

การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร

The Acceptance of Technology Influential to the Intention of Payment Via Smart Phones Among Generation X in Bangkok

ธัญรดา ธนสารโสภณ และ พีรภาว ทวีสุข

Thanrada Thanasansopon and Prerapha Taweek

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

E-mail: thanrada.bw@gmail.com

(Received : September 29, 2019 Revised : October 23, 2019 Accepted : October 25, 2019)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรกลุ่ม Generation X ซึ่งมีอายุระหว่าง 39-53 ปี ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานครได้แก่ ทักษะการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และการรับรู้ความเสี่ยง สามารถอธิบายการให้ความสำคัญต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 62 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านทักษะการใช้งาน ($\beta = 0.479$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร การยอมรับเทคโนโลยีด้านอิทธิพลทางสังคม ($\beta = 0.091$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร และการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความเสี่ยง ($\beta = 0.237$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจในการชำระเงิน สมาร์ตโฟน เจเนอเรชันเอกซ์

Abstract

The objective of this study was to explore the acceptance of technology influential to the intention of payment via smart phones among generation X in Bangkok by employing the quantitative research methodology. Sample group which study are generation x of 400 people who living in Bangkok between the ages of 39-53 year olds. The information from the dwellers was garnered through questionnaires. Descriptive statistics, which includes frequency, percentage, mean and standard deviation, was used to analyze the information. The assumption of this study was assessed by multiple regression analysis.

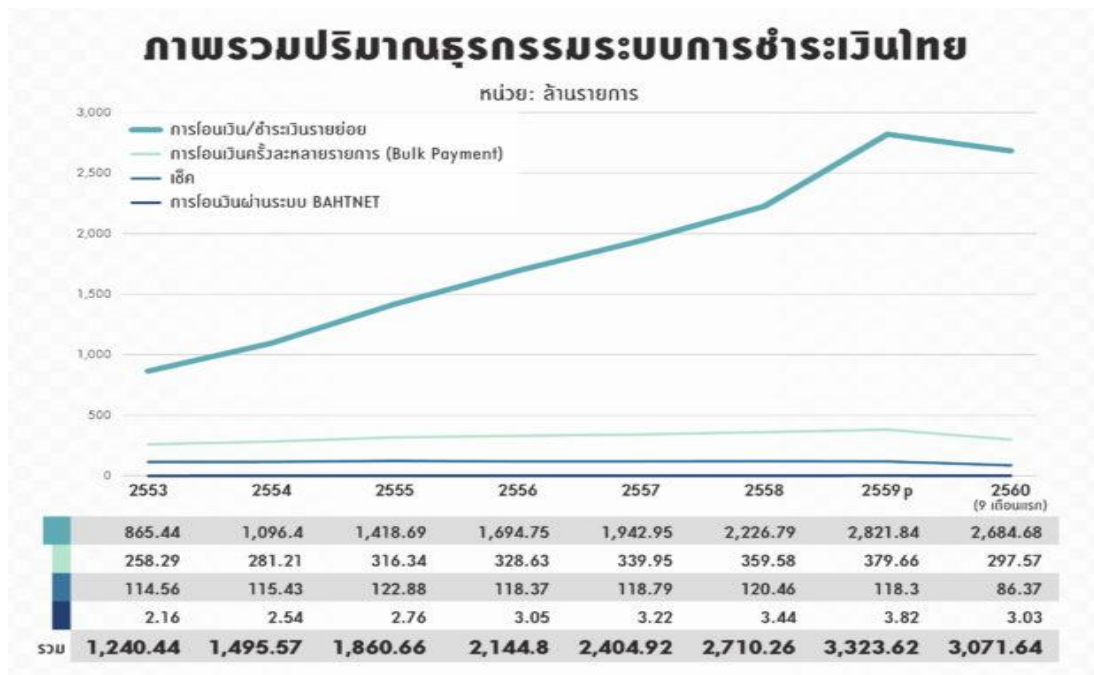
The result of assumption assessment indicated that the acceptance of technology influential to the intention of payment via smart phones among generation X in Bangkok could be classified into aspects-attitude of utilization, social influence and risk perception. They accounted for the acceptance of technology influential to the intention of payment via smart phones among generation X in Bangkok around 62%. When taking the regression coefficient into consideration, it revealed that the acceptance on the aspect of attitude of utilization ($\beta = 0.479$) has the most influence towards the intention of payment via smart phones among generation X in Bangkok. Whereas the acceptance on the aspect of social influence came second ($\beta = 0.091$) in terms of intention of payment via smart phones among generation X in Bangkok and the acceptance on the aspect of Risk perception came third ($\beta = 0.237$) in terms of intention of payment via smart phones among generation X in Bangkok.

