



การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์  
และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี

The Electronic Payment Acceptance of Gen X and Gen Y in Nonthaburi

จิราภา พันธุ์โสรี

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

กรัณย์พัฒน์ อิมประเสริฐ

ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Jirapa phansoree

Student of the Master of Business Administration Program, Rajapuk University

E-Mail: the.jira.ph.333@gmail.com

Karanpat Imprasert

Director of the Master of Business Administration Program Rajapuk University

E-mail: kaimpr@rpu.ac.th

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย 3) เปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเจนเนอเรชั่น จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า(t-test) เพื่อเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลวิจัย ตามวัตถุประสงค์โดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็น กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เป็นอันดับแรก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว พบว่า ข้อที่ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในการใช้งานการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับแรก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความง่าย



ในการใช้งานประโยชน์ ในหัวข้อขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวก และ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว  
ในการใช้งานประโยชน์ ในหัวข้อขั้นตอนแอปพลิเคชันมีระบบรักษาความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** การยอมรับเทคโนโลยี เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ เจเนอเรชั่นวาย

### Abstract

The objectives of this research were 1) to study the opinion level of the Generation X electronic payment technology adoption level; 2) to study the opinion level of the Generation X electronic payment technology adoption level; 3) to compare Generation X and Generation Y electronic payment technology adoption in Nonthaburi Province by using questionnaires as a tool to collect data. A sample group of 400 people classified by generation was analyzed by using statistics, frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis was tested using the t-test to compare the two samples at the 0.05 level of statistical significance.

The results of research objectives showed that the sample group was the Generation X comprised of 202 people, which representing 50.50%, and the Generation Y comprised of 198 people, which representing 49.50%. It was found that the aspect of maintaining privacy and the feeling of trust in the use of electronic payments in use have the highest average first for Generation X and Generation Y In Nonthaburi when considering each item were at a high level. The hypothesis testing results revealed that the perception, ease of use and utilization, convenience, privacy and security in the adoption of electronic payment were statistically significant difference at the .05 level.

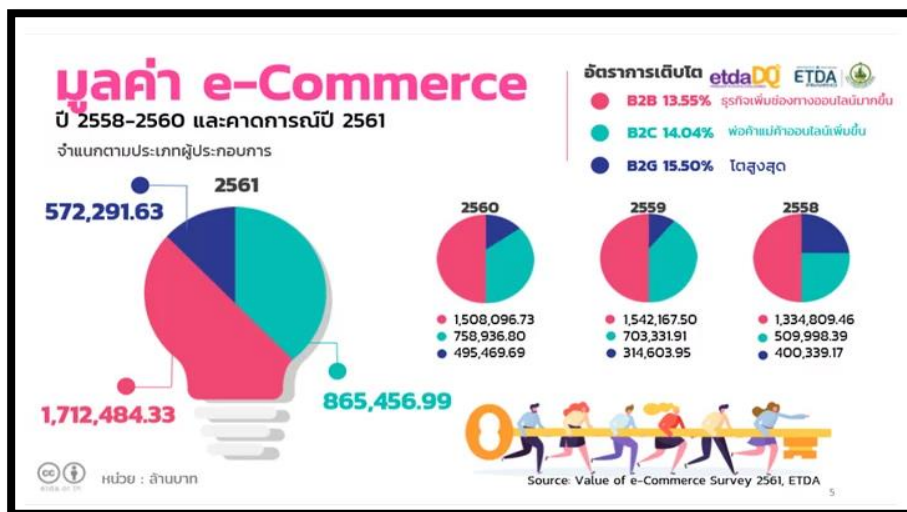
**Keywords:** technology adoption, Generation X, Generation Y

### บทนำ

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันทำให้ “ธุรกรรมทำอิเล็กทรอนิกส์” หรือ “ธุรกรรมออนไลน์” มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล การใช้งานกันอย่างแพร่หลาย

เชื่อมโยงกับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้บริการการซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์, 2560) ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้โดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายและเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ที่ถือเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของสังคมและเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงโดยเฉพาะในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสินค้าอุปโภคบริโภคและแฟชั่น (อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์, 2559)

