

การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของ  
ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Technology Acceptance and Attitude to True money wallet Application of  
Generation X Consumers' in Bangkok Metropolis

อนิตา วาดวงศ์  
Anita Wadwong

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อทัศนคติการให้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากกลุ่มประชากร Generation X คือผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2508-2522 ที่มีอายุระหว่าง 41-55 ปี ที่เป็นผู้ใช้งาน Application True money wallet ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อทัศนคติของการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยด้านความตั้งใจใช้งาน จะส่งผลให้ทัศนคติของการใช้บริการโดยรวมเพิ่มมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ตามลำดับ

**คำสำคัญ:** การยอมรับเทคโนโลยี, ทัศนคติต่อการใช้บริการ, ทฤษฎีนี้วอลเล็ท

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อสภาพสังคมมากขึ้น ในเรื่องของการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถใช้งานได้อย่างแพร่หลาย สะดวกสบายและมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำลง ประกอบกับความนิยมใช้สมาร์ทโฟนที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมการชำระค่าสินค้าและบริการ โดยหัน

มาใช้บริการผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้สังคมไทยถูกผลักดันให้ก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ส่งผลให้เกิดการแข่งขันของผู้ให้บริการหลายรายในธุรกิจ E-Wallet เช่น Rabbit Line Pay, Samsung Pay, Air Pay, Blue Pay Wallet เป็นต้น รวมถึงธุรกิจแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ หรือ Application True money wallet โดยเทคโนโลยีนี้สามารถนำมาใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน รวมถึงการใช้งานในส่วนอื่นๆ เช่น ทำธุรกรรมทางการเงินได้ ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายบิล ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเน็ต ค่าโทรศัพท์มือถือ และยังเป็นตัวช่วยด้านไลฟ์สไตล์ การช้อปปิ้งต่างๆ โอนเงินให้ร้านค้า สั่งอาหาร สั่งของจากซูเปอร์มาร์เก็ตมาส่งถึงบ้าน จ่ายค่าคูปอง ฟังเพลง ก็สามารถทำได้สะดวก

ในการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ นั้น กลุ่ม Generation X จะมีปัญหาด้านความคิดเห็นที่มีต่อเทคโนโลยีโดยอาจจะขาดความรู้และขาดทักษะการเรียนรู้เทคโนโลยีสารสนเทศ จึงยากที่จะติดตามความก้าวหน้าได้ทัน การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในผู้บริโภคในกลุ่ม Generation X นั้นยังไม่คุ้นเคยกับการใช้งานและไม่เข้าใจถึงการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุด เนื่องจาก Application True money wallet ยังเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่และดูยุ่งยากสำหรับผู้บริโภคในกลุ่ม Generation X ทำให้ผู้บริโภคในกลุ่ม Generation X นั้นยังไม่มีความตั้งใจที่จะใช้งาน ไม่มีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีและประสบการณ์น้อย อีกทั้งเทคโนโลยียังมีความก้าวหน้าเร็วมากทำให้ผู้บริโภคในกลุ่ม Generation X ที่ยังล่าช้ายังคงต้องปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการนำผลวิจัยไปใช้ในการประกอบการและได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อทัศนคติการให้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร

## นิยามศัพท์

1. การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การที่กลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation X ในเขตกรุงเทพมหานครทำความเข้าใจเทคโนโลยี Application True money wallet และตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยี Application True money wallet และนำเทคโนโลยี Application True money wallet มาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

2. ทักษะคติ หมายถึง ความรู้สึกและเป็นความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อ Application True money wallet ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้กลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งจะแสดงปฏิกิริยาการตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น เป็นความรู้สึกในด้านบวกหรือลบของแต่ละบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการแสดงพฤติกรรมโดยตรง

3. Application True money wallet หมายถึง โปรแกรมที่ใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน และใช้ชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านทาง Application True money wallet บนสมาร์ตโฟน สำหรับอำนวยความสะดวกให้กับกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภครุ่น Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีดังต่อไปนี้

ตัวแปรต้น ประกอบด้วย (1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ และ (2) การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และความตั้งใจใช้งาน อ้างอิงจากทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะคติ ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านความรู้ องค์ประกอบด้านความรู้สึกและองค์ประกอบด้านพฤติกรรม Zimbardo and Ebbesson (1970)