Keywords: Acceptance of technology, Intention of payment, Smart phones, Generation X

บทนำ

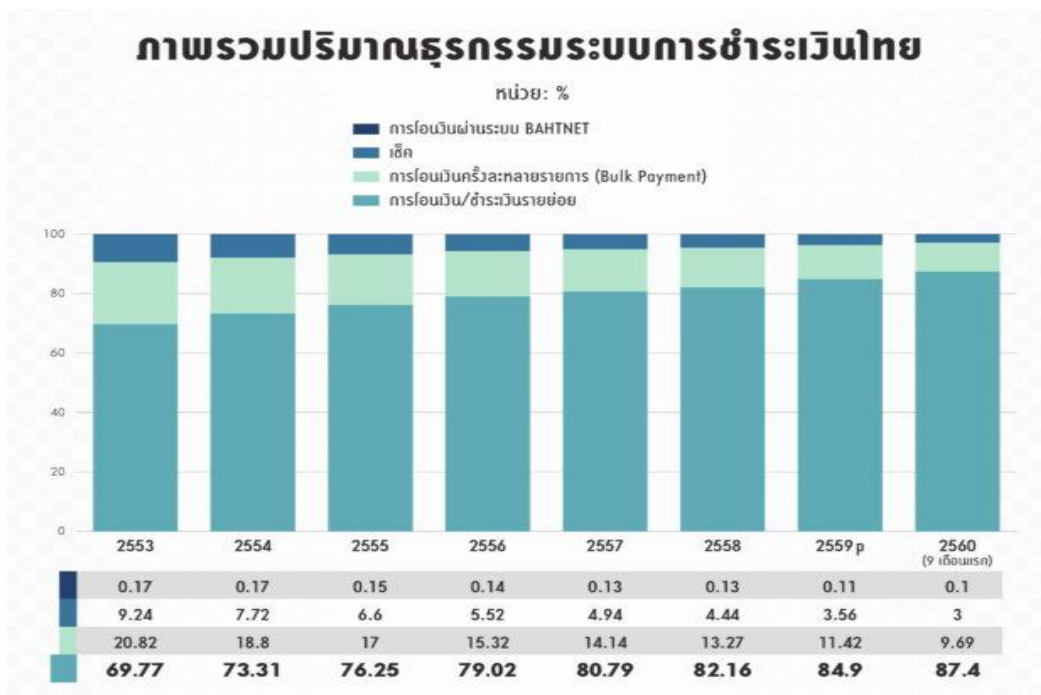
ในสภาพสังคมยุคปัจจุบันระบบเศรษฐกิจทั่วโลกกำลังมุ่งเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless society) อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วอย่างเช่น ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา ที่มีสัดส่วนมูลค่าการชำระเงินในรูปแบบที่ไม่ต้องใช้เงินสดมากกว่าร้อยละ 70 ในขณะที่ประเทศไทยอาจกล่าวได้ว่ากำลังอยู่ในขั้นของการเปลี่ยนผ่านหรือกำลังก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ซึ่งประกอบกับปัจจัยที่ได้เกื้อหนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนภาคประชาชน ที่จะนำพาประเทศไปสู่สังคมไร้เงินสดในระยะอันใกล้นี้ ได้แก่ การผลักดันของภาครัฐ จากแผนยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ได้แก่ โครงการแรกการรับและโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt pay) มียอดผู้ลงทะเบียนประมาณ 3.2 ล้านบัญชี โครงการที่ 2 ขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการเพิ่มจำนวนเครื่องรูดบัตรหรืออีทีซี ที่ตั้งเป้าหมายให้ได้ขยายได้ 5.5 แสนเครื่อง โครงการที่ 3 ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคาดว่าจะเห็นความคืบหน้าชัดเจนมากขึ้น และ โครงการที่ 4 e-Payment ของภาครัฐที่เริ่มดำเนินโครงการแจกบัตรสวัสดิการแห่งรัฐแก่ผู้มีรายได้น้อย 4 ล้านคน การผลักดันจากภาคเอกชนโดยมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการสื่อสาร ได้เห็นความตื่นตัวอย่างมากจากผู้เกี่ยวข้องในระบบการชำระเงิน เช่นผู้ให้บริการชำระเงินที่ต่างแข่งขันพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ให้ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการมากที่สุด รวมถึงการเติบโตของกลุ่มผู้ประกอบการฟินเทคสตาร์ทอัพ (FinTech startups) ในส่วนภาคประชาชนพบว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายของชาวไทยที่ให้ความสนใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น ซึ่งจากการสำรวจพบว่า มีจำนวนประชากรไทยที่เข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 65.10 ขณะที่จำนวนสถิติที่สะท้อนการเข้าถึงบริการทางการเงินระบบดิจิทัล ก็มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดด ยังมีปัจจัยผลักดันจากความต้องการ e-Money จากกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติในการทำธุรกรรมการเงินแบบไร้เงินสด ของกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่เป็นฐานลูกค้าสำคัญของผู้ประกอบการไทยโดยการชำระเงินผ่านระบบดิจิทัลได้รับความนิยมพุ่งสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Alipay หรือ WeChatPay (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2560)

