.1.2 พฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 436 คน พบว่า ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้มากที่สุด คือ บัตรเดบิต บัตรเครดิต และการชำระเงินผ่าน Application ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 90.37, ร้อยละ 90.14 และร้อยละ 81.42 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ แต่หากพิจารณาในมุมการใช้บริการบ่อย พบว่า บัตรเครดิต มีการใช้บ่อยที่สุด รองลงมา คือ การชำระเงินผ่าน Application ของธนาคาร และบัตรเดบิต ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 38.53 และใช้บริการ 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.21 ซึ่งจากการพิจารณาข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 6-7 ครั้งต่อสัปดาห์ คือ กลุ่มที่มีการใช้บริการบัตรเครดิตที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้าร่วมด้วย ซึ่งเป็นบัตรที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง จำพวก บัตรรถไฟฟ้า และบัตร Easy Pass เป็นต้น จึงทำให้ต้องมีการใช้เป็นประจำเกือบทุกวัน

นอกจากนี้ สำหรับมูลค่าในการใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้ง พบว่า ส่วนใหญ่มีมูลค่าเฉลี่ยต่อครั้ง 501 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.53 และมูลค่า 1,001 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.03 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

5.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

จากการงานวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีจำนวน 8 ปัจจัย คือ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) ปัจจัยอิทธิพลของสังคม (SI) ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (HM) ปัจจัยมูลค่าราคา (PV) ปัจจัยความเคยชิน (HA) และปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (PR) โดยปัจจัยที่มีระดับความคิดเห็นในระดับ “มากที่สุด” ต่อการใช้เทคโนโลยี E-Payment ได้แก่ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) และปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) ส่วนปัจจัยที่มีความคิดเห็นระดับ “ปานกลาง” เพียงปัจจัยเดียวคือ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (SI) โดยสามารถอธิบายความสัมพันธ์และข้อเสนอแนะของภาคธุรกิจ ได้ดังนี้

5.1.3.1 ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE)

เป็นปัจจัยที่มีสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงจากการใช้เงินสด มาใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ใช้บริการคาดหวังในเรื่องประสิทธิภาพ ว่าต้องมีความสะดวกในการใช้งาน และช่วยให้การชำระค่าสินค้าและบริการรวดเร็วขึ้น รวมถึงต้องลดปัญหาที่เกิดขึ้นจากการใช้เงินสดด้วย ดังนั้น ผู้ให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ต้องใช้การประชาสัมพันธ์ถึงข้อดี และทำให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงข้อดีจากการลดใช้เงินสดจริงๆ อาทิ มีช่องทางสำหรับผู้ใช้งานชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังเช่น การใช้ระบบ Easy Pass ของทางด่วน หรือการใช้บัตร Rabbit ของระบบขนส่ง BTS จะมีช่องทางพิเศษ เป็นต้น

5.1.3.2 ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC)

เป็นปัจจัยที่มีผลที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากเป็นลำดับที่ 2 เนื่องจาก การใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ต้องมีอุปกรณ์ที่เอื้ออำนวยต่อการใช้งาน อาทิ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับระบบ 3G ขึ้นไป รวมถึงต้องสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ หรือต้องมีบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เฉพาะของผู้ให้บริการนั้นๆ ดังนั้น ผู้ที่จะใช้บริการต้องมีอุปกรณ์ดังกล่าวครบถ้วนตามการให้บริการของผู้ให้บริการแต่ละราย นอกจากนี้ ความพร้อมของอุปกรณ์รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามจุดบริการต่างๆ ก็เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องให้ความสำคัญ เพราะหากร้านค้าต่างๆ หรือจุดชำระเงินต่างๆ ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้ให้บริการสามารถชำระเงินด้วยระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ก็อาจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการได้เช่นเดียวกัน เพราะผู้บริโภควัย 39

