

การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่าน
สมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช*
TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND RISK PERCEPTION
AFFECTING CONSUMERS' INTENTION OF PAYMENT BY SMART PHONE
IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

วิกานดา คชาทอง, เจษฎา นกน้อย*

Wikanda Kachatong, Chetsada Noknoi*

คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา ประเทศไทย

Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla, Thailand

*Corresponding author E-mail: chetsada@tsu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี ที่เคยใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน อาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 385 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 247 คน มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี 244 คน มีอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา 200 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี 238 คน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 204 คน เมื่อพิจารณาการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย อยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.55$) รองลงมา คือ ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพ ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านสังคม และด้านเวลา ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมของความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคได้ร้อยละ 42.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, การรับรู้ความเสี่ยง, ความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน

Abstract

This research aimed to: 1) Examine technology acceptance and perceived risk in smartphone payment among consumers in Nakhon Si Thammarat Province; and 2) Investigate the effects of technology acceptance and perceived risk on consumers' intention to make payments via smartphones



in Nakhon Si Thammarat Province. The sample consisted of 385 consumers aged 20 - 60 years who had previously used smartphone payment services and resided in Nakhon Si Thammarat Province. Convenience sampling was employed. Data were collected using an online questionnaire. The statistical methods used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results indicated that the majority of respondents were female (247 respondents), aged between 20 and 30 years (244 respondents), students (200 respondents), held a bachelor's degree (238 respondents), and had a monthly income of less than 10,000 baht (204 respondents). Regarding technology acceptance and perceived risk in smartphone payment, perceived usefulness was rated at a high level ($\bar{X} = 4.29$), followed by perceived ease of use. In terms of perceived risk, security risk was rated at the highest level ($\bar{X} = 3.55$), followed by financial, performance, privacy, social, and time risks, respectively. The results of the multiple regression analysis revealed that technology acceptance and perceived risk had a statistically significant effect on consumers' intention to make payments via smartphones at the 0.01 significance level. The model was able to explain 42.90% of the variance in consumers' intention to make smartphone payments, with statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Technology Acceptance, Risk Perception, Intention to Use Smartphone Payment

บทนำ

ปัจจุบันการชำระเงินออนไลน์ (Online Payment) อย่าง Internet Banking, Mobile Banking และ e-Wallet ได้กลายมาเป็นหนึ่งทางเลือกสำคัญในการชำระเงินของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล โดยแนวโน้มการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคไทยในปี 2566 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าน่าจะมีสัดส่วนแตะร้อยละ 95 ของปริมาณธุรกรรมทั้งหมด โดยมีปริมาณธุรกรรม 36,510 - 37,970 ล้านรายการ หรือเติบโตราวร้อยละ 40.0 - 45.6 จากปี 2565 ซึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนหลัก คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความคุ้นชินกับการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะการสแกน QR Code ผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการ การขยายขอบเขตการให้บริการชำระเงินในสินค้าและบริการที่หลากหลายและครอบคลุมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงการทำให้โปรโมชันของกลุ่มผู้ให้บริการ e-Wallet อย่างต่อเนื่อง และการสนับสนุนของภาครัฐจากนโยบายการพัฒนาระบบชำระเงิน ภายใต้กฎหมายใหม่ภาคการเงินของ ธปท. ที่น่าจะเข้ามาสร้างบรรยากาศการแข่งขันให้ดีขึ้นกว่าเดิม (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2566)

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นหน่วยงานหลักของประเทศที่มีหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา รวมทั้งผลักดันการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์หรือธุรกรรมออนไลน์ของประเทศให้เติบโตเพิ่มขึ้น ทั้งมูลค่าและปริมาณ ด้วยการจัดโครงสร้างพื้นฐานที่เรียกว่า Soft Infrastructure ที่สำคัญ ไม่ว่าจะเป็นกฎหมาย (Law) มาตรฐาน (Standard) ความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ (Cybersecurity) และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy) ที่จะได้เอื้ออำนวยให้การทำธุรกรรมออนไลน์นั้นได้มาตรฐาน มั่นคงปลอดภัย และน่าเชื่อถือ ซึ่งเมื่อมีสิ่งเหล่านี้แล้ว ผู้ที่ทำธุรกรรมก็จะเกิดความเชื่อมั่นและทำให้ธุรกรรมออนไลน์นั้นเติบโตไปได้ นอกจากนั้นแล้ว ETDA ยังส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SMEs หันมาใช้เครื่องมือออนไลน์ทำอีคอมเมิร์ซ พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อให้ตลาดออนไลน์ไทยเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2567) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการยอมรับและใช้งานระบบชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน โดยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) อธิบายว่าการรับรู้ถึง

ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Davis, F. D., 1989) ซึ่งสามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมการใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคไทยได้อย่างเหมาะสม

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีความรวดเร็วอาจทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในภาวะที่ขาดความชัดเจนในเรื่องกิจกรรมที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับบริการและแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ รวมไปถึงอาจขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอในการที่จะตัดสินใจที่จะดำเนินการ ประเด็นที่ผู้ทำธุรกรรมการเงินออนไลน์วิตกกังวลหรือเป็นปัญหามากที่สุดคือ ความไม่เชื่อมั่นในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของแพลตฟอร์ม และความกังวลเรื่องการถูกหลอกลวง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอาจก่อให้เกิดความไม่มั่นใจในการใช้งาน โดยเฉพาะความกังวลด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและการถูกหลอกลวง ซึ่งสะท้อนถึงการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค ปัจจัยด้านความเสี่ยง เช่น ความเสี่ยงในด้านของความปลอดภัย การเงิน เวลา ความเป็นส่วนตัว และประสิทธิภาพ ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J., 1997) และอาจลดความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีดังกล่าว

จากข้อมูลดังกล่าวมาทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้บริโภคมีการใช้สมาร์ตโฟนในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างแพร่หลาย ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนให้มีประสิทธิภาพ ลดขั้นตอนและเวลาในการทำธุรกรรม รวมถึงเสริมสร้างความเชื่อมั่นและลดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มการยอมรับเทคโนโลยีและความสามารถในการแข่งขันในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยมีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน อาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี การตัดกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีออกจากการศึกษา เนื่องจากยังไม่บรรลุนิติภาวะและขาดอิสระในการตัดสินใจทางการเงิน ขณะที่การตัดกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปีออก เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีและมีอัตราการใช้งานสมาร์ตโฟนเพื่อการชำระเงินค่อนข้างต่ำ ซึ่งอาจส่งผลต่อความคลาดเคลื่อนของผลการวิจัยได้

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน อาศัยอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี จำนวน 385 คน คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร จากสูตรของ (Cochran, W. G., 1977) และสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดและสามารถเข้าถึงได้ง่ายเป็นข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์ใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนโดยตรง (ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ, 2555)



เครื่องมือและวิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีความสอดคล้องกับนิยามเชิงปฏิบัติการในการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 ข้อ

โดยส่วนที่ 2 - 4 เป็นแบบสอบถามที่ใช้มาตรวัดแบบมาตราช่วง (Interval Scale) โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ 5 หมายถึง มากที่สุด, 4 หมายถึง มาก, 3 หมายถึง ปานกลาง, 2 หมายถึง น้อย, 1 หมายถึง น้อยที่สุด (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้เกณฑ์การแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ในการแปลความหมาย โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การประเมินผลของแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 5 ระดับโดยใช้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละตัวแปร ดังต่อไปนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543)

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

1. ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ตลอดจนความชัดเจนทางภาษา และนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน แต่ละท่านเชี่ยวชาญด้านการตลาด ด้านการบริหารธุรกิจ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency หรือ IOC) หากข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.50 ถือว่ามีความตรงเชิงเนื้อหาและสามารถนำมาใช้ต่อไป ซึ่งพบว่า ข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.67 ทุกข้อ ถือว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหาและนำมาใช้ได้

2. การตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยงตรง (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.82 ซึ่งมีค่าแอลฟามากกว่า 0.60 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (Cronbach, L. J., 1990)