ทั้งนี้ในระบบของธนาคารพาณิชย์มีการแข่งขันการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาดำเนินการทางการเงินเป็นอย่างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เพื่อแลกกับการเติบโตของโลกดิจิทัลในภาคการเงินซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพของระบบการเงินที่ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานและให้ประโยชน์กับกลุ่มลูกค้าของสถาบันการเงิน หากได้มองกลับไปสำรวจข้อมูลระบบการชำระเงินของไทยย้อนหลัง 7 ปี ตั้งแต่ปี 2553-2559 พบว่าปริมาณธุรกรรมเพิ่มขึ้นจาก 1,240.44 ล้านรายการ เป็น 3,323.62 ล้านรายการ และในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 มีจำนวนธุรกรรมกว่า 3,071.64 ล้านรายการ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การชำระเงินของไทยย้อนหลัง 8 ปี ตั้งแต่ปี 2553-2559 (ไทยพับลิก้า, 2561)

โดยในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นธุรกรรมการโอนเงินหรือชำระเงินรายย่อยถึงร้อยละ 87.40 เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ที่อยู่ที่ร้อยละ 69.77 ขณะที่การใช้เช็ค หายอดลดลงจากร้อยละ 9.24 เหลือเพียงร้อยละ 3 เช่นเดียวกับการโอนหรือชำระเงินครั้งละหลายรายการ (bulk payment) ที่ลดลงจากร้อยละ 20.82 เหลือเพียงร้อยละ 9.69 (ไทยพับลิก้า, 2561) ดังแสดงใน ภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ธุรกรรมการโอนเงินหรือชำระเงินรายย่อย (ไทยพับลิก้า, 2561)

ในด้านของสัดส่วนการทำธุรกรรมบนมือถือเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนเช่นกัน โดยเพิ่มจากร้อยละ 1.67 ของปริมาณธุรกรรมรายย่อยในปี 2553 เป็นร้อยละ 20.41 ในปี 2559 และเป็นร้อยละ 30.05 ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2560 ขณะที่สัดส่วนของรูปแบบอื่นต่างลดลงทั้งหมด โดยเฉพาะช่องทางเครื่องเอทีเอ็มที่ลดจากร้อยละ 29.64 เป็นร้อยละ 10.05 ขณะที่ช่องทางอินเทอร์เน็ตลดลงจากร้อยละ 16.53 เป็นร้อยละ 10.57 และช่องทางเครื่องรับบัตรลดลงจากร้อยละ 27.38 เป็นร้อยละ 14.50 (ไทยพาณิชย์, 2561)