ปีขึ้นไป มิใช่ช่วยที่ชอบทดลองสิ่งใหม่ๆ แต่สามารถยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้หากได้ทดลองด้วยตัวเอง ว่าสิ่งนั้นๆ มีประโยชน์ในการใช้งานจริง ดังนั้น ผู้ให้บริการทั้งภาคธนาคาร ภาครัฐ และเอกชน จึงควรให้ความสำคัญกับการหาพันธมิตรและติดตั้งเครื่องรับชำระเงินตามจุดบริการหลักๆ ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้พร้อมต่อการใช้งานของผู้บริโภค

5.1.3.3 ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE)

เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในเชิงลบ หมายถึง หากผู้ใช้บริการต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้เพื่อใช้งานระบบชำระอิเล็กทรอนิกส์มาก ก็จะทำให้ความตั้งใจที่จะใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์นั้นๆ ลดลง ดังนั้น ผู้ให้บริการควรมีการสร้าง Platform ของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้มีรูปแบบที่เข้าใจง่าย และสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้เวลาศึกษา ซึ่ง Platform ที่ใช้งานง่ายถือเป็นข้อได้เปรียบสำคัญของผู้ใช้บริการที่จะใช้เป็นจุดขายเหนือคู่แข่งได้

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจใช้บริการในระดับ “มาก” ถึง “ปานกลาง” ผู้ให้บริการควรมีการประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมให้ร่วมสนุกต่างๆ อาทิ การให้ส่วนลดพิเศษ การให้เงินคืนส่วนหนึ่ง (Cashback) หรือ การสะสมคะแนนเพื่อแลกของรางวัล เพื่อให้การใช้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์นั้นๆ มีความน่าสนใจที่จะใช้บริการมากขึ้น รวมถึงภาครัฐเองก็ควรผลักดันการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสวัสดิการต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อเป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนนโยบายสังคมไร้เงินสด โดยควรทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องปกติเสมือนการใช้เงินสด โดยอาจเริ่มด้วยการเปลี่ยนแปลงทีละน้อยเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความคุ้นเคย และไม่รู้สึกละอายใจที่จะเปลี่ยนไป อันจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงประเทศไทยให้สามารถเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ บัตรสวัสดิการภาครัฐ เป็นอีกหนึ่งตัวอย่าง ที่ทำให้เห็นความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ในการเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสด เป็นสังคมไร้เงินสด ตามผลการวิจัยครั้งนี้ โดยบัตรสวัสดิการภาครัฐเป็นหนึ่งในบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า ซึ่งภาครัฐได้มอบให้แก่ผู้มีรายได้น้อย ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีการใช้เงินสดในการซื้อสินค้าและบริการในชีวิตประจำวันเป็นหลัก โดยภาครัฐจะเปลี่ยนแปลงโดยการโอนเงินค่าอุปโภคบริโภค ค่าเดินทาง รวมถึงเงินช่วยเหลือต่างๆ เข้าบัตรสวัสดิการภาครัฐใบนี้ ซึ่งในระยะแรกกลุ่มประชากรที่ได้รับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ยังไม่คุ้นเคยกับใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ และไม่เข้าใจการใช้งาน แต่ด้วยการที่เป็นแค่บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งใช้งานง่ายเพียงแค่นำไปยื่นให้ร้านค้าต่างๆ เช็ดยอดเงินและตัดชำระเงิน จึงทำให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้มากนัก และสามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว ตามปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) ประกอบกับ ใช้ความคุ้มค่า (PV) จากสวัสดิการที่ได้รับทำให้ผู้ใช้บัตรสวัสดิการภาครัฐต้องพยายามที่จะปรับตัวเพื่อใช้งานให้ได้ นอกจากนี้ภาครัฐได้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในการใช้งาน (FC) ผ่านการประสานความร่วมมือกับร้านค้าต่างๆ ในการเป็นร้านค้าชำระค่า และรถเมล์ต่างๆ ในการติดตั้งเครื่อง EDC เพื่อรับชำระเงินจากบัตรสวัสดิการภาครัฐ จึงทำให้ผู้มีบัตรสวัสดิการภาครัฐสามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น ปัจจุบันบัตรสวัสดิการภาครัฐค่อนข้างประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคจาก การใช้เงินสด เป็น ใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดการใช้เงินสด ตามนโยบายของภาครัฐที่ต้องการผลักดันประเทศไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