ผู้ประกอบการจึงหันมาเพิ่มช่องทางการขายผ่านทางออนไลน์มากขึ้นเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปยังมีรูปแบบการทำธุรกิจที่กำลังเป็นที่นิยม คือ การทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Commerce: M-commerce) เป็นการทำธุรกรรมการเงินตามแนวคิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Application) ซึ่งเป็นโปรแกรมประยุกต์ประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อใช้งานบนโทรศัพท์มือถือ โดยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ทันสมัยง่ายต่อการใช้งาน เข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว และมีระบบชำระเงินที่ปลอดภัย (ศุภย์วิชัย กสิกรไทย, 2560)



ภาพที่ 1 ผลสำรวจมูลค่า e-Commerce ประจำปี 2558-2560 และคาดการณ์ปี 2561

ที่มา: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (2561)

ประเทศไทยมีแนวโน้มมูลค่า e-Commerce สูงถึง 3.2 ล้านล้านบาท โดยเฉพาะช่วงเทศกาลช้อปปิ้งออนไลน์ที่ผู้ประกอบการ e-Commerce จัดโปรโมชั่นต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการบางรายมียอดขายสูงถึง 1.44 พันล้านบาท ด้วยปริมาณการสั่งซื้อสินค้ากว่า 1.7 ล้านชิ้น ในระยะ 3 วัน โดยกลุ่มสินค้าที่นิยมได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภคของเด็ก เครื่องใช้ไฟฟ้า สมาร์ทโฟน เครื่องสำอางสกินแคร์ ซึ่งมีการซื้อสินค้า



ผ่าน Social Commerce สูง เพราะเป็นแพลตฟอร์มที่ซื้อขายคล่อง ทั้งยังลดช่องว่างระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย และเพิ่มอำนาจการต่อรองของลูกค้า ทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกมากขึ้น

จากการสำรวจการใช้งานเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มที่มีการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการบริโภคสินค้าและบริการมากที่สุด เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ ที่โตมาพร้อมกับเทคโนโลยีไม่ให้ความสำคัญกับการทำงานเพียงอย่างเดียว รองลงมาคือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ เป็นกลุ่มที่มีเวลาว่างมักจะไปทำกิจกรรมที่ชอบและทำให้ตนเองมีความสุข (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562) ทั้งนี้จากรายงานการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 จากผู้ตอบแบบสำรวจจำนวนทั้งสิ้น 10,730 คน พบว่า กลุ่มที่มีการใช้บริการในการชำระค่าสินค้า/บริการ/ค่าบัตรเครดิต มากที่สุด คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Gen Y) รองลงมาคือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Gen X) กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) และกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี (Gen Z) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 1 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

**ตารางที่ 1** ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรายเจนเนอเรชั่นเปรียบเทียบตามกิจกรรมการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต

กลุ่มเจนเนอเรชั่น	การชำระค่าสินค้า/ บริการ/ค่าบัตรเครดิต	การจองโรงแรม/ ที่พัก	การจอง/ ซื้อตั๋วโดยสาร
Gen Z	24.6	5.2	5.2
Gen X	54.7	25.2	23.4
Gen y	60.3	25.6	23.0
Baby Boomer	50.8	20.6	22.2

**ที่มา:** สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2562)

เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ หรือ Gen X คือกลุ่มที่เกิดในยุคที่มีความมั่งคั่งแล้วการดำเนินชีวิตจึงมีความสะดวกสบายและคอมพิวเตอร์เริ่มมีการพัฒนาในยุคนี้ เป็นเกิดในระหว่างปี พ.ศ.2508 - 2522 ปัจจุบันมีอายุประมาณ 41-55 ปี (Brosdahl and Carpenter's, 2011) กลุ่มวัยนี้จะไม่ค่อยมีจุดเด่นให้พูดถึงมากนักอาจเป็นเพราะ Gen X คือ ช่วงของวัยทำงานซึ่งอยู่ในวัยที่สามารถขึ้นสู่จุดสูงสุดของการทำงานและอาชีพ ทำให้ไม่ค่อยมีเวลาในด้านอื่น ๆ รวมทั้งการใช้จ่ายส่วนใหญ่หมดไปกับสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น สินค้าอุปโภคบริโภคมากกว่าสินค้าฟุ่มเฟือย จึงกลายเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อสูง และเจนเนอเรชั่นวาย หรือ Gen Y เป็นกลุ่มคนที่ถูกกล่าวถึงบ่อยที่สุดในยุคดิจิทัลเกิดในช่วง พ.ศ.2523-2540 โดยปัจจุบันมีอายุ