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยส่งลิงค์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มออนไลน์ให้กับกลุ่มผู้บริโภคนในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เคยใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน โดยมีการคัดกรองคุณสมบัติเบื้องต้นก่อนตอบแบบสอบถาม มีอายุตั้งแต่ 20 - 60 ปี จำนวน 385 ชุด ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม - 30 พฤศจิกายน 2568 หลังจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด แล้วนำไปตรวจสอบความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถาม

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ในส่วนที่ 1 ถึงส่วนที่ 4
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ในการทดสอบสมมติฐาน โดยมุ่งศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรต้น ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 62.30 ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.90 มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 53 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนบ่อยที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การยอมรับเทคโนโลยี	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	4.29	0.65	มากที่สุด
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.26	0.67	มากที่สุด
รวม	4.28	0.62	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 จะพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.65) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การรับรู้ความเสี่ยง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านความปลอดภัย	3.55	1.06	มาก
ด้านการเงิน	3.20	1.06	ปานกลาง
ด้านเวลา	2.78	1.15	ปานกลาง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านความเป็นส่วนตัว	3.14	1.09	ปานกลาง
ด้านประสิทธิภาพ	3.16	0.99	ปานกลาง
ด้านสังคม	2.88	1.00	ปานกลาง
รวม	3.12	0.87	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 จะพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในภาพรวมอยู่ที่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 1.06) รองลงมา คือ ด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 1.06) ด้านประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.99) ด้านความเป็นส่วนตัว ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 1.09) ด้านสังคม ($\bar{X} = 2.88$, S.D. = 1.00) และด้านเวลา ($\bar{X} = 2.78$, S.D. = 1.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตัวแปร	b	SE	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.015	0.237		0.064	0.949
การยอมรับเทคโนโลยี	0.354	0.080	0.263	4.401	0.000*
การรับรู้ความเสี่ยง	0.565	0.078	0.432	7.216	0.000*

R = 0.655 R² = 0.429 Adj R² = 0.426 SEE = 0.668

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมของความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคได้ร้อยละ 42.90 (R² = 0.429) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.655 (R = 0.655) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ 0.66

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง และ การยอมรับเทคโนโลยี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานเท่ากับ 0.432 และ 0.263 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมการพยากรณ์ความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถเขียนในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้ ความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค = 0.015 (ค่าคงที่) + 0.565 (การรับรู้ความเสี่ยง) + 0.354 (การยอมรับเทคโนโลยี)

อภิปรายผล

การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงในการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความคิดเห็นในการยอมรับเทคโนโลยีในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ 1) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 2) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ เนื่องจากผู้บริโภครุ่นที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 20 - 30 ปี ทำให้

สามารถทำตามคำแนะนำในการใช้งานได้ง่ายเกี่ยวกับขั้นตอนการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ไม่ต้องใช้ความพยายามมากเท่าไรนัก ช่วยให้ชำระเงินได้รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌมทอง เผือกอ่อน และคณะ ได้ศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า มีความคิดเห็นในการยอมรับเทคโนโลยีในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ 1) ทักษะการใช้ระบบ 2) การรับรู้ประโยชน์ 3) ความตั้งใจในการใช้งาน และ 4) การรับรู้ความง่าย ตามลำดับ (ฌมทอง เผือกอ่อน และคณะ, 2567) สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาดา ไม้เงินงาม และสรวรยา ธรรมอภิพล ได้ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอชเอ็นเอ็กซ์ ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบน โทรศัพท์มือถือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ตามลำดับ ปัญหาและอุปสรรค การยอมรับเทคโนโลยี การให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการแสดงผลของหน้าจอ ระบบการใช้งานที่ซับซ้อน ความกังวลในระบบความปลอดภัยและความเสถียรของระบบการใช้งาน (วิชาดา ไม้เงินงาม และสรวรยา ธรรมอภิพล, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ นิยมมั่งมี ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง อิทธิพลของสังคม และทัศนคติที่มีต่อการรับใช้ ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย (อรวรรณ นิยมมั่งมี, 2562) ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีของ Davis, F. D. ได้อธิบาย ถึงรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Adoption Model: TAM) แนวคิดดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างมากในการนำมาใช้ในการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค รวมถึงยังสามารถอธิบายเหตุผลและอิทธิพลที่สำคัญนำไปสู่การใช้เทคโนโลยี (Davis, F. D., 1989) ได้กำหนดองค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคล ประกอบด้วย 2 องค์ ประกอบ คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่วนความคิดเห็นในการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ 1) ด้านความปลอดภัย 2) ด้านการเงิน 3) ด้านประสิทธิภาพ 4) ด้านความเป็นส่วนตัว 5) ด้านสังคม และ 6) ด้านเวลา จะเห็นได้ว่าความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนมีผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌมทอง เผือกอ่อน และคณะ ได้ศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ความเห็นในการรับรู้ความเสี่ยง ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ 1) ด้านความปลอดภัย 2) ด้านการเงิน 3) ด้านประสิทธิภาพ 4) ด้านจิตวิทยา 5) ด้านเวลา และ 6) ด้านสังคม มีเพียงด้านเวลาและด้านสังคมที่ต่างกัน อาจเป็นเพราะพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำแบบสอบถามดังกล่าว (ฌมทอง เผือกอ่อน และคณะ, 2567)