5.2 ข้อจำกัดงานวิจัย

การเก็บข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้ ขอบเขตการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น ทำให้ผลวิจัยในครั้งนี้ไม่เหมาะสมในการนำไปใช้อ้างอิงในพื้นที่อื่นจังหวัดอื่นๆ เนื่องจาก จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีความพร้อมของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และมีโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบอินเทอร์เน็ตที่เอื้ออำนวยในการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าพื้นที่จังหวัดอื่นๆ จึงทำให้บริบท และสภาวะแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามอาจแตกต่างกันออกไปตามความพร้อมของแต่ละพื้นที่

นอกจากนี้ งานวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามแต่ละช่วงเวลา ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ให้นิยามของเทคโนโลยีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เฉพาะเทคโนโลยีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการใช้อย่างแพร่หลายอยู่ในปัจจุบัน (สิ้นสุดปี 2562) เท่านั้น ดังนั้น หากภายหลังจากงานวิจัยชิ้นนี้มีการเผยแพร่ ผู้ที่จะนำงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ต่อ อาจจะต้องคำนึงถึงความทันสมัย และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ควบคู่ไปด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

การศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร อาทิ ศึกษาในระดับภูมิภาค ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก เป็นต้น เพื่อให้สามารถเข้าใจกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความพร้อมเรื่องโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) แตกต่างกัน ทำให้บริบทในการตอบแบบสอบถามของแต่ละกลุ่มประชากรจะแตกต่างกันออกไป ซึ่งหากขยายผลการศึกษาได้ครอบคลุมทุกภูมิภาคจะทำให้เข้าใจปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ใน

ภาพรวมทั้งประเทศว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และปัจจัยใดคือปัจจัยหลักที่มีส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดโดยรวมของประเทศไทย

นอกจากนี้ การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมของทุกเครื่องมือการชำระเงิน ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ดังนั้น การวิจัยในครั้งต่อไป จึงควรทำการวิจัยเฉพาะเจาะจงในแต่ละเครื่องมือการชำระเงิน เช่น บัตรเครดิต การชำระเงินผ่านระบบ Mobile Banking ของธนาคาร หรือการชำระเงินผ่านระบบเครือข่ายของภาคเอกชน เป็นต้น โดยเป็นการศึกษาในลักษณะงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกในรายละเอียดในกรณีศึกษา ในการนำไปพัฒนา ปรับปรุง ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะด้านธุรกิจ

ผลจากการงานวิจัยในครั้งนี้ได้ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (PE) ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (FC) และปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (EE) ดังนั้น หากผู้ให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นภาคธนาคาร ภาครัฐ หรือเอกชน จะเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 39 ปีขึ้นไป ควรให้ความสำคัญกับ 3 ปัจจัยนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้ผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 39 ปีขึ้นไปตัดสินใจใช้บริการ โดย

1. ผู้ให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรประชาสัมพันธ์ถึงข้อดี ประโยชน์ของการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ว่าช่วยอำนวยความสะดวกในแง่มุมต่างๆ ได้อย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้เงินสด เพื่อสร้างการรับรู้ในมุมมองความมีประสิทธิภาพของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2. ผู้ให้บริการทั้งภาคธนาคาร ภาครัฐ และเอกชน ควรให้ความสำคัญกับการหาพันธมิตรและติดตั้งเครื่องรับชำระเงินตามจุดบริการหลักๆ ให้ครอบคลุมต่อพื้นที่กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้พร้อมต่อการใช้งานของผู้บริโภคได้อย่างทันที่

3. ผู้ให้บริการควรมีการสร้าง Platform ของระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้มีรูปแบบที่เข้าใจง่าย และสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้เวลาศึกษา ซึ่ง Platform ที่ใช้งานง่ายถือเป็นข้อได้เปรียบสำคัญของผู้ให้บริการที่จะใช้เป็นจุดขายเหนือคู่แข่งได้

