

ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปภาวี เหนตรอรุณ*

การประปานครหลวง

*Correspondence: yiinz.papa@gmail.com

doi: 10.14456/jisb.2019.6

วันที่รับบทความ: 22 เม.ย. 2562

วันแก้ไขบทความ: 7 พ.ค. 2562

วันที่รับบทความ: 14 พ.ค. 2562

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 172 กลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามทั้งในรูปแบบกระดาษและอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัย พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ส่งผลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และยังส่งผลทางอ้อมต่อการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้หากผู้บริโภคมีความเชื่อ ความคิดเห็น และความคาดหวังที่ดีต่อการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และทราบถึงผลที่จะได้รับจากการใช้บริการ จะทำให้เกิดการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับของผู้บริโภคมีผลมาจากการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ภัยคุกคามที่เกิดขึ้นของผู้บริโภคมีผลมาจากประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่า Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ กับทัศนคติที่มีต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสัมพันธ์กันมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยยังพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ภัยคุกคาม และประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ไม่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากบริบทของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง และมักจะหลีกเลี่ยงความเป็นจริงเพื่อให้ตนเองรู้สึกว่าจะไม่มีความเสี่ยงและมีความปลอดภัยดี และยังพบว่า Generation X และ Y ก็ไม่เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ภัยคุกคาม และประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม กับทัศนคติที่มีต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน

คำสำคัญ: ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

Factors affecting Attitudes and Use of e-Wallet Services for Generation X and Y Consumers in Bangkok Metropolitan Region

Papawee Netaroon*

Metropolitan Waterworks Authority

*Correspondence: yiinz.papa@gmail.com

doi: 10.14456/jisb.2019.6

Received: 22 Apr 2019

Revised: 7 May 2019

Accepted: 14 May 2019

Abstract

The objective of this study is to examine the factors influencing attitude and use of e-Wallet services for generation X and Y consumers in Bangkok metropolitan region. This research is quantitative research. Data for this study was collected from 172 Thai participants who are generation X and Y. These participants also have to live in Bangkok metropolitan region and use e-Wallet. Data was gathered by printed and online questionnaires. The statistical results indicate that perceived ease of use and perceived usefulness are directly affect attitude toward using e-Wallet and also indirectly affect e-Wallet usage. If participants have good opinions and expectations for use e-Wallet, they will use e-Wallet. In addition, participants perceived usefulness after they perceived ease of use and they perceived threat after they had prior experience with safety hazard. Moreover, generation X and Y have been found to modulate the relationship between perceived usefulness, subjective norm and attitude towards using e-Wallet. However, the results show that subjective norms, perceived threat and prior experience with safety hazard do not affect attitude towards using e-Wallet. The reason could be that participants have high self-confidence and avoid reality to make themselves feel safety. In addition, generation X and Y do not modulate the relationship between perceived ease of use, perceived threat, prior experience with safety hazard and attitude towards using e-Wallet.

Keywords: Theory of planned behavior, Technology acceptance model, Model of prior experience with safety hazard, Attitude and use of e-Wallet

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อสภาพสังคมในหลากหลายมิติ เช่น การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถใช้งานได้อย่างแพร่หลาย สะดวกสบาย และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำลง ประกอบกับความนิยมใช้สมาร์ตโฟนที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยปี 2561 พบว่า พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นเฉลี่ย 10 ชั่วโมงต่อวัน และการซื้อสินค้าออนไลน์ยังคงติด 5 อันดับแรกกิจกรรมที่คนไทยใช้งาน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 51.28 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการชำระค่าสินค้าและบริการโดยหันมาใช้บริการผ่านระบบออนไลน์ถึงร้อยละ 82.8 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA), 2561) อีกทั้งนโยบายของภาครัฐในเรื่อง National e-Payment ซึ่งสนับสนุนให้เกิดการชำระเงินที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) อย่างแพร่หลาย ผ่านการส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยการโอนเงิน และการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสดและเช็ค (กระทรวงการคลัง, 2560) โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีปริมาณธุรกรรมผ่าน e-Payment รวม 4,167.7 ล้านรายการ คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 30.1 เมื่อเทียบกับปีก่อน มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 63 ครั้งต่อคนต่อปี โดยกลุ่ม Generation Y มีสัดส่วนการใช้บริการ e-Payment เทียบกับเงินสดสูงที่สุด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) สังคมไทยจึงถูกผลักดันให้ก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless society) ทำให้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทย โดยพบว่าในช่วงระหว่างปี 2555-2560 อัตราการเติบโตเฉลี่ยของปริมาณธุรกรรมผ่านช่องทาง e-Money อยู่ที่ร้อยละ 20 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) และคาดว่าจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดย ณ สิ้นปี 2560 มีจำนวนบัญชี e-Payment รวมทั้งสิ้น 53.2 ล้านบัญชี คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 35.7 ซึ่งร้อยละ 95.2 ของจำนวนบัญชี e-Money เป็นการให้บริการโดยผู้ให้บริการที่เป็น Non-bank สำหรับปริมาณและมูลค่าการใช้ e-Money ก็มีการเติบโตเช่นกัน โดยปริมาณและมูลค่าการใช้เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 18.2 และ 38.7 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นการใช้จ่ายทั่วไปในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เช่น การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ การเติมเงินโทรศัพท์มือถือ (ชื่อ Airtime) และการโอนเงินระหว่าง e-Money (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) ในภาพรวมจะเห็นได้ว่าบริการ e-Money ยังคงมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างเด่นชัด โดยผู้เล่นในตลาด e-Money ส่วนใหญ่ยังคงเป็น Non-bank จึงทำให้ผู้ที่เล็งเห็นโอกาส สร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ขึ้นมาจำนวนมาก เพื่อนำเสนอบริการที่อำนวยความสะดวกและตอบโจทย์การชำระเงินในชีวิตประจำวันของผู้ใช้งาน โดยเฉพาะธุรกิจกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet หรือ Mobile wallet) เป็นรูปแบบหนึ่งของ e-Money บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำหน้าที่เหมือนมีกระเป๋าเงินอยู่ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ สำหรับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมและได้รับการกล่าวถึงเป็นอย่างมากในปัจจุบัน และยังคงมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศไทยพบว่า มีการใช้งาน e-Wallet เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.8 ในปี 2557 เป็นร้อยละ 7.6 ในปี 2558 และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2559 มีผู้ใช้งานร้อยละ 19 ของผู้ใช้สมาร์ตโฟน (วัชรกร ร่มรักษ์, 2560) ส่งผลให้เกิดผู้ให้บริการหลายรายในธุรกิจ e-Wallet เช่น TrueMoney Wallet, Rabbit Line Pay, Samsung Pay, AliPay, AirPay, BluePay Wallet เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีคู่แข่งจำนวนมากเพิ่มขึ้นในตลาด การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ให้บริการ e-Wallet