ประมาณ 20-40 ปี (Miller and Washington, 2012) คนกลุ่มนี้เป็นเป้าหมายหลักของนักการตลาดเพราะเป็นกลุ่มที่เป็นผู้บริโภคมากที่สุดในบรรดาทุกๆ Generations โดยมีความเชี่ยวชาญและสนใจในการใช้สื่อช่องทางใหม่ ๆ เช่น Social Media (Adipon, 2017)

ปัจจุบันประเทศไทยเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสดที่อำนวยความสะดวกมากขึ้น การชำระเงินด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์จึงเป็นก้าวสำคัญในการเปลี่ยนยุค จึงเกิดการแข่งขันสูงขึ้นทำให้คนไทยมีทางเลือกในการใช้บริการชำระเงิน พบว่า การเติบโตของ e-Money สูงขึ้นเป็น 48,685 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) จากการขยายตัวดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ผู้คนต่างยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ตามรูปแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model - TAM) (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989)

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการนำไปวางแผนการดำเนินงาน การสร้างกลยุทธ์ให้กับธุรกิจเพื่อให้สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามกลุ่มเจนเนอเรชั่น (อายุ)

### วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้



## 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนกลุ่มเงินเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเงินเนอเรชั่นวายที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งสิ้น 686,273 คน แบ่งเป็นกลุ่มเงินเนอเรชั่นเอ็กซ์ซึ่งเป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2508 - 2522 (Brosdahl and Carpenter's, 2011) ณ ปัจจุบันมีอายุระหว่าง 41 - 55 ปี จำนวน 311,710 คน และกลุ่มเงินเนอเรชั่นวาย เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523 - 2540 (Miller and Washington, 2012) ณ ปัจจุบันมีอายุระหว่าง 20 - 40 ปี จำนวน 374,563 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2563)

### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรคำนวณตามหลักของ Yamane (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ สุภมาส อังศุชิ และ อัจฉรา ชานิประศาสน์, 2555: 267)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1+(N(e)^2)}$$

กำหนดให้

$n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = ประชากร

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ .05

จากการคำนวณจากสูตรขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ คือ 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น แบบสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ไปยังกลุ่มเงินเนอเรชั่นเอ็กซ์ และกลุ่มเงินเนอเรชั่นวาย

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดขึ้นตามข้อมูลและทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องหรือวรรณกรรมที่เคยมีผู้ศึกษาไว้แล้ว โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยจังหวัดที่อยู่อาศัย และเงินเนอเรชั่น (อายุ) โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิดที่ใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal) และมาตราวัดจัดลำดับ (Ordinal)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงิน ประกอบด้วย 6 ด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน



- ทักษะการที่มีต่อการใช้งาน
- ความตั้งใจในการใช้
- การใช้งานจริง
- การรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน

ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบ Likert Scale และใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) แบ่งคำตอบออกเป็น 5 ระดับ โดยมี หลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- |   |                                    |
|---|------------------------------------|
| 5 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด  |
| 4 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก        |
| 3 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง    |
| 2 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย       |
| 1 | หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบตามข้อเสนอแนะ

#### 2.1 การแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้นสำหรับการแปลผลข้อมูลของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ด้วยการคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้นโดยมีสูตรคำนวณและคำอธิบาย สำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้

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

กำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย ได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

- |             |  |
|-------------|--|
| 4.21 - 5.00 | หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด  |
| 3.41 - 4.20 | หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นมาก        |
| 2.61 - 3.40 | หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นปานกลาง    |
| 1.81 - 2.60 | หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นน้อย       |
| 1.00 - 1.80 | หมายความว่า มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด |



### 3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากการสร้างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบโครงสร้างและความเที่ยงตรงของเนื้อหา

2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจและมีข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องสมบูรณ์และครอบคลุมเนื้อหามากยิ่งขึ้น

3. นำแบบสอบถามไปหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้

การทดสอบความตรง (Validity) เป็นการตรวจสอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นว่ามีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยในระดับใด โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเป็นผู้ตรวจสอบโดยพิจารณา (Item-Objective Congruence: IOC) แล้วหาค่าเฉลี่ย โดยผู้เชี่ยวชาญจะให้คะแนนประเมินคำถามแต่ละข้อด้วยคะแนน 3 ระดับ ซึ่งใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้คือ

ให้คะแนน +1 แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

ให้คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

ให้คะแนน -1 แน่ใจว่าคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

จากนั้นนำค่าคะแนนของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อมารวมกัน เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) โดยนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ หาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) มีค่า IOC = 0.95 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pre-test) เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาเรียบร้อยแล้วไปทดสอบหาความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) Cronbach, 1990) มีเกณฑ์ความเชื่อมั่นของคำถาม = 0.83 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธี ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามช่วงอายุและที่พักอาศัยในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้ศึกษาทำการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ก่อนให้ทำแบบสอบถาม





2. ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทุกฉบับที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และเลือกใช้แบบสอบถามเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดนนทบุรี

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแล้วไปลงรหัสและบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติต่อไป

#### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดนนทบุรี โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และรอจนกระทั่งตอบคำถามครบถ้วน เพื่อเก็บแบบสอบถามคืน ซึ่งในระหว่างนั้นหากผู้ตอบมีข้อสงสัยเกี่ยวกับคำถาม ผู้วิจัยจะตอบข้อสงสัยนั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจกับผู้ตอบแบบสอบถามให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถาม พร้อมทั้งชี้แจงว่าข้อมูลที่สอบถามจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม เพื่อให้ผู้ตอบมีความสบายใจในการตอบแบบสอบถาม

2. การประมวลผลข้อมูลหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผล ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

2.1 นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาลงรหัสคะแนนตามที่ได้กำหนดไว้พร้อมทั้งใส่หมายเลขให้กับแบบสอบถามทุกฉบับ

2.2 นำข้อมูลที่ได้ลงรหัสแล้วไปกรอกในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2.3 ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ

#### 6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

##### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างใช้การแจกแจงหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

##### 2. สถิติเชิงอนุมานหรือสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic)

การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามเจนเนอเรชั่น(อายุ) โดยการวิเคราะห์สถิติทดสอบที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



## ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเจนเนอเรชัน (อายุ) กลุ่มตัวอย่างมีอายุอยู่ระหว่าง 41-55 ปี (Gen X) จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 และ มีอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ในภาพรวม ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และสุดท้ายด้านการใช้งานจริงตามลำดับ สรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวกสบายในการชำระเงินอย่างมาก อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

2.2 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาพบว่า มีระดับความสำคัญเกี่ยวกับขั้นตอนการชำระเงินมีความเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

2.3 ด้านทัศนคติในการใช้งาน ในภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่า มีระดับความสำคัญในหัวข้อท่านรู้สึกมีความปลอดภัยในการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

2.4 ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาพบว่า มีระดับความสำคัญข้อที่ท่านจะเลือกใช้บริการในการชำระเงินสินค้าหรือบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างแรก อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

2.5 ด้านการใช้งานจริงในภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า มีระดับความสำคัญข้อที่ท่านซื้อหรือบริการผ่านช่องทางการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เมื่อมีโอกาสอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

2.6 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า มีระดับความสำคัญข้อที่ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในการใช้งานการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก

3. เปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชันวายในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ในภาพรวม ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่ม เจนเนอเรชันเอ็กซ์และเจนเนอเรชัน



เรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี พบว่าเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่แตกต่างกัน ให้ระดับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ไม่ต่างกัน

3.1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่ม เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี พบว่าเจเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน ให้ระดับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ไม่ต่างกัน

3.2 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานประโยชน์ พบว่าในหัวข้อขั้นตอนการชำระเงินมีความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน พบว่าเจเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน ให้ระดับการทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ไม่ต่างกัน

3.4 ด้านความตั้งใจในการทำงานประโยชน์ พบว่าเจเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน ให้ระดับการความตั้งใจในการทำงาน ไม่ต่างกัน

3.5 ด้านการใช้งานจริงประโยชน์ พบว่าเจเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน ให้ระดับการ การใช้งานจริง ไม่ต่างกัน