นอกจากนี้ผู้ให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรเริ่มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ทีละน้อย โดยนำเสนอบริการที่ใกล้เคียงบริการเดิมให้ทดลองใช้บริการก่อน จากนั้นจึงค่อยเพิ่มระดับเทคโนโลยี เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความคุ้นเคย และไม่รู้สึกเปลี่ยนแปลงกะทันหันจนทำให้รู้สึกไม่คุ้นเคย เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มักจะเริ่มใช้บริการระบบชำระเงิน

อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ด้วยตนเอง หากเห็นเทคโนโลยีนั้นๆ มีประโยชน์และมีความเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ ดังนั้น ภาครัฐก็จึงควรทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้เห็นประโยชน์ทั้ง 3 ข้อข้างต้นด้วยตนเองให้ได้มากที่สุด จึงจะเป็นประโยชน์ต่อการเริ่มใช้บริการ จากนั้นจึงเสริมด้วยปัจจัยอื่นๆ เพื่อความยั่งยืนในการใช้บริการต่อไปในอนาคต



รายการอ้างอิง

หนังสือ

- โครงการสุขภาพคนไทย. (2559). *ทำความเข้าใจกับคนต่างรุ่นต่าง “เจเนอเรชัน”*. สุขภาพคนไทย.
นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล
- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2551). *การประยุกต์ใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2).
กาฬสินธุ์: โรงพิมพ์แห่งประสานการพิมพ์.

บทความวารสาร

- ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ (2561). สังคมไร้เงินสด (Cashless Society). *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 10(2),
235-248.
- ชุมแพร บุญยีน, นวรัตน์ เดชพิมล, ญกานดา ศุภวัฒน์ และศิริรนา วอนแก่น้อย. (2561).
ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. *วารสารช่อพะยอม*, 29(1), 359-371.
- ปฐวี ฉลวย, สิงหะ ฉวีสุข, และณัฐพล พันธุ์วงศ์. (2558). การประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้
เทคโนโลยี (UTAUT) และส่วนขยายทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) กับ
การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง*, 4(2).
- พสุ เตชะรินทร์. (2551) ช่องว่างในการทำงานระหว่าง Gen X กับ Gen Y. *ผู้จัดการรายสัปดาห์*,
น. D5.

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

- กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล. *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile*.
(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะวิทยาศาสตร์,
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ
- ชานนท์ ศิริธร. (2554). *การเปิดรับสื่อและการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคเจเนอเรชันเอ็กซ์แ
ะเจเนอเรชันวาย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

- ดวงกมล อาริยมิตร. (2557). *การตัดสินใจซื้อแหวนเพชรของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเอเรชั่นวาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- นุชจมาศ ศิริคำ. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ระบบคลาวด์พีโอเอสของร้านค้าปลีกในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ.
- ภัสสรณัฐ รวยธนาสมบัติ. (2558). *การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเอเรชั่น. (การค้นคว้าอิสระ)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบริหารการตลาด
- รัชฎา อสิสนธิสกุล, และ อ้อยอุมา รุ่งเรือง. (2548). *การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเจนเอเรชั่น วาย (Generation Y) เพื่อการประยุกต์ใช้ในที่ทำงาน. (สารนิพนธ์ปริญญาโท)*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาศาสตร์มนุษยศาสตร์.
- สรราวลี แสงแสง. (2559). *คุณภาพชีวิตในการทำงานและความสมดุลของชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการเจนเอเรชั่น เอ็กซ์ และเจนเอเรชั่น วาย. (สารนิพนธ์ปริญญาโท)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์.