ดังนั้นผู้ให้บริการควรทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอันเกิดจากทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ซึ่งอยู่ในช่วงวัยทำงาน (อายุ 15-59 ปี) และมีรายได้ประจำ โดยกลุ่ม Generation X เป็นกลุ่มวัยทำงานที่เริ่มเป็นผู้บริหาร มีรายได้ มีเงินออม และมีอำนาจการใช้จ่ายสูง ส่วน Generation Y จะเป็นกลุ่มวัยทำงานที่รายได้อาจยังไม่สูงนัก แต่มีอัตราการใช้จ่ายสูงมากเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งถือว่าเป็น 2 กลุ่มที่สำคัญในการช่วยขับเคลื่อนธุรกิจกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการ e-Wallet ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ภัยคุกคาม และประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม โดยศึกษาว่าผู้บริโภคในกลุ่ม Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม และงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาได้ดังนี้

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) หมายถึง การที่บุคคลนั้นตระหนักว่าระบบสารสนเทศสามารถใช้งานได้ง่าย มีความสะดวกในการใช้งาน และไม่ซับซ้อน ไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเรียนรู้การใช้งาน (Liébana-Cabanillas et al., 2015)

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived usefulness) หมายถึง การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีประโยชน์ที่จะได้รับ และมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและช่วยเพิ่มความสามารถในด้านต่างๆ ของตนเองได้ (จุฑาทิธณ์ เกียรติศิริ, 2558; Liébana-Cabanillas et al., 2015)

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลนั้นถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีผลต่อบุคคลนั้นให้กระทำหรือไม่กระทำตาม โดยกลุ่มอ้างอิงจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับความสำคัญของกลุ่มอ้างอิง หากบุคคลนั้นเห็นว่ากลุ่มอ้างอิงที่ตนให้ความสำคัญสนับสนุน ต้องการให้กระทำพฤติกรรมนั้น ก็จะกระทำตามพฤติกรรมนั้น แต่ถ้าไม่สนับสนุนหรือไม่ต้องการให้กระทำพฤติกรรมนั้น ก็จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้นเช่นกัน โดยกลุ่มอ้างอิงอาจเป็นบุคคลในครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลรอบข้าง และสื่อต่างๆ (Liébana-Cabanillas et al., 2015)

ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม (Prior experience with safety hazard) หมายถึง การเรียนรู้หรือการรู้ในสิ่งที่จะนำไปสู่ทักษะ ความสามารถ ความคุ้นเคย และเข้าใจเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นกับตนเอง หรือการเรียนรู้จากบุคคลที่มีประสบการณ์หรือผู้เชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้องกับอันตรายที่เกิดขึ้น ผ่านการอ่านบันทึกหรือการบอกเล่า ซึ่งประสบการณ์ก่อนหน้าจะถูกเก็บไว้ในความทรงจำ และจะถูกนำมาใช้ในการกำหนดทัศนคติการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งประสบการณ์ก่อนหน้าส่งผลให้พฤติกรรมของแต่ละบุคคลแตกต่างกันโดยเกิดจากระดับของความรู้หรือประสบการณ์ก่อนหน้าของแต่ละบุคคล (Safa et al., 2016; Tsai et al., 2016)

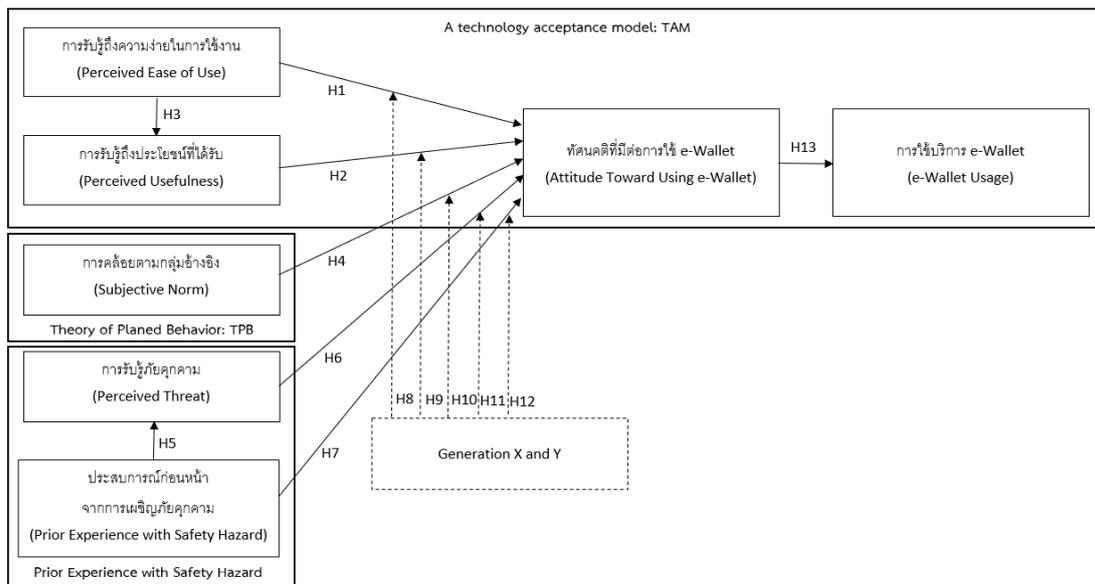
การรับรู้ภัยคุกคาม (Perceived threat) หมายถึง การที่บุคคลนั้นทราบถึงความรุนแรงและการประเมินโอกาสเสี่ยงที่จะเกิดความเสียหายจากเหตุการณ์นั้นๆ โดยพบว่า การรับรู้ภัยคุกคามเกิดจากระบวนการคิดวิตกกังวลในสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ในชีวิต ซึ่งระดับการรับรู้ถึงความรุนแรงของภัยคุกคามขึ้นอยู่กับประสบการณ์ก่อนหน้า และเชื่อว่าจะได้รับอันตรายเช่นเดิมหากบุคคลนั้นเชื่อว่าความรุนแรงที่เผชิญส่งผลกระทบและทำให้ตกอยู่ในความเสี่ยง รู้สึกไม่มั่นคง บุคคลนั้นก็จะสามารถรับรู้ถึงภัยคุกคามได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจในการตั้งใจปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อหลีกเลี่ยง ป้องกัน และจัดการรับมือกับภัยคุกคามนั้น (Liang & Xue, 2010; Ifinedo, 2012; Chen & Zahedi, 2016; Lee et al., 2016)

ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการ (Attitude toward using) หมายถึง ความเชื่อ ความคิดเห็น และความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมกระทำต่างๆ ซึ่งจะทราบผลที่ได้รับแน่นอนและมีการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมา (จิฎาดา แก้วแทน, 2557)

การใช้บริการ (Usage) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงความตั้งใจใช้งานตลอดจนการแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย โดยได้รับอิทธิพลโดยตรงจากทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการ ผู้ใช้จะแสดงพฤติกรรมการใช้ออกมาในรูปแบบใดก็ขึ้นอยู่กับทัศนคติที่มีต่อการบริการนั้น ๆ (จिरพร ศรีพลาววัฒน์, 2552)

3. กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี แนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญกับภัยคุกคาม และงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม และการรับรู้ภัยคุกคาม นำมาศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวที่มีต่อการใช้บริการ e-Wallet ผ่านทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet นอกจากนี้ได้นำปัจจัย Generation X และ Y มาเป็นตัวแปรสนับสนุนในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อใช้เป็นกรอบการศึกษาเพื่อหาคำตอบของการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษาทัศนคติและการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นความเชื่อว่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวก และไม่ซับซ้อน ส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยาภรณ์ กิตติสิทธิ์ชัย (2559) ซึ่งกล่าวว่า เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ทำให้เกิดทัศนคติในการใช้งาน จนนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้งาน e-Wallet นอกจากนี้การที่ผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้โมบายเพย์เมนต์ ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H1: การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับเป็นระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตนได้ และส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการใช้บริการ ซึ่งจากงานวิจัยของ Gu et al. (2009) พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลเชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้บริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ รวมทั้งจากงานวิจัย

ของ Liébana-Cabanillas et al. (2017) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ระบบชำระเงินบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค พบว่า ความแตกต่างที่เกิดจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน และ Cha (2011) พบว่า ความแตกต่างของการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อเจตนาในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H2: การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับส่งผลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

จากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีซึ่งนำเสนอโดย Davis (1989) พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gu et al. (2009) ที่พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ และ กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์ (2559) พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติในการใช้งานและทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานจริงของเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H3: การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันทำให้เกิดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยกลุ่มอ้างอิงจะเป็นผู้ที่บุคคลนั้นให้ความสำคัญ โดยจากการศึกษาของ จิรพร ศรีพลาวังษ์ (2552) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ เพื่อนหรือคนรู้จัก ส่งผลต่อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโทรศัพท์มือถือ (จิญาดา แก้วแทน, 2557) ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H4: การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

การที่ผู้ใช้งานขาดประสบการณ์ก่อนหน้าในการใช้งานระบบสารสนเทศ ยังคงเป็นปัญหาสำคัญ เนื่องจากการมีประสบการณ์ก่อนหน้าเป็นการสร้างการรับรู้ถึงอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น และช่วยให้สามารถรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ (Albrechtsen, 2007) โดย Lee et al. (2016) พบว่าประสบการณ์ก่อนหน้าเป็นการประเมินถึงการรับรู้ภัยคุกคาม ซึ่งหากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ก่อนหน้าในการเผชิญหน้ากับภัยคุกคาม บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะรับรู้ถึงความรุนแรงของภัยคุกคามที่เกิดขึ้น และจะหาวิธีการรับมือและป้องกัน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบร้ายแรง ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H5: ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ภัยคุกคาม

การรับรู้ภัยคุกคาม เกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้นประเมินภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่ปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความมั่นคงและปลอดภัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งการประเมินระดับภัยคุกคามเป็นการประเมินระดับของความเสียหายจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งจากการศึกษาของ Yoon et al. (2012) พบว่า การที่พนักงานรับรู้ถึงภัยคุกคามด้านการรักษาความมั่นคงและปลอดภัย และทราบว่าภัยคุกคามอาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือรบกวนการทำงาน จะมีแนวโน้มที่จะเต็มใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมรักษาความมั่นคงและปลอดภัย ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H6: การรับรู้ภัยคุกคามส่งผลทางลบต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

ประสบการณ์ก่อนหน้าซึ่งอาจเกิดขึ้นจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือจากบุคคลอื่นที่มีประสบการณ์ มีแนวโน้มส่งผลต่อทัศนคติและมุมมองเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน และทำให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันผ่านความทรงจำที่ถูกเก็บไว้ โดยงานวิจัยของ Safa et al. (2016) พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วม ได้แก่ การแบ่งปันความรู้ การให้ความร่วมมือ การแทรกแซง และประสบการณ์ ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการรักษาความมั่นคงและปลอดภัย ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H7: ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามส่งผลทางลบต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

Generation คือ ยุคสมัยของกลุ่มคนตามช่วงอายุ ซึ่งแต่ละ Generation จะมีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความคิด นิสัย พฤติกรรม และค่านิยมต่างๆ สำหรับ Generation X และ Y ที่แม้จะเกิดในช่วงที่แตกต่างกัน และมีลักษณะนิสัยบางอย่างแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง แต่ในปัจจุบันคนทั้ง 2 กลุ่มนี้อยู่ในช่วงของวัยทำงานเช่นเดียวกัน โดยกลุ่ม Generation X เป็นกลุ่มวัยทำงานที่เริ่มเป็นผู้บริหาร มีรายได้ มีเงินออม และมีอำนาจการใช้จ่ายสูง ส่วน Generation Y จะเป็นกลุ่มวัยทำงานที่รายได้ยังไม่สูงนัก แต่มีอัตราการใช้จ่ายสูงมากเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นๆ จึงทำให้คนทั้ง 2 กลุ่มนี้มีความสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนธุรกิจกระแสเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) เป็นอย่างยิ่ง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H8: Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

H9: Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

H10: Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

H11: Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคามกับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

H12: Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามกับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior) ซึ่งนำเสนอโดย Ajzen (1991) แสดงให้เห็นว่าทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตโสภาคีพิชญ์ (2559) ที่พบว่าทัศนคติต่อการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทยส่งผลต่อการใช้บริการ นอกจากนี้การศึกษาของ จิณดา แก้วแทน (2557) และ ชยาภรณ์ กิตติศิริชัย (2559) แสดงให้เห็นว่าทัศนคติในการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน ส่งผลต่อการใช้บริการเช่นกัน ดังนั้นจึงสามารถตั้งสมมติฐานได้ว่า

H13: ทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ส่งผลทางบวกต่อการใช้บริการ e-Wallet

4. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้จัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในกลุ่ม Generation X และ Y ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเคยใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) จำนวน 172 กลุ่มตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถามทั้งในรูปแบบกระดาษและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจัดสร้างขึ้นมาจากการค้นคว้าข้อมูลทางเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ประกอบด้วย จิรพร ศรีพลวัฒน์, 2552; จิญาดา แก้วแทน, 2557; จุฑารัตน์ เกียรติรัตมี, 2558; Liang & Xue, 2010; Ifinedo, 2012; Liébana-Cabanillas et al., 2015; Tsai et al., 2016; Safa et al., 2016; Chen & Zahedi, 2016; Lee et al., 2016) โดยแบบสอบถามนี้ถูกนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์แบบสอบถามเบื้องต้นและปรับปรุงข้อคำถามในแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมก่อนนำไปจัดเก็บข้อมูลจริง ด้วยการแจกแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามในรูปแบบกระดาษตามสถานที่ต่างๆ

5. ผลการวิจัย

5.1 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) ข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) การกระจายแบบปกติ (Normal) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) ซึ่งจากการทดสอบพบว่า ไม่มีข้อมูลส่วนใดขาดหาย มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและภาวะร่วมเส้นตรง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทั้งหมด แต่อย่างไรก็ตามมีบางตัวแปรเท่านั้นที่มีการกระจายข้อมูลแบบเบ้ซ้าย แต่มีความเบ้ต่างจากเกณฑ์มาตรฐานไม่มากนัก โดยพิจารณาจากค่า skewness ที่มากกว่า +3 หรือน้อยกว่า -3 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงยังคงใช้ข้อมูลดังกล่าววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

5.2 การประเมินความเที่ยงและความตรงของแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's alpha) ที่มีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยแบบ Basic research และได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) โดยต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) มากกว่า 0.5 (สุพิชญา อาชวจิตตา, 2557) ดังแสดงค่าสถิติของแต่ละข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หน้าหน้าองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ของครอนบาชของตัวแปรทั้งหมด

| ปัจจัย | ค่าเฉลี่ย | ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน | น้ำหนัก องค์ประกอบ |
|---|-----------|-------------------------|-----------------------|
| ปัจจัย 1: การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (% of variance = 9.290, Cronbach's alpha = 0.799) | | | |
| ท่านรู้สึกว่าคุณไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามในการเข้าถึง e-Wallet | 4.02 | 0.958 | 0.769 |
| ท่านคิดว่า e-Wallet มีขั้นตอนวิธีการใช้งานที่ชัดเจน | 4.15 | 0.821 | 0.671 |
| ท่านสามารถเรียนรู้การใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการด้วย e-Wallet ได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามของตัวเอง | 4.24 | 0.746 | 0.655 |
| ท่านคิดว่าการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการด้วย e-Wallet สำหรับท่านเป็นเรื่องที่ไม่ต้องใช้ความพยายามและสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง | 4.22 | 0.756 | 0.826 |
| ปัจจัย 2: การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (% of variance = 6.970, Cronbach's alpha = 0.825) | | | |
| ท่านรู้สึกว่าคุณ e-Wallet ช่วยเพิ่มช่องทางการชำระเงิน | 4.57 | 0.685 | 0.622 |
| ท่านรู้สึกว่าคุณ e-Wallet ได้รับความสะดวก รวดเร็ว และความถูกต้องจาก e-Wallet | 4.40 | 0.799 | 0.644 |
| ท่านรู้สึกว่าคุณ e-Wallet ช่วยลดต้นทุนของการใช้เงินสด | 4.15 | 1.065 | 0.789 |
| ท่านรู้สึกว่าคุณ e-Wallet ช่วยให้ท่านมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเงินสดมากขึ้น เช่น ไม่ต้องเสียเวลานานำเงินสดไปฝากเข้าบัญชีธนาคาร เป็นต้น | 4.03 | 1.110 | 0.715 |
| ท่านเห็นว่าระบบ e-Wallet มีการประมวลผลการใช้งานที่รวดเร็ว | 4.09 | 0.938 | 0.510 |
| ปัจจัย 3: การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (% of variance = 4.993, Cronbach's alpha = 0.820) | | | |
| ครอบครัวของท่านมีอิทธิพลต่อท่าน | 2.70 | 1.312 | 0.875 |
| เพื่อน/คนรู้จักของท่านมีอิทธิพลต่อท่าน | 3.28 | 1.276 | 0.779 |
| สื่อ เช่น ดารา นักร้อง Blogger โฆษณา มีอิทธิพลต่อท่าน | 2.52 | 1.291 | 0.820 |
| ปัจจัย 4: ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม (% of variance = 4.963, Cronbach's alpha = 0.722) | | | |
| ท่านสามารถประเมินได้ว่าเหตุการณ์ใดเป็นภัยคุกคามต่อท่าน จากการเคยตกเป็นเหยื่อหรือเคยรับรู้ข่าวสารของการหลอกลวงจากการใช้บริการทางออนไลน์ | 3.94 | 0.992 | 0.823 |
| ประสบการณ์จากการเผชิญหรือรับรู้เกี่ยวกับภัยคุกคามทางออนไลน์มาแล้ว ช่วยทำให้ท่านมีความระมัดระวังและหาวิธีป้องกันได้ง่ายขึ้น | 3.97 | 0.954 | 0.814 |

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
ของครอนบาชของตัวแปรทั้งหมด (ต่อ)

| ปัจจัย | ค่าเฉลี่ย | ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน | น้ำหนัก องค์ประกอบ |
|---|-----------|-------------------------|-----------------------|
| ปัจจัย 5: การรับรู้ภัยคุกคาม (% of variance = 14.353, Cronbach's alpha = 0.870) | | | |
| ท่านมีความรู้สึกเสี่ยงและไม่สบายใจในการใช้งานสมาร์ทโฟนของท่าน หากสมาร์ทโฟนของท่านติดไวรัส หรือสลายแควร์ | 3.68 | 1.213 | 0.826 |
| ท่านมีความกังวลว่าจะตกเป็นเหยื่อและเกิดความสูญเสียจากการโจมตีที่เป็นอันตรายต่อความมั่นคงและปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวจากการใช้งานสมาร์ทโฟนที่ไม่ถูกวิธีของท่าน | 3.39 | 1.192 | 0.855 |
| ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวจะได้รับความเสียหายจากการบุกรุกที่เกิดช่องโหว่ของสมาร์ทโฟน | 3.70 | 1.015 | 0.854 |
| ท่านเชื่อว่าการใช้สมาร์ทโฟนอาจเกิดความเสี่ยงต่อข้อมูลส่วนตัวเมื่อท่านฝ่าฝืนกฎระเบียบของผู้ให้บริการ | 3.67 | 0.991 | 0.784 |
| ปัจจัย 6: ทศคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet (% of variance = 30.601, Cronbach's alpha = 0.892) | | | |
| ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นวิธีที่ทันสมัย | 4.60 | 0.599 | 0.765 |
| ท่านคิดว่าการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นประสบการณ์ที่ดีและน่าสนใจสำหรับท่าน | 4.47 | 0.704 | 0.815 |
| ท่านรู้สึกชื่นชอบการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ | 4.45 | 0.711 | 0.868 |
| ท่านเห็นด้วยกับการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในชีวิตประจำวัน | 3.36 | 0.815 | 0.831 |
| ปัจจัย 7: การใช้บริการ e-Wallet (% of variance = 80.928, Cronbach's alpha = 0.874) | | | |
| ท่านจะใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet อย่างต่อเนื่องในอนาคต | 4.34 | 0.804 | 0.911 |
| ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการด้วย e-Wallet | 4.12 | 0.932 | 0.900 |
| ทุกครั้งที่ท่านต้องชำระค่าสินค้าและบริการ ท่านจะชำระค่าสินค้าและบริการด้วย e-Wallet เสมอ | 3.92 | 1.067 | 0.888 |