3.6 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งานประโยชน์ พบว่าเจเนอเรชั่นที่แตกต่างกัน ให้ระดับ ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน พบว่าในหัวข้อขั้นตอนแอปพลิเคชันมีระบบรักษาความปลอดภัยต่อผู้ใช้งาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

## อภิปรายผล

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ในภาพรวม ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และสุดท้ายด้านการใช้งานจริงตามลำดับ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวกสบายในการชำระเงินอย่างมาก อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิวัฒน์ ชันธเขตต์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย พบว่า การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ถือเป็นระบบงานทางเทคโนโลยีประเภทหนึ่งที่กำลังเข้ามามีบทบาทและส่งผลอย่างมาก ต่อระบบเศรษฐกิจ ในระดับมาก



2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาพบว่า มีระดับความสำคัญเกี่ยวกับขั้นตอนการชำระเงินมีความเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษมาภาณูณ์ หมะเด และคณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้รหัสคิวอาร์ของประชาชน ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตระหนักว่า QR Code Payment ใช้งานได้ง่ายและมีประโยชน์ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ อยู่ในระดับมาก

3. ด้านทัศนคติในการใช้งาน ในภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาพบว่า มีระดับความสำคัญในหัวข้อท่านรู้สึกมีความปลอดภัยในการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ooi and Tan (2016) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ: สำรวจในผู้ใช้บัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟน ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน พบว่า ความง่ายในการใช้งานและความตั้งใจใช้งานบัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟน อยู่ในระดับมาก

4. ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาพบว่า มีระดับความสำคัญที่ท่านจะเลือกใช้บริการในการชำระเงินสินค้าหรือบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างแรก อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุษมาภาณูณ์ หมะเด และ คณะ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้รหัสคิวอาร์ของประชาชน ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า การยอมรับการใช้รหัสคิวอาร์ ด้านความง่ายในการใช้งาน มีระดับการยอมรับการใช้รหัสคิวอาร์สูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความตั้งใจในการเลือกใช้แอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก

5. ด้านการใช้งานจริงในภาพรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า มีระดับความสำคัญท่านซื้อหรือบริการผ่านช่องทางการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เมื่อมีโอกาสอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lu and Su (2009) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจในการใช้งานเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์ทางโทรศัพท์ พบว่า ด้านความสนุกสนานในการใช้งานและความมีประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน ในภาพรวมมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า มีระดับความสำคัญข้อที่ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในการใช้งานการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติดี พจน์สมพงษ์ (2563) วิจัยเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ใช้งานในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีความคิดเห็นอยู่



ในระดับมาก ในเรื่องมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าอย่างปลอดภัย มีการแจ้งนโยบายความเป็นส่วนตัวที่ชัดเจน และมีการเปิดเผยข้อมูลความลับของลูกค้าเพื่อในการทำธุรกรรมทางการค้าให้สำเร็จ

7. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน กับด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ให้ระดับที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติต พจน์สมพงษ์ (2563) วิจัยเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ใช้งานในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ที่ต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการศึกษาเรื่องเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในจังหวัดนนทบุรี ดังนี้

1.1 ด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ผู้ให้บริการควรมีช่องทางในการช่วยเหลือลูกค้า บริเวณหน้าจอแสดงผลของระบบ และโฆษณาประชาสัมพันธ์ความหลากหลายของช่องทางการสอบถาม ข้อมูลให้ลูกค้าได้รับรู้ ถึงการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

1.2 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ผู้ให้บริการควรปรับปรุงแบบในการชำระเงินให้ สอดคล้องกับสภาวะปัจจุบันหรือวิถีชีวิตใหม่ ที่ไม่เน้นการใช้จ่ายด้วยเงินสด

1.3 ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ผู้ให้บริการควรแสดงออกถึงความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

1.4 ด้านความตั้งใจในการใช้ ผู้ให้บริการควรพัฒนาระบบธุรกรรม การชำระเงินที่มีความ เข้าใจง่าย รวดเร็วและชัดเจน

1.5 ด้านการใช้งานจริง ผู้ให้บริการควรเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการชำระเงิน ด้วยการ สนับสนุนให้มีผู้ใช้บริการมีช่องทางชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว

1.6 ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน ผู้ให้บริการควรมีนโยบายเกี่ยวกับการจัดเก็บ ข้อมูลของการทำธุรกรรมอย่างปลอดภัย บุคคลที่ 3 ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลธุรกรรมได้ก่อนได้รับอนุญาต



### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตประชากรกลุ่มตัวอย่างไปจังหวัดอื่นเพื่อจะได้ศึกษาตลาดได้อย่างเข้าถึงและพัฒนาระบบให้มีปลอดภัยในการทำงาน
2. ในการพัฒนางานวิจัย ในอนาคตผู้วิจัยเห็นว่า ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้แง่มุมในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ส่วนด้านปัจจัยหรือตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย สามารถทำการวิจัยเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการชำระเงินมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). **สถิติสำหรับงานวิจัย** พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักงานพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กীরิตติ พจน์สมพงษ์. (2563). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้ใช้งานในจังหวัดสมุทรสาคร**. การค้นคว้าอิสระ, หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). **รายงานระบบการชำระเงิน 2559-2560**. ค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS\\_Annually\\_Report/AnnualReport/Payment\\_2016\\_T.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/AnnualReport/Payment_2016_T.pdf).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). **รายงานการชำระเงิน 2561**. ค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS\\_Annually\\_Report/AnnualReport/Payment\\_2018\\_T.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/AnnualReport/Payment_2018_T.pdf).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). **ธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน**. ค้นเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx>.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ สุภมาส อังคฺุชิ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2555). **สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS**. กรุงเทพฯ: เจริญดีมีนคังการพิมพ์.
- วิวัฒน์ ชันชเขตต์. (2562) **การยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย**. คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.



- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). ระบบชำระเงินดิจิทัลตัวช่วย SME ทำเงิน. ค้นเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSME%20Knowledge/%20article/KSMEAnalysis/Documents/DigitalPayment\\_SME-Helper.pdf](https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSME%20Knowledge/%20article/KSMEAnalysis/Documents/DigitalPayment_SME-Helper.pdf).
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2560). ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตและมูลค่าอีคอมเมิร์ซโชว์ความพร้อมไทยก้าวขึ้นเป็นเจ้าอีคอมเมิร์ซอาเซียน. ค้นเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-in-thailand-2017l-press-conference.html>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2561). ผลสำรวจมูลค่า e-Commerce ประจำปี 2558-2560 และ ค า ต า ก า ร ณ์ ปี 2561. ค้น เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.etda.or.th/th/about-etda/etda-project/etda-annual-report.aspx>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561. ค้น เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ ภาค และ จังหวัด ปี พ.ศ.2562. ค้น เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563, จาก [.http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx](http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx)
- อดิพล เอื้อจรัสพันธุ์. (2559). พฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเงินเนอเรชั่นเอ็กซ์ และเงินเนอเรชั่นวาย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 6(1) มกราคม – มิถุนายน 2561: 59-65.
- อุษมากาญจน์ หมะเด และคณะ. (2562). การยอมรับการใช้รหัสคิวอาร์ของประชาชนในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารรังสิตสารสนเทศ, 24(2) กรกฎาคม – ธันวาคม 2561: 24-51.
- Adipon E. (2017). *Generation Y's Behaviors in Using Media: A case study of Bangkok Metropolitan Region Thailand*. Retrieved on June 14, 2020, from [http://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/mediasia2017/MediAsia2017\\_38283.pdf](http://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/mediasia2017/MediAsia2017_38283.pdf).
- Brosdahl, D. J., & Carpenter, J. M. (2011). *Shopping orientations of US males: A generational cohort comparison*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, (18): 548-554.
- Cronbach, Lee. J. (1990). *Essentials of Psychology Testing*. 5<sup>th</sup> ed. New York: Harper Collins Publishers Inc.



- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). *User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models*. **Management Science**, 35(8): 982–1003.
- Lu, H-P., Su, Y-J.P. (2009). *Factors Affecting Purchase Intention on Mobile Shopping Website*. **Internet Research**, 19(4): 442-458.
- Miller, K. R., Ve Washington, K. (2011). **Consumer Behavior**. Richard K. Miller & Associates.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W. H. (2016). *Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card*. **Journal of Expert Systems with Applications**, 59: 33–46.