เอกสารอื่นๆ

- กุลนาถ ภัททานวัตร์, และ ระพีพร ศรีจำปา. (มิถุนายน 2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบชำระเงิน QR code ในการก้าวสู่สังคมไร้เงินสด กรณีศึกษานักวิชาการพาณิชยในประเทศไทย. ในรายงานการประชุม Graduate School Conference (Vol. 1, No. 1, pp. 102-112).*
- พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจทางชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2551. (16 กันยายน 2551). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 125 ตอนที่ 99 ก. หน้า 1-12.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2551). *การกำกับดูแลธุรกิจ E-Payment*. สืบค้น 29 มกราคม 2562, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/OversightOfEmoney/Pages/default.aspx>

- นนทกร เทิดทูลทวีเดช. (2559). *Cashless Society: เตรียมพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ*. สืบค้น 27 มกราคม 2562, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/2602>
- ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *รายงานธุรกรรมการชำระเงินประจำไตรมาส 2 ปี 2561*. สืบค้น 27 มกราคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2_2561.pdf
- ภควันต์. (2561). *อนาคตโลกกับ “สังคมไร้เงินสด” สู่การปรับตัวครั้งใหญ่ของเหล่าธนาคารพาณิชย์*. สืบค้น 28 มกราคม 2562, จาก <https://nextempire.co/stories/next-business/อนาคตโลกกับ-สังคมไร้เงินสด-สู่การปรับตัวครั้งใหญ่ของเหล่าธนาคารพาณิชย์/1324#jrgf1y8w84>
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2560). *สถิติประชากรและบ้าน – จำนวนประชากรแยกอายุ*. สืบค้น 29 มกราคม 2562, จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). *ระบบชำระเงินดิจิทัล ตัวช่วย SME ทำเงิน*. สืบค้น 28 มกราคม 2562, จาก <http://bit.ly/2vqk7xE>
- อณิยา ฉิมน้อย. (2561). *เส้นทางสู่สังคมไร้เงินสด*. สืบค้น 29 มกราคม 2562, จาก <https://thaipublica.org/2018/10/bot-symposium-2018-05/>
- Atchana et al. (2018). *The Journey to Less-Cash Society: Thailand's Payment System at a Crossroads*. สืบค้น 27 มกราคม 2562, จาก https://www.pier.or.th/wp-content/uploads/2018/12/pier_dp_101.pdf
- MoneyHub. (2017). *E-Payment มีประโยชน์และสะดวกกว่าที่คิด*. สืบค้น 29 มกราคม 2562, จาก <https://moneyhub.in.th/article/benefit-of-e-payment/>
- Sayreya. (2017). *เจาะลึกทำความเข้าใจบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)*. สืบค้น 29 มกราคม 2562, จาก <https://blog.lnw.co.th/2017/02/21/e-payment-เจาะลึก/>

Books

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), *Actioncontrol: From cognition to behavior*. Berlin, Heidelberg. (pp. 11-39). New York: Springer-Verlag.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. In Kecskemeti, Paul. *Essays on the Sociology of Knowledge: Collected Works, Volume 5*. (pp. 276–322.) New York: Routledge.

- Duncan, T. (2008). *Principles of Advertising and IMC* (2nd ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Evans, M., Jamal, A., & Foxall, G. (2006). *Consumer behavior*. John Wiley and Sons Ltd.
- Fishbein, M and Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Articles

- Arenas Gaitan, J., Peral, B., & Ramon Jeronimo, M. (2015). Elderly and internet banking: An application of Unified theory of acceptance and use of technology2. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), 1-23.
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50, 418-430.
- Chang, I. C, Hwang, H. G., Hung, W. F., & Li, Y. C. (2007). Physicians' acceptance of pharmacokinetics-based clinical decision support systems. *Expert systems with applications*, 33(2), 296-303.
- Escobar-Rodriguez, T., & Carvajal-Trujillo, E. (2013). Online driver of customer purchase airline tickets online. *Journal of Air Transport Management*, 32, 58-64.
- Fuksa, M. (2013). Mobile technologies and services development impact on Mobile Internet usage in Latvia. *Procedia Computer Science*, 26, 41-50.
- Loo, W. H., Yeow, P. H., & Chong, S.C. (2009). User acceptance of Malaysian government multipurpose smartcard applications. *Government Information Quarterly*, 26(2), 358-367
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payment in Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17-29.
- Murphy Jr, E. F., Mujtaba, B. G., Manyak, T., Sungkhawan, J., & Greenwood, R. (2010). Generational value differences of baby boomers in Thailand. *Asia Pacific Business Review*, 16(4), 545-566.