ในสังคมไทยในยุคปัจจุบันได้มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ซึ่ง Generation X คือ คลื่นลูกใหม่ที่พร้อมจะลองใช้วิธีการชำระเงินรูปแบบใหม่ๆ เพราะเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังซื้อสูงและใช้จ่ายในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดในประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นโอกาสอันดีในการกระตุ้นเศรษฐกิจภาคผู้บริโภค ในขณะที่กลุ่มลูกค้ำ Generation Y ก็เข้าสู่วัยที่มีฐานะการเงินที่ดีขึ้นจากการสำรวจของบริษัท วิซ่า (Visa Consumer Payment Attitudes Study) (Marketeer, 2015) พบว่า Generation X ร้อยละ 59 นิยมใช้จ่ายผ่านบัตรมากกว่าเงินสดเพราะรู้สึกปลอดภัยมากกว่าส่วน Generation Y มีเพียงร้อยละ 42 เท่านั้นที่จ่ายผ่านบัตรมากกว่าเงินสด นอกจากนี้ยังพบว่า Generation X ร้อยละ 44 นิยมใช้แอปพลิเคชันบนมือถือในการซื้อปิ้งออนไลน์ แสดงให้เห็นว่าการชำระเงินในรูปแบบใหม่ๆ ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่ ซึ่ง Generation X ร้อยละ 81 นิยมชำระเงินออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต เนื่องจากมองการชำระเงินออนไลน์ผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต เป็นการประหยัดเวลา สะดวก และรวดเร็วกว่าการใช้เงินสด ซึ่งในอนาคต Generation X ร้อยละ 80 สนใจในการชำระเงินผ่านอุปกรณ์ที่สามารถมีให้บริการ การชำระเงินในอนาคตได้ โดยสินค้าหลักที่สนใจในการซื้อ คือ สินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงบัตรชมภาพยนตร์ จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น เป็นเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร

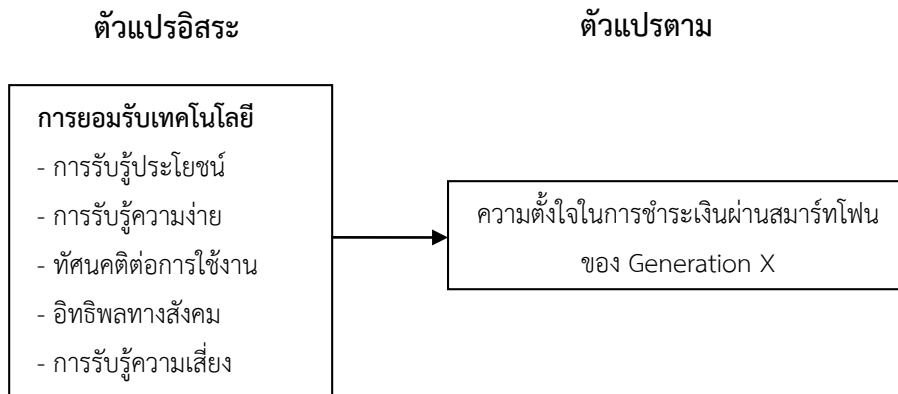
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยพิจารณาจากการเก็บข้อมูลและเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจาก กลุ่มประชากรที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่ม Generation X ที่มีอายุระหว่าง 39-53 ปี ที่ชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ในกรุงเทพมหานคร กล่าวได้ว่าไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนดังนั้น ขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรของ Cochran (1953) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

กำหนดให้

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.05

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ $Z = 1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (0.05)

E = ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น เท่ากับ 0.05

ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384.16 คน ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 420 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม เบื้องต้นมีการสอบถามช่วงอายุที่ต้องการทำวิจัย โดยมีอายุระหว่าง 39 – 53 ปีและเป็นผู้ที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาด แต่ทั้งนี้ก็มีแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพียง 400 ฉบับ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภค Generation X อายุระหว่าง 39-53 ปี ที่ชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็นสามส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลมีลักษณะแบบสอบถามลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน คิดเป็น ร้อยละ 63 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 39-43 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 58 มีระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และพบว่าส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ทศนคติต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม และการรับรู้ความเสี่ยง มีผลดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์

ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
การรับรู้ประโยชน์			
1. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถชำระ ณ จุดที่รับบริการได้โดยตรง	4.05	0.863	มาก
2. สามารถตรวจสอบข้อมูลของการชำระเงินได้ทันทีหลังจากการชำระเงิน	4.09	0.861	มาก
3. สามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนโดยไม่ต้องพกเงินสดเวลาไปจ่ายสินค้า	3.71	1.023	มาก
4. สามารถประหยัดเวลา เมื่อชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนมากกว่าการชำระเงินโดยการชำระผ่านบัตรอิเล็กทรอนิกส์	3.70	0.923	มาก
5. สามารถค้นหาข้อมูลสะดวกเพื่อเปรียบเทียบราคาและสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าโดยชำระผ่านสมาร์ทโฟน	3.84	0.886	มาก
รวม	3.87	0.713	มาก

จากตารางที่ 1 ความคิดเห็นด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถตรวจสอบข้อมูลของการชำระเงินได้ทันทีหลังจากการชำระเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมา คือ การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน มีความสะดวก รวดเร็ว สามารถชำระ ณ จุดที่รับบริการได้โดยตรง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่าย

ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การรับรู้ความง่าย			
1. สามารถเรียนรู้วิธีการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน	3.66	0.901	มาก
2. สามารถเรียนรู้วิธีการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้ด้วยตนเอง	3.63	0.972	มาก
3. สามารถโหลดโปรแกรมสำหรับชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนง่าย และไม่ยุ่งยาก	3.44	1.051	มาก
4. สามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้ตลอดเวลาผ่านระบบออนไลน์	3.47	1.042	มาก
5. สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วเมื่อชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้	3.55	1.005	มาก
รวม	3.54	0.813	มาก

จากตารางที่ 2 ความคิดเห็นด้านการรับรู้ความง่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถเรียนรู้วิธีการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 รองลงมา คือ สามารถเรียนรู้วิธีการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้ด้วยตนเอง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติต่อการใช้งาน

ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ทัศนคติต่อการใช้งาน			
1. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนมีความเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน	3.74	0.941	มาก
2. มีความพอใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน	3.79	0.888	มาก
3. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนไม่จำเป็นต้องไปชำระเงินตามสถานที่ต่าง ๆ	3.84	0.934	มาก
4. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนทางออนไลน์ทำให้ท่านไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	3.85	0.953	มาก
5. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเป็นวิธีการที่ทันสมัย	3.89	0.942	มาก
รวม	3.82	0.751	มาก

จากตารางที่ 3 ความคิดเห็นด้านทัศนคติต่อการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเป็นวิธีการที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 รองลงมา คือ การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนทางออนไลน์ทำให้ท่านไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีด้านอิทธิพลทางสังคม

ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
อิทธิพลทางสังคม			
1. คนในครอบครัวมีส่วนในการตัดสินใจชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน	3.55	0.998	มาก
2. บุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนในการตัดสินใจชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน	3.62	0.943	มาก
3. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเพราะเห็นจากการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ โซเชียล เป็นต้น	3.69	0.897	มาก
4. สามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น	3.57	0.925	มาก
5. มีการรณรงค์จากรัฐบาลให้มีการใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน	3.60	0.865	มาก
รวม	3.60	0.724	มาก

จากตารางที่ 4 ความคิดเห็นด้านอิทธิพลทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเพราะเห็นจากการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ โซเชียล เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมา คือ บุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนในการตัดสินใจชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความเสี่ยง

ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
การรับรู้ความเสี่ยง			
1. สามารถยอมรับหากมีการผิดพลาด เช่น ระบบไม่มีการแจ้งเตือน หรือข้อมูลที่ส่งมาอาจจะไม่ตรงกับความเป็นจริง	3.20	1.116	ปานกลาง
2. สามารถยอมรับด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว หากมีการเผยแพร่ออกไป	3.10	1.091	ปานกลาง
3. สามารถยอมรับได้หากมาตรการการป้องกันต่างๆของระบบเมื่อเกิดปัญหาขึ้น	3.28	1.000	ปานกลาง
4. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ควรเปลี่ยนรหัสผ่านทุก ๆ 3 เดือน เพื่อป้องกันความปลอดภัย	3.56	0.911	มาก
5. การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนดีกว่าผ่านเว็บไซต์ ซึ่งไม่เสี่ยงต่อการถูกมิจฉาชีพหลอกลวงหน้าเว็บไซต์เลียนแบบ	3.63	0.952	มาก
รวม	3.35	0.802	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 ความคิดเห็นด้านการรับรู้ความเสี่ยง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนดีกว่าผ่านเว็บไซต์ ซึ่งไม่เสี่ยงต่อการถูกมิจฉาชีพหลอกลวงหน้าเว็บไซต์เลียนแบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมา คือ การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ควรเปลี่ยนรหัสผ่านทุกๆ 3 เดือน เพื่อป้องกันความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความตั้งใจในการชำระเงิน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน

ข้อมูลความตั้งใจในการชำระเงิน ผ่านสมาร์ทโฟน	ระดับความคิดเห็น		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. มีความตั้งใจในการชำระผ่านสมาร์ทโฟนต่อไปในอนาคต	3.88	0.904	มาก
2. มีความตั้งใจในการชำระผ่านสมาร์ทโฟนอย่างสม่ำเสมอ	3.65	0.946	มาก
3. มีความตั้งใจในการชำระผ่านสมาร์ทโฟนเป็นช่องทางแรกของการชำระค่าสินค้า	3.63	0.933	มาก
4. มีความตั้งใจในการชำระผ่านสมาร์ทโฟนกับผู้อื่น เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น	3.63	0.972	มาก
5. มีความตั้งใจจะบอกต่อแก่บุคคลอื่นให้ชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน	3.71	0.954	มาก
รวม	3.69	0.820	มาก

จากตารางที่ 6 ความตั้งใจในการชำระเงินโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีความตั้งใจในการชำระผ่านสมาร์ทโฟนต่อไปในอนาคต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมา คือ มีความตั้งใจจะบอกต่อแก่บุคคลอื่นให้ชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร โดยการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยนี้ สามารถตอบวัตถุประสงค์งานวิจัย คือ เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เนื่องจากตัวแปรทั้งสองส่วนเป็นตัวแปรระดับอัตราส่วน มีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงการทดสอบเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.788 ^a	0.620	0.615	0.479

a. Predictors: (Constant), การยอมรับเทคโนโลยี

**การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงิน
ผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร**

การยอมรับเทคโนโลยี	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-0.125	0.165		-0.758	0.449
การรับรู้ประโยชน์	0.064	0.059	0.056	1.085	0.279
การรับรู้ความง่าย	0.094	0.052	0.092	1.828	0.068
ทัศนคติต่อการใช้งาน	0.535	0.053	0.479	10.140	0.000**
อิทธิพลทางสังคม	0.094	0.042	0.091	2.252	0.025*
การรับรู้ความเสี่ยง	0.237	0.043	0.237	5.555	0.000**

a. Dependent Variable: ความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน

R = 0.788, R Square = 0.620, Adjusted R Square = 0.615, F- value = 128.703, P-value <0.05

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกับแนวโน้มความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ($\beta = 0.479$, p-value = 0.000**) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ของ Generation X มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ($\beta = 0.237$, p-value = 0.000**) และด้านอิทธิพลทางสังคม ($\beta = 0.091$, p-value = 0.025*) นอกจากนี้ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.620$) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านการรับรู้ความเสี่ยง สามารถพยากรณ์ความผันแปรของแนวโน้มความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X คิดเป็นร้อยละ 62

การอภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ประโยชน์ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากการใช้ชีวิตในปัจจุบันของ Generation X มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานและรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆจากเทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ จึงมีความเข้าใจและรับรู้ประโยชน์ของการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนได้อย่างรวดเร็ว จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากการซื้อหนังสือมีช่องทางในการซื้อที่หลากหลายและผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลหรือหนังสือจากช่องทางอื่น ๆ ได้ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชนก พลาบุญ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและ

เทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ผู้บริโภคเห็นด้วยมากโดยการใช้บริการพร้อมเพย์จะทำให้บรรลุความเข้าใจของการให้บริการและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการทำธุรกรรมต่างๆ ให้ง่ายขึ้น สำหรับการทำในสิ่งที่ต้องการ

สำหรับการรับรู้ความง่าย ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ของ Generation X ในกรุงเทพมหานครซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยของ พรชนก พลาบุลย์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย พบว่าการรับรู้ความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยีผู้บริโภคเห็นด้วยมาก โดยการเรียนรู้ที่จะควบคุมการทำงานของระบบจะสามารถทำได้อย่างง่ายดาย และการใช้บริการพร้อมเพย์ทำให้ทำธุรกรรมที่ต้องการได้ง่ายยิ่งขึ้น และงานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้บริโภคให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดได้แก่ สามารถค้นหาหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมงและหาหนังสือที่ต้องการมาอ่านซ้ำได้เสมอ จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความง่ายต่อการตัดสินใจทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก Generation X เติบโตมาพร้อมกับการใช้เทคโนโลยีต่างๆ จึงมีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อการเปลี่ยนแปลง จึงไม่ใช่เรื่องยากที่ Generation X จะเข้าใจระบบต่างๆ ของการใช้งานด้านต่างๆ ของเทคโนโลยี

ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า Generation X มีความคิดเห็นว่า การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนเป็นวิธีการที่ทันสมัย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบในปัจจุบัน และยังต้องการความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิฎาดา แก้วแทน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี ทัศนคติที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน ในหัวข้อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน เป็นวิธีการที่ทันสมัยและเป็นอุปกรณ์ที่ให้ความสะดวกสบายในการใช้ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ไม่สามารถนำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไปอ่านได้ทุกที่เนื่องจากต้องอ่านหนังสือผ่านอุปกรณ์อาจเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่ง

อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า Generation X มีความคิดเห็นว่า สนใจอยากทดลองตามต้นแบบ เมื่อได้เห็นการใช้เทคโนโลยีผ่านสมาร์ตโฟน จากโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ โซเชียล และบุคคลที่มีชื่อเสียงใช้เทคโนโลยีต่างๆ รวมถึงการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดูดีมากขึ้น

สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชนก พลาบุลย์ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย พบว่า อิทธิพลของสังคม ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นในระดับมาก ได้แก่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจใช้บริการพร้อมเพย์และหน่วยงานรัฐบาลและธนาคารต่างๆ องค์กรส่งเสริมให้ใช้กันทั่วประเทศ และกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์เช่นกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิฎาดา แก้วแทน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี พบว่า เพื่อน/คนรู้จัก มีอิทธิพล ต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนมากที่สุด

การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของ Generation X ใน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า Generation X มีความคิดเห็นว่า การชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนดีกว่าผ่านเว็บไซต์ซึ่งไม่เสี่ยงต่อการถูกมิจฉาชีพหลอกลวงผ่านเว็บไซต์เลียนแบบ และการเปลี่ยนรหัสผ่านทุกๆ 3 เดือน เพื่อป้องกันความปลอดภัยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกรรินทร์ ละเอียดสินันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคทางออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสือได้แก่ ความเสี่ยงจากพื้นที่ในการเก็บไฟล์ในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งไม่มีรูปแบบเหมือนหนังสือจริงทำให้ต้องมีพื้นที่เพียงพอในการจัดเก็บไฟล์ดิจิทัลของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ความเสี่ยงที่หนังสืออิเล็กทรอนิกส์จะสูญหาย เนื่องจากเกิดการคุกคามของไวรัส แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิฎาดา แก้วแทน (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี พบว่า การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนควรกำหนดรหัสผ่านก่อนเข้าเครื่องเพื่อป้องกันข้อมูลส่วนตัว ควรเปลี่ยนรหัสทุก 3 เดือน เพื่อความปลอดภัย และจ่ายผ่านสมาร์ทโฟนดีกว่าผ่านเว็บไซต์ เนื่องจากไม่เสี่ยงต่อการถูกมิจฉาชีพหลอกลวงทำหน้าเว็บเลียนแบบ

ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะ 2 ส่วน ได้แก่ ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การรับรู้ประโยชน์ โดยรวมผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การตรวจสอบข้อมูลของการชำระเงินได้ทันทีหลังจากการชำระเงิน สะดวก รวดเร็ว สามารถชำระ ณ จุดที่รับบริการได้โดยตรง ค้นหาข้อมูลสะดวกในการเปรียบเทียบราคาและตัดสินใจซื้อสินค้า โดยชำระเงินได้ทันทีและประหยัดเวลา ดังนั้น ทางผู้ประกอบการควรมีการประชาสัมพันธ์หรือ เพิ่มช่องทางในการเข้าถึงตามช่องทางต่างๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว เพื่อการตัดสินใจซื้อครั้งต่อไป

2. การรับรู้ความง่าย โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้วิธีการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนได้อย่างรวดเร็ว โดยชำระเงินได้ด้วยตนเอง แต่ถ้การโหลดโปรแกรมสำหรับชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนง่าย และไม่ยุ่งยากจะทำให้ความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนมีเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ทางผู้ประกอบการ ควรมีการชี้แจงรายละเอียดของการโหลดโปรแกรมให้ชัดเจนเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนการใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนมากยิ่งขึ้น

3. ทศนคติต่อการใช้งาน โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก พบว่า การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนเป็นวิธีการที่ทันสมัย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ดังนั้น ทางผู้ประกอบการควรส่งเสริมในการพัฒนาการทำธุรกิจเชิงพาณิชย์ทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น พัฒนาช่องทางการเข้าถึง และข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความสนใจและเพิ่มประสบการณ์ใหม่ในการยอมรับเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้น

4. อิทธิพลทางสังคม โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก พบว่า การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน เพราะเห็นจากการโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ โซเชียล เป็นต้นและบุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนในการตัดสินใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ดังนั้น ทางผู้ประกอบการควรมีการประชาสัมพันธ์เข้าถึงผู้บริโภค โดยการทำสื่อประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางและนำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์ร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงข้อดีของการทำธุรกรรมต่างๆ จากเทคโนโลยี

5. การรับรู้ความเสี่ยง โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนดีกว่าผ่านหน้าเว็บไซต์ ซึ่งไม่เสี่ยงต่อการถูกมิจฉาชีพหลอกลวงหน้าเว็บไซต์ ควรเปลี่ยนรหัสผ่านทุกๆ 3 เดือน เพื่อป้องกันความปลอดภัย ดังนั้น ในเรื่องของความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ทางผู้ประกอบการควรออกแบบและพัฒนาโปรแกรม เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในระบบมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาต่อถึงรายละเอียดเฉพาะมากขึ้น โดยทำงานวิจัยเชิงคุณภาพ เช่นศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคกับเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อนำไปพัฒนาเทคโนโลยีต่อไป

2. งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มของผู้บริโภค Generation X เท่านั้น ดังนั้นในอนาคตควรศึกษากับผู้บริโภคในกลุ่มอื่นๆ เพิ่มขึ้น เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาต่อไปในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่และผลที่เกิดต่อสังคม ชุมชน ท้องถิ่น

การใช้ชีวิตในปัจจุบันของ Generation X มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานและรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากเทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการศึกษารับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของ Generation X ในกรุงเทพมหานคร จึงมีความสำคัญต่อสังคมในยุคปัจจุบัน เพื่อไม่ให้เสี่ยงต่อการถูกมิจฉาชีพหลอกลวง

เอกสารอ้างอิง

- เกอร์รินทร์ ละเอียตดีนันท์. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิตาภา แก้วแทน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพและปทุมธานี. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ไทยพับลิก้า. (2561). สสำรวจพฤติกรรมกรรมการชำระเงินไทยยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2018/04/e-payment-9-4-2561/>
- พรชนก พลาบุลย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2560). ระบบการชำระเงินดิจิทัล ตัวช่วย SME ทำเงิน. สืบค้นจาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/articleKSMEAnalysis/Pages/Digital-Payment_SME-Helper.aspx
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Marketeer. (2015). *Gen X คือ ขาช้อปตัวจริง*. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/25512>