ขอบเขตด้านประชากร: ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มประชากร Generation X คือผู้ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2508-2522 ที่มีอายุระหว่าง 41-55 ปี ที่เป็นผู้ใช้งาน Application True money wallet ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนมากหรือมีจำนวนไม่แน่นอน จึงไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้

ขอบเขตด้านระยะเวลา: ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลบริเวณที่ศึกษาตั้งแต่ เดือน สิงหาคม ถึง กันยายน พ.ศ. 2563 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

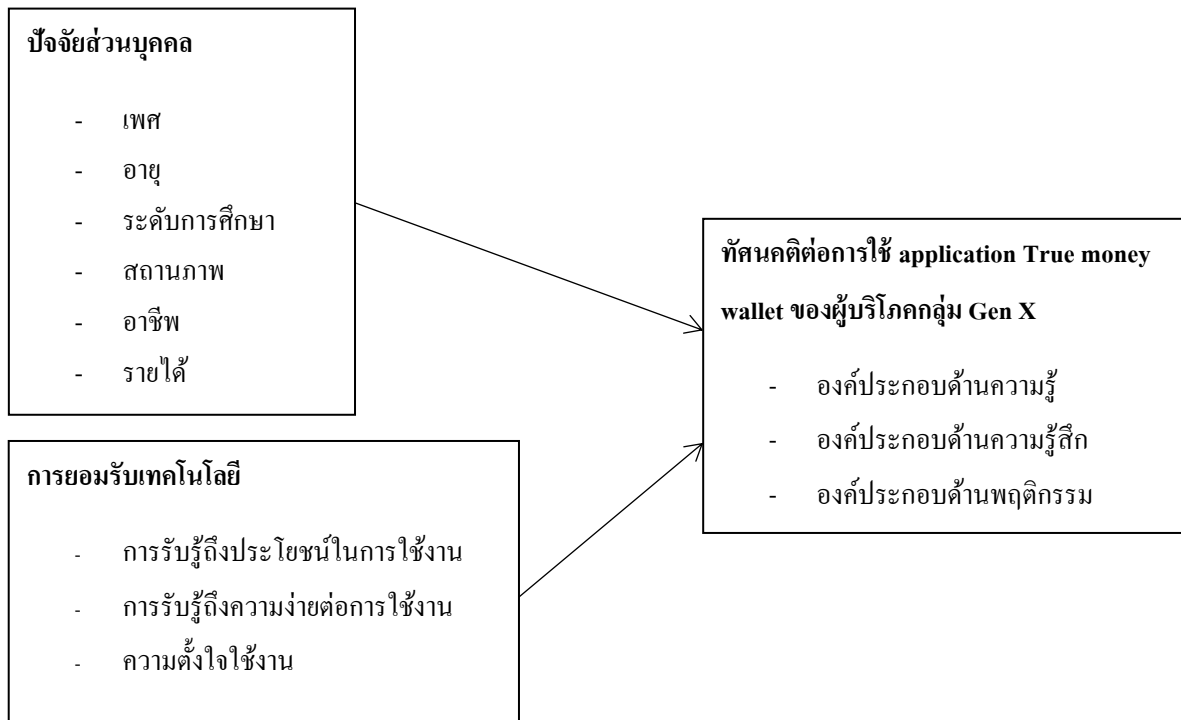
**การยอมรับเทคโนโลยี** ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ ทักษะและความต้องการใช้งานเทคโนโลยี ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี หรือ Technological Acceptance Model (TAM) เป็นทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในการนำมาใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีนำเสนอโดย Davis (1989) ซึ่งเป็นการประยุกต์มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล หรือ Theory of Reasoned Action (TRA) โดย Fishbein and Ajzen (1975) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ประโยชน์ 2) การรับรู้ความง่ายต่อการใช้ และ 3) ความตั้งใจใช้งาน

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ** ทัศนคติ เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคมและการสื่อสารและมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย Schiffman และ Kanuk (2000) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ชูชัย สมิทธิกร (2561) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อผู้คนที่อยู่รอบข้าง การประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคล วัตถุ สถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งบ่งชี้ว่าเป็นสิ่งที่พอใจหรือไม่พอใจ ชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย รู้สึกเฉย ๆ เป็