- Pascual-Miguel, F. J., Agudo-Peregrina, A. F., & Chaparro-Pelaez, J. (2015). Influences of gender and product type on online purchasing. *Journal of Business Research*, 68(7), 1550-1556
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D., (2003). User acceptance of information technologies: *MIS Quarterly* 27, (3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., Xu, X., (2012). Consumer acceptance and use of information technologies: Extending the UTAUT. *MIS Quarterly* 36, (1), 157-178.
- Williams, K. C., & Page, R. A. (2011). Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3, 1.
- Zabell, S. L. (2008). On Student's 1908 Article "The Probable Error of a Mean". *Journal of the American Statistical Association*, 103(481), 1-7.

Thesis

- Kuan, A. L. K., Ann, H. N., Badri, M., Freida, E. N., & Tang, K. Y. (2014). *UTAUT2 influencing the behavioural intention to adopt mobile applications*. (Doctoral dissertation). UTAR.
- Pope, A. D. (2014). *Business intelligence: Applying the unified theory of acceptance and use of technology* (Doctoral dissertation). Capella University.

Other Materials

- Junadi, S. (2015). A model of factors influence consumer's intention to use e-payment system in Indonesia.
- Carlson, E. (2009). 20th-Century US generations: Population Reference Bureau Washington, DC.
- Huang, N., & Qin, G. (2011, May). A study of online virtual fitting room adoption based on UTAUT. In *E-Business and E-Government (ICEE), 2011 International Conference on* (pp. 1-4). IEEE.

- Taiwo, A. A., Mahmood, A. K., & Downe, A. G. (2012, June). User acceptance of eGovernment: Integrating risk and trust dimensions with UTAUT model. In *Computer & Information Science (ICCIS), 2012 International Conference on* (Vol. 1, pp. 109-113). IEEE.
- Yu, S. C., Ting, C. J., Lu, H. C., & Fu, F. L. (2012, June). Older-users' acceptance of smartcard payment: An investigation of an old-street vendors. In *Information Science and Digital Content Technology (ICIDT), 2012 8th International Conference on* (Vol. 3, pp. 551-556). IEEE.
- Chen, J., & Chiang, Z. (2013, May). Estimating users' intentions and behaviors of e-bidding system. In *Control and Decision Conference, 2013, 25th Chinese* (pp. 3151-3155). IEE
- Jansorn, T., Kiattisin, S., & Leelasantitham, A. (2013, September). Study of acceptance factors for electronic payment services. In *International Conference on Business and Information*. Disponible en URL: <https://goo.gl/c43LpA> [consulta 10 de enero de 2016].
- Hsieh, C. H., Wu, C. G., & Hsu, C. P. (2014, July). Convergence or Divergence?: A comparison of acceptance and use of technology for smartphones and tablets. In *Management of Engineering & Technology (PICMET), 2014 Portland International Conference on* (pp. 3804-3090). IEEE.

Electronic Media

- Sandra Wrobel-Konior. (2017). *What Is an E-Payment System?*. Retrieved January 29, 2019, from <https://securionpay.com/blog/e-payment-system/>
- Scheef, Devon, & Thielholdt, Diane. (2004). *Engaging Multiple Generations Among Your Workforce*. Retrieved January 29, 2019, from www.workinfo.com.
- We are Social. (2018). *Digital 2018 THAILAND*. Retrieved January 29, 2019, from <http://bit.ly/2GvtGjG>



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด
ของประชากรเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ และเบบี้บูม:
กรณีศึกษาจังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรโครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ (MBA) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชากรเจนเนอเรชัน เอ็กซ์ และเบบี้บูม คำตอบของท่านจึงเป็นเพียงความคิดเห็นที่ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามชุดนี้ จะถือเป็นความลับ และใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจะนำเสนอผลในภาพรวมเท่านั้น จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามครบถ้วนและตามความเป็นจริง