5.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย (ร้อยละ 51.16) และเพศหญิง (ร้อยละ 48.84) จำนวนใกล้เคียงกัน โดยมีช่วงอายุเฉลี่ยระหว่าง 19-39 ปี (Generation X) ร้อยละ 52.91 และช่วงอายุเฉลี่ย 40-54 ปี (Generation Y) ร้อยละ 47.09 ซึ่งระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 56.98) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 49.42) เป็นส่วนใหญ่ และรายได้เฉลี่ยมีความหลากหลาย

5.4 พฤติกรรมการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบลำดับการให้บริการ e-Wallet 3 ลำดับ ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการ e-Wallet จากผู้ให้บริการ TrueMoney Wallet เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือ Rabbit Line Pay และ AirPay ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้บริการ e-Wallet เพื่อซื้อของที่ 7-Eleven เป็นอันดับ 1 สำหรับสาเหตุที่ทำให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet มากที่สุด คือ ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 34.30) และใช้เวลาในการชำระค่าสินค้าและบริการ

ผ่าน e-Wallet น้อยกว่า 5 นาที (ร้อยละ 81.98) ซึ่งค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ e-Wallet เฉลี่ยต่อครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท (ร้อยละ 59.88)

5.5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยจากกรอบแนวคิดการวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical regression) ผลลัพธ์ที่ได้แสดงในภาพที่ 2 และตารางที่ 2 โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ (Significant level) และค่า p-value ที่อยู่ระหว่าง 0.05-0.10 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญส่วนเพิ่ม (Marginal significant) ซึ่งแสดงคะแนนมาตรฐาน (Standardized score) โดยสามารถวิเคราะห์ผลทางสถิติได้ดังนี้

5.5.1 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.609 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับ ร้อยละ 37.0 ($R^2 = 0.370$) สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับ Davis (1989) ที่ระบุในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model) ไว้ว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์ (2559) พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติในการใช้งาน ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานจริงของเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย

5.5.2 การรับรู้ภัยคุกคาม ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ภัยคุกคาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.371 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับ ร้อยละ 13.8 ($R^2 = 0.138$) สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 5 ที่กล่าวว่า ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ภัยคุกคาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Albrechtsen (2007) และ Lee et al. (2016) พบว่า หากบุคคลนั้นมีประสบการณ์ก่อนหน้าในการเผชิญหน้ากับภัยคุกคาม บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะรับรู้ถึงความรุนแรงของภัยคุกคามที่เกิดขึ้น และจะหาวิธีการรับมือและป้องกันเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบร้ายแรง

5.5.3 ทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ภัยคุกคาม และประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ส่งอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet โดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับ ร้อยละ 35.8 ($R^2 = 0.358$) ซึ่งรายละเอียดของอิทธิพลแต่ละปัจจัยมีดังนี้

5.5.3.1 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.176 และส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.225 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยาภรณ์ กิตติสิทธิ์ชัย (2559) แสดงให้เห็นว่าหากผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน จะทำให้เกิดทัศนคติในการใช้งาน จนนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet)

เมื่อวิเคราะห์ค่าอิทธิพลรวมของ Generation X และ Y ซึ่งเป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน กับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.884 ไม่มีนัยสำคัญส่วนเพิ่มที่ระดับ $p = 0.05-0.10$ ดังนั้น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และ Generation X และ Y จึงไม่สนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ทำให้ไม่สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 8 ที่กล่าวว่า Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet โดยเมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรใช้บริการ e-Wallet พบว่า นอกจากความสะดวก รวดเร็ว ใช้งานได้ตลอด 24

ชั่วโมงแล้วนั้น สาเหตุที่ผู้ใช้บริการส่วนมากเลือกใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet คือ ไม่จำเป็นต้องพกเงินสด จึงทำให้ Generation X และ Y ไม่เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

5.5.3.2 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.419 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับส่งผลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gu, Lee and Shu (2009) ที่พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลเชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้บริการระบบโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการ รวมทั้งจากงานวิจัยของ Cha (2011) และ Liébana-Cabanillas et al. (2017) ที่แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างที่เกิดจากการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานและเจตนาในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค

เมื่อวิเคราะห์ค่าอิทธิพลรวมของ Generation X และ Y ซึ่งเป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับกับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.072 มีนัยสำคัญส่วนเพิ่มที่ระดับ $p = 0.05-0.10$ ดังนั้น การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และ Generation X และ Y จึงสนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ทำให้สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 9 ที่กล่าวว่า Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

5.5.3.3 การคลายตามกลุ่มอ้างอิง ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.101 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การคลายตามกลุ่มอ้างอิงไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 4 ที่กล่าวว่า การคลายตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลทางบวกต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet โดยอาจมีสาเหตุมาจากบริบทของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนในกลุ่ม Generation X และ Y ซึ่งตามลักษณะนิสัยของคนกลุ่มนี้จะมีความเคารพในตัวเอง หรือมีความมั่นใจและเป็นตัวของตัวเอง รู้ว่าตนเองต้องการหรือไม่ต้องการอะไร (สาริณี ไชติวงศ์ชาคร, 2559) จึงทำให้ผู้บริโภคยึดถือในตนเองเป็นหลักไม่ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มอ้างอิง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liang (2016) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการคลายตามกลุ่มอ้างอิงและการยอมรับบริการ Mobile Banking ในประเทศไต้หวันและเวียดนาม พบว่า การคลายตามกลุ่มอ้างอิงไม่มีนัยสำคัญต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้บริการ Mobile Banking ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์ค่าอิทธิพลรวมของ Generation X และ Y ซึ่งเป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการคลายตามกลุ่มอ้างอิง กับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.088 มีนัยสำคัญส่วนเพิ่มที่ระดับ $p = 0.05-0.10$ ดังนั้น การคลายตามกลุ่มอ้างอิง และ Generation X และ Y จึงสนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ทำให้สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 10 ที่กล่าวว่า Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการคลายตามกลุ่มอ้างอิงและทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

5.5.3.4 การรับรู้ภัยคุกคาม ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.032 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การรับรู้ภัยคุกคามไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 6 ที่กล่าวว่า การรับรู้ภัยคุกคามส่งผลทางลบต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yoon et al. (2012) และ Ifinedo (2012) ที่กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีการประเมินภัยคุกคามและอันตรายจากการไม่ปฏิบัติตาม ทำให้เกิดการรับรู้ภัยคุกคามทางด้านความปลอดภัยขึ้น จึงทำให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติตาม โดยอาจมีสาเหตุมาจากบริบทของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มักจะละเลย ไม่คำนึงถึงภัยคุกคามทางด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ซึ่งจากการสำรวจของ Infoblox Inc. ในปี 2561 ที่ผ่านมา พบว่า ผู้ที่ใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์กว่า 17% ที่ละเลยต่อการปกป้องข้อมูลส่วนตัว (ไอที-วิทยาการ, 2562) จึงอาจทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกถึงความรุนแรงของภัยคุกคาม ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์ค่าอิทธิพลร่วมของ Generation X และ Y ซึ่งเป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม กับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.190 ไม่มีนัยสำคัญส่วนเพิ่มที่ระดับ $p = 0.05-0.10$ ดังนั้น การรับรู้ภัยคุกคาม และ Generation X และ Y จึงไม่สนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ทำให้ไม่สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 11 ที่กล่าวว่า Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคามกับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet โดยเมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ e-Wallet พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้คำนึงถึงว่าการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet ช่วยให้ความปลอดภัยมากกว่าการใช้จ่ายในรูปแบบเดิม ซึ่งอาจเกิดจากผู้ให้บริการไม่ได้คำนึงถึงภัยคุกคามทางด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ดังที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้ จึงทำให้ Generation X และ Y ไม่เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภัยคุกคาม และทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

5.5.3.5 ประสพการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.196 และส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านการรับรู้ภัยคุกคาม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.012 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมีเครื่องหมายเป็นลบ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การรับรู้ภัยคุกคามไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 7 ที่กล่าวว่า ประสพการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามส่งผลทางลบต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมีเครื่องหมายบวก ซึ่งมีทิศทางตรงข้ามกับสมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Safa et al. (2016) ที่แสดงว่า ประสพการณ์ ส่งผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการรักษาความมั่นคงและปลอดภัย โดยอาจมีสาเหตุมาจากบริบทของกลุ่มตัวอย่างคนไทย มักจะปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงความเป็นจริง เพื่อให้รู้สึกว่าคุณเองนั้นไม่มีความเสี่ยงและมีความปลอดภัยดี เพราะคำถามเกี่ยวกับเรื่องประสพการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม เป็นเรื่องที่ลึกซึ้งจากการเคยเผชิญกับภัยคุกคามมาก่อน สอดคล้องกับทฤษฎีของ Hofstede (1984) ที่กล่าวถึงความแตกต่างของวัฒนธรรมทั่วโลกในเรื่องของการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (Uncertainty avoidance) โดยบุคคลจะไม่ยอมให้ความไม่แน่นอนหรือภัยเกิดขึ้นกับตนเอง และจะพยายามหาทางลดความไม่แน่นอนหรือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับตน จึงอาจทำให้มีการตอบไม่ตรงกับความเป็นจริงทั้งหมด (สุธีรา เดชนครินทร์ และ สุธินี ฤกษ์ขำ, 2558) ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้อาจไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์ค่าอิทธิพลร่วมของ Generation X และ Y ซึ่งเป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม กับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.977 ไม่มีนัยสำคัญส่วนเพิ่มที่ระดับ $p = 0.05 - 0.10$ ดังนั้น ประสพการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม และ Generation X และ Y จึงไม่สนับสนุนให้เกิดทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ทำให้ไม่สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัยข้อที่ 12 ที่กล่าวว่า Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามกับทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet โดยเมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมใช้บริการ e-Wallet พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของความสามารถในการควบคุมการทำธุรกรรมได้ด้วยตนเอง ผ่านการใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-Wallet ซึ่งอาจเกิดจากบริบทของผู้ใช้บริการที่มักจะปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงความเป็นจริงเกี่ยวกับประสพการณ์จากการเผชิญภัยคุกคาม เพื่อให้รู้สึกว่าคุณเองนั้นไม่มีความเสี่ยงและมีความปลอดภัยดี ดังที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้ จึงทำให้ Generation X และ Y ไม่เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม และทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet

5.5.4 การใช้บริการ e-Wallet ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ภัยคุกคาม ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการใช้บริการ e-Wallet โดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับ ร้อยละ 54.2 ($R^2 = 0.542$) ซึ่งรายละเอียดของอิทธิพลแต่ละปัจจัยมีดังนี้

5.5.4.1 ทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการใช้บริการ e-Wallet ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.736 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 13 ที่กล่าวว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ส่งผลทางบวกต่อการใช้บริการ e-Wallet ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (A Theory of Planned Behavior) นำเสนอโดย Ajzen (1991) ที่กล่าวว่าทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน นอกจากนี้งานวิจัยของจิฎาดา แก้วแทน (2557) และชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2559) พบว่าทัศนคติในการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน ส่งผลต่อการใช้บริการ

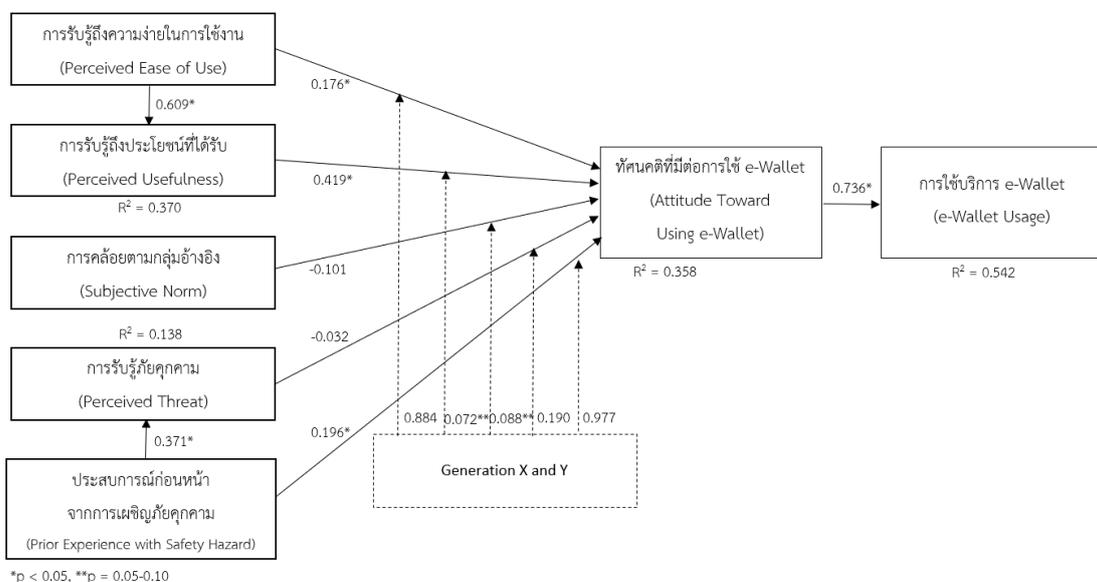
5.5.4.2 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ไปยังการให้บริการ e-Wallet โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.130 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.5.4.3 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ไปยังการให้บริการ e-Wallet โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.308 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.5.4.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ไปยังการให้บริการ e-Wallet โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.074 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมีเครื่องหมายลบ

5.5.4.5 การรับรู้ภัยคุกคาม ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ไปยังการให้บริการ e-Wallet โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.024 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมีเครื่องหมายลบ

5.5.4.6 ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ไปยังการให้บริการ e-Wallet โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.144 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อเพื่อศึกษาทัศนคติและการใช้บริการ e-Wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X และ Y ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม อิทธิพลโดยรวมของตัวแปรแฝง และอิทธิพลรวม
ในกรอบแนวคิดการวิจัย (แสดงเป็นคะแนนมาตรฐาน)

| ตัวแปรตาม | R ² | อิทธิพล | ตัวแปรอิสระ | | | | | |
|--------------------------------|----------------|---------|------------------------------|-------------------------------|--------------------|--------------------|--|--------------------------------|
| | | | การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน | การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ | การลดความตึงเครียด | การรับรู้ภัยคุกคาม | ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม | ทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet |
| การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ | 0.370 | ทางตรง | 0.609* | - | - | - | - | - |
| | | ทางอ้อม | - | - | - | - | - | - |
| | | โดยรวม | 0.609* | - | - | - | - | - |
| | | รวม | - | - | - | - | - | - |
| การรับรู้ภัยคุกคาม | 0.138 | ทางตรง | - | - | - | - | 0.371* | - |
| | | ทางอ้อม | - | - | - | - | - | - |
| | | โดยรวม | - | - | - | - | 0.371* | - |
| | | รวม | - | - | - | - | - | - |
| ทัศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet | 0.358 | ทางตรง | 0.176* | 0.419* | -0.101 | -0.032 | 0.196* | - |
| | | ทางอ้อม | 0.225* | - | - | - | -0.012 | - |
| | | โดยรวม | 0.401* | 0.419* | -0.101 | -0.032 | 0.184* | - |
| | | รวม | 0.884 | 0.072** | 0.088** | 0.190 | 0.977 | - |
| การใช้บริการ e-Wallet | 0.542 | ทางตรง | - | - | - | - | - | 0.736* |
| | | ทางอ้อม | 0.130* | 0.308* | -0.074* | -0.024 | 0.144* | - |
| | | โดยรวม | 0.130* | 0.308* | -0.074* | -0.024 | 0.144* | 0.736* |
| | | รวม | - | - | - | - | - | - |

* p < 0.05, ** p = 0.05-0.10

6. สรุปผลการวิจัย

6.1 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ e-Wallet ประกอบด้วย ทศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า กรอบแนวคิดการให้บริการ e-Wallet มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

(1) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ กล่าวคือ หากผู้บริโภคทราบว่าบริการ e-Wallet ที่ใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก จะช่วยทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ e-Wallet และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการใช้งานของตน ซึ่งเป็นไปตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1989)

(2) ทศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการใช้บริการ e-Wallet กล่าวคือ หากผู้ให้บริการ e-Wallet ต้องการให้ผู้ให้บริการหันมาใช้บริการ e-Wallet แล้วนั้น ผู้ให้บริการควรคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวข้างต้น และนำมาพัฒนาบริการ เพื่อเป็นการเป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ให้บริการหันมาสนใจใช้บริการ e-Wallet เพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ Luarn and Lin (2005) และ Gu et al. (2009)

(3) ประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ส่งผลต่อการรับรู้ภัยคุกคาม กล่าวคือ หากผู้ใช้บริการ e-Wallet เคยมีประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคามทางเทคโนโลยีมาก่อนแล้ว จะช่วยให้สามารถรับรู้ถึงภัยคุกคามที่อาจจะเกิดขึ้น และหาวิธีการป้องกันเพื่อรับมือกับภัยคุกคาม เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ e-Wallet โดยเป็นไปตามผลการวิจัยของ Lee et al. (2016)

อย่างไรก็ตามจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ภัยคุกคาม และประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ที่ส่งผลต่อทศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กล่าวคือ ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยการรับรู้ภัยคุกคาม ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรง และปัจจัยประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ซึ่งสาเหตุอาจเกิดจาก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ลักษณะนิสัยของคนกลุ่ม Generation X และ Y มีความมั่นใจและเป็นตัวของตัวเองสูง รู้ว่าตนเองต้องการหรือไม่ต้องการอะไร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Liang (2016) เช่นเดียวกับการรับรู้ภัยคุกคาม ที่อาจมีสาเหตุมาจากลักษณะนิสัยของคนไทยที่มักจะละเลย ไม่คำนึงถึงภัยคุกคามทางด้านเทคโนโลยีที่เกิดขึ้น ซึ่งผลสำรวจของ Infoblox Inc. พบว่า ผู้ที่ใช้บริการซื้อสินค้าออนไลน์กว่า 17% ที่ละเลยต่อการปกป้องข้อมูลส่วนตัว (ไอที-วิทยาการ, 2562) และประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ที่อาจมีสาเหตุมาจากคนไทยส่วนใหญ่มักจะปฏิเสธหรือหลีกเลี่ยงความเป็นจริง เพื่อให้รู้สึกว่ามันเองนั้นไม่มีความเสี่ยงและมีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Hofstede (1984) ที่อ้างถึงในงานวิจัยของ สุธีรา เดชนครินทร์ และ สุทินี ฤกษ์ขำ (2558) จึงส่งผลให้ข้อมูลที่ได้ไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัยดังกล่าว

นอกจากนี้ยังพบว่า Generation X และ Y เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ของทศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แต่ Generation X และ Y ไม่เป็นตัวปรับค่าความสัมพันธ์ของทศนคติที่มีต่อการใช้ e-Wallet ผ่านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ภัยคุกคาม และประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม

6.2 ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

ผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) สามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ เพื่อประกอบการตัดสินใจและพัฒนาการให้บริการ รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคผ่านทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการมากยิ่งขึ้น ดังนี้

(1) สร้างการรับรู้ให้แก่ผู้ใช้บริการถึงความง่ายในการใช้งาน โดยแสดงให้เห็นว่าการใช้บริการ e-Wallet ไม่ต้องใช้ความพยายามในการเข้าถึง สามารถใช้บริการได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องใช้ความพยายาม สามารถใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และมีขั้นตอนวิธีการใช้งานที่ชัดเจน

(2) แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการจะได้รับจากการใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว รวมถึงสิทธิประโยชน์พิเศษที่จะได้รับจากการใช้บริการ เช่น ส่วนลด เป็นต้น นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มช่องทางการชำระเงิน และลดต้นทุนของการใช้เงินสด ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเงินสดมากยิ่งขึ้น เช่น ไม่ต้องเสียเวลานำเงินสดไปฝากเข้าบัญชีธนาคาร

(3) สร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการใช้บริการ e-Wallet โดยการทำให้ผู้ใช้บริการเห็นว่าการใช้บริการ e-Wallet เป็นประสบการณ์ที่ดี ทันสมัย น่าสนใจ รู้สึกชื่นชอบ และเหมาะสมจำเป็นที่จะต้องใช้บริการในชีวิตประจำวัน

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

เพื่อประโยชน์ในด้านการศึกษาและสร้างองค์ความรู้ใหม่ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

(1) ขอบเขตของงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาทัศนคติและการใช้บริการ e-Wallet ของกลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ารูปแบบการใช้ชีวิต (Life style) อาจจะแตกต่างออกไปจากกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งอาจมีอิทธิพลของปัจจัยอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจพิจารณาทำวิจัยที่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการ e-Wallet เพิ่มมากยิ่งขึ้น

(2) ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยการรับรู้ภัยคุกคาม และปัจจัยประสบการณ์ก่อนหน้าจากการเผชิญภัยคุกคาม ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น งานวิจัยครั้งต่อไปอาจพิจารณาทำวิจัยเพื่อหาสาเหตุเชิงลึกถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการใช้บริการ e-Wallet เพิ่มเติม รวมถึงปัจจัยที่ใช้สำหรับปรับค่าความสัมพันธ์ด้านทัศนคติการให้บริการ e-Wallet ด้วย

บรรณานุกรม

กระทรวงการคลัง. (2560). *โครงการ e-Payment ภาครัฐ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2562, จาก <http://www.epayment.go.th/home/app/project-4>.

กฤตโสภา ทิพย์ปัญญาวงศ์. (2559). *การศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จิณดา แก้วแทน. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี*. การค้นคว้าอิสระที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

จิรพร ศรีพลวัฒน์. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง*. การค้นคว้าอิสระที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุฑารัตน์ เกียรติศิริสมิ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ชยาภรณ์ กิตติสิทธิ์ชัย. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานระบบการชำระเงิน 2560. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annual_Report/AnnualReport/Payment_2017_T.pdf.
- วัชรกร ร่วมรักษ์. (2560). "Mobile Wallet" กระเป๋าเงินดิจิทัล ในยุคสังคมไร้เงินสด. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2562, จาก https://www.gsb.or.th/getattachment/85a5a736-11ff-4bc8-869e-95cb355395fa/11IN_hotissue_Mobile-Wallet_detail.aspx.
- สาริณี โชติวงศ์ชาคร. (2559). การแบ่ง Gen แต่ละยุคแต่ละสมัย. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม 2562, จาก <https://www.salineehot.com/การแบ่ง-gen-แต่ละยุคแต่ละส/>.
- สุธีรา เตชนครินทร์ และ สุธินี ฤกษ์ขำ. (2558). ผลกระทบของมิติทางวัฒนธรรมที่มีต่อระบบการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพสูง: การบูรณาการทบทวนวรรณกรรม. วิทยานิพนธ์ที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุพิชญา อาชาจรดา. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศในองค์กร. การค้นคว้าอิสระที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA). (2561). พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 61 (Thailand internet user profile 2018). สืบค้นเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2562, จาก https://www.etda.or.th/app/webroot/content_files/13/files/Slide_for_Stage.pdf.
- ไอที-วิทยาการ. (2562). สถิติภัยไซเบอร์ในรอบปี 2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2562, จาก <http://www.komchadluek.net/news/lifestyle/357528>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Albrechtsen, E. (2007). A qualitative study of users' view on information security. *Computer & Security*, 26, 276-289.
- Cha, J. (2011). Exploring the internet as a unique shopping channel to sell both real and virtual items: a comparison of factors affecting purchase intention and consumer characteristics. *Journal of Electronic Commerce Research*, 12(2), 115-132.
- Chen, Y., & Zahedi, F. M. (2016). Individuals' Internet Security Perceptions and Behaviors: Polycontextual Contrasts Between the United States and China. *MIS Quarterly*, 40, A1-A12.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Gu, J., Lee, S., & Suh, Y. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36, 11605-11616.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Newbury Park, CA: Sage.
- Ifinedo, P. (2012). Understanding information systems security policy compliance: An integration of the theory of planned behavior and the protection motivation theory. *Computer & Security*, 31, 83-95.

- Lee, C., Lee, C. C., Kim, S. (2016). Understanding information security stress: focusing on the type of information security compliance activity. *Computers & Security*, 1-25.
- Liang, C. (2016). Subjective Norms and Customer Adoption of Mobile Banking: Taiwan and Vietnam. *49th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, 1577-1585.
- Liang, H., & Xue, Y. (2010). Understanding Security Behaviors in Personal Computer Usage: A Threat Avoidance Perspective. *Journal of the Association for Information Systems*, 11(7), 394-413.
- Liébana-Cabanillas, F., Luna, I. R. d., & Montoro-Ríos, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: a comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 892-910.
- Liébana-Cabanillas, F., Muñoz-Leiva, F., & Sánchez-Fernández, J. (2015). Behavioral Model of Younger Users in M-Payment Systems. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 25(2), 169-190.
- Luarn, P., & Lin, H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computer in Human Behavior*, 21, 873-891.
- Safa, N. S., Solms, R. V., & Furnell, S. (2016). Information security policy compliance model in organizations. *Computer & Security*, 56, 70-82.
- Tsai, H. S., Jiang, M., Alhabash, S., LaRose, R., Nora J. Rifon, N. J., & Cotton, S. R. (2016). Understanding online safety behaviors: A protection motivation theory perspective. *Computers & Security*, 1-40.
- Yoon, C., Hwang, J., & Kim, R. (2012). Exploring Factor That Influence Students' Behaviors in Information Security. *Journal of Information Systems Education*, 23(4), 407-415.