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้ร้อยละ 42.90 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรทั้งสองมีความเหมาะสมในการนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในบริบทพื้นที่ดังกล่าว เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรต้น พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนมากกว่าการยอมรับเทคโนโลยี สะท้อนให้เห็นว่า แม้ผู้บริโภคจะเห็นประโยชน์และความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยี แต่ประเด็นด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความตั้งใจในการใช้งาน ผลการวิจัยในประเด็นนี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่า การสร้างความเชื่อมั่นและการลดการรับรู้ความเสี่ยงเป็นเงื่อนไขสำคัญในการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน



สรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค ในจังหวัดนครศรีธรรมราช” พบข้อสำคัญที่สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยเชิงเงื่อนไขที่มีอิทธิพลสูงกว่าของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้น การพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนควรมุ่งเน้นทั้งการออกแบบระบบให้ง่ายต่อการใช้งานและเกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับความปลอดภัยของระบบและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มความตั้งใจในการใช้งานของผู้บริโภคในระยะยาว สำหรับข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้ ดังนี้ 1) ด้านการยอมรับเทคโนโลยี สามารถให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน สามารถทำตามคำแนะนำในการใช้งานได้ง่าย ช่วยลดขั้นตอนในการชำระเงิน โดยสามารถชำระได้รวดเร็วกว่าการชำระด้วยเงินสด และ 2) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ธนาคารควรให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน รักษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้การชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในการชำระเงินมากขึ้น และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้ 1) ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน เพื่อหาสาเหตุปัญหาการใช้บริการและนำข้อมูลไปปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพและเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้มากขึ้น และ 2) ควรขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษาให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบว่าการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อความตั้งใจชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- ถมทอง เพ็ญก้ออ่อน และคณะ. (2567). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์. วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 7(1), 35-46.
- ธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: แอคทีฟพริ้นท์.
- วิชาดา ไหมเงินงาม และสรวรรยา ธรรมอภิพล. (2021). พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเออร์แซนเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, 10(2), 63-69.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช.
- ศุภยวิชัยกสิกร. (2566). ชำระเงินออนไลน์...โตต่อเนื่อง เร่งต่อยอดธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 5 กรกฎาคม 2567 จาก <https://shorturl.asia/tg9Hj>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). e-Payment การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์. เรียกใช้เมื่อ 10 กรกฎาคม 2567 จาก <https://shorturl.asia/79Cfj>
- _____. (2567). บทบาทของการส่งเสริมและพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 22 มกราคม 2569 จาก <https://www.thailawpolitics.info/etda/>
- อรรธรณ นิมมมังมี. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing. (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS quarterly, 13(3), 319-340.
- Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (1997). Consumer behavior. Boston, MA: Houghton Mifflin.