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
- ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติม

โดยให้ท่านทำเครื่องหมายถูก (✓) ในข้อที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ท่านเกิดในช่วงปี พ.ศ. ไต.
 - พ .ศ.2589 – 2507
 - พ .ศ.2508 – 2523
2. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
3. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร หรือไม่
 - ใช่
 - ไม่ใช่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

1. ท่านเคยใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า1 คำตอบ)
 - บัตรเดบิต บัตรเอทีเอ็ม/(Debit Card/ATM Card)
 - บัตรเครดิต (Credit Card)
 - บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า อาทิ บัตรรถไฟฟ้า, easy pass เป็นต้น
 - การรับ โอน ชำระเงิน ผ่าน Application Mobile Banking ของธนาคาร
 - การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการผ่าน Application ของผู้ให้บริการเอกชน อาทิ Airpay, True wallet เป็นต้น
2. ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 1 (เลือกตอบ) 1 คำตอบ)
 - บัตรเดบิต บัตรเอทีเอ็ม/(Debit Card/ATM Card)
 - บัตรเครดิต (Credit Card)
 - บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า อาทิ บัตรรถไฟฟ้า, easy pass เป็นต้น
 - การรับ โอน ชำระเงิน ผ่าน Application Mobile Banking ของธนาคาร
 - การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการผ่าน Application ของผู้ให้บริการเอกชน อาทิ Airpay, True wallet เป็นต้น
3. ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 2 (เลือกตอบ) 1 คำตอบ)
 - บัตรเดบิต บัตรเอทีเอ็ม/(Debit Card/ATM Card)
 - บัตรเครดิต (Credit Card)
 - บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า อาทิ บัตรรถไฟฟ้า, easy pass เป็นต้น
 - การรับ โอน ชำระเงิน ผ่าน Application Mobile Banking ของธนาคาร
 - การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการผ่าน Application ของผู้ให้บริการเอกชน อาทิ Airpay, True wallet เป็นต้น
4. ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุดเป็นอันดับที่ 3 (เลือกตอบ) 1 คำตอบ)
 - บัตรเดบิต บัตรเอทีเอ็ม/(Debit Card/ATM Card)
 - บัตรเครดิต (Credit Card)
 - บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติมเงินไว้ล่วงหน้า อาทิ บัตรรถไฟฟ้า, easy pass เป็นต้น
 - การรับ โอน ชำระเงิน ผ่าน Application Mobile Banking ของธนาคาร
 - การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการผ่าน Application ของผู้ให้บริการเอกชน อาทิ Airpay, True wallet เป็นต้น

5. ความถี่ในการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ต่อสัปดาห์ (เลือกตอบ1 คำตอบ)
- น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์
- 2-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์
- 4-5 ครั้ง ต่อสัปดาห์
- 6-7 ครั้ง ต่อสัปดาห์
6. มูลค่าในการชำระค่าสินค้าและบริการ โดยใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เฉลี่ยต่อครั้ง (บาทต่อครั้ง) _____

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

กรุณาระบุว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนถึง 5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด	ระดับความคิดเห็น				
	1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2 ไม่เห็นด้วย	3 เฉยๆ	4 เห็นด้วย	5 เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.1 ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)					
1) ฉันคิดว่าการเรียนรู้การใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องง่าย					
2) ฉันสามารถเข้าถึงระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยง่าย					
3) ฉันคิดว่าการใช้บริการระบบชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องง่าย					
3.2 ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)					
1) ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวัน					
2) ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ฉันชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว					
3) ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับฉัน					

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด	ระดับความคิดเห็น				
	1 ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2 ไม่เห็น ด้วย	3 เฉยๆ	4 เห็น ด้วย	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3.3 ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)					
1) บุคคลในครอบครัวฉัน แนะนำให้ฉันใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
2) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของฉัน แนะนำให้ฉันใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิดของฉัน แนะนำให้ฉันใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3.4 ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition)					
1) ฉันมีทรัพยากรที่จำเป็นต่อการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (ระบบอินเทอร์เน็ตฯ เช่น มือถือ)					
2) ฉันมีความรู้ที่จำเป็นต่อการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3) การใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานร่วมกับเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ฉันใช้งานอยู่ในปัจจุบันได้					
3.5 ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation)					
1) การใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องสนุก					
2) ฉันรู้สึกพอใจในการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3) ฉันรู้สึกเพลิดเพลินในการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3.6 ปัจจัยด้านความคุ้มค่า (Price Value)					
1) การใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีต้นทุนต่อครั้งที่เหมาะสม					
2) การใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความคุ้มค่า					
3) ราคาที่ต้องจ่ายสำหรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ปัจจุบันมีความคุ้มค่า					

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด	ระดับความคิดเห็น				
	1 ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2 ไม่เห็น ด้วย	3 เฉยๆ	4 เห็น ด้วย	5 เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3.7 ปัจจัยด้านความเคยชิน (Habit)					
1) การใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องคุ้นเคยสำหรับฉัน					
2) ฉันรู้สึกติดกับการใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3) ฉันต้องใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3.8 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)					
1) การใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเสี่ยงสูง					
2) ฉันมีความลังเลและกังวลในการใช้ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์					
3.9 ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน (Behavior Intension)					
1) ฉันมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปในอนาคต					
2) ฉันพยายามที่จะใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในชีวิตประจำวัน					
3) ฉันวางแผนที่จะใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้บ่อยขึ้น					

3.10 ท่านคิดว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการใช้งานระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ

- ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy)
- ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
- ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
- ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Condition)
- ปัจจัยแรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation)
- ปัจจัยด้านความคุ้มค่า (Price Value)
- ปัจจัยด้านความเคยชิน (Habit)
- ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. ท่านมีความกังวลต่อการใช้ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในเรื่องใดบ้าง

2. ท่านต้องการให้ผู้ให้บริการระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ปรับปรุง หรือพัฒนาในเรื่องใด เพื่อให้ท่านสามารถใช้บริการระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างไร้ความกังวล

--ขอขอบพระคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม--



ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

		Correlations								
		EE	PE	SI	FC	HM	PV	HA	PR	BI
EE	Pearson Correlation	1	.470**	.112*	.520**	.420**	.553**	.514**	-.416**	.318**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
PE	Pearson Correlation	.470**	1	.113*	.474**	.423**	.533**	.531**	-.313**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.000		.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
SI	Pearson Correlation	.112*	.113*	1	-.012	.182**	.133**	.235**	-.039	.145**
	Sig. (2-tailed)	.020	.018		.806	.000	.006	.000	.414	.002
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
FC	Pearson Correlation	.520**	.474**	-.012	1	.458**	.443**	.412**	-.526**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.806		.000	.000	.000	.000	.000
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
HM	Pearson Correlation	.420**	.423**	.182**	.458**	1	.395**	.688**	-.552**	.592**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
PV	Pearson Correlation	.553**	.533**	.133**	.443**	.395**	1	.496**	-.413**	.455**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	.000		.000	.000	.000
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
HA	Pearson Correlation	.514**	.531**	.235**	.412**	.688**	.496**	1	-.523**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
PR	Pearson Correlation	-.416**	-.313**	-.039	-.526**	-.552**	-.413**	-.523**	1	-.451**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.414	.000	.000	.000	.000		.000
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436
BI	Pearson Correlation	.318**	.528**	.145**	.494**	.592**	.455**	.640**	-.451**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	436	436	436	436	436	436	436	436	436

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวนันทน์ ลักษณ์การค้า
วันเดือนปีเกิด	15 พฤษภาคม 2535
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2556: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงิน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย
ประสบการณ์ทำงาน	2556-ปัจจุบัน: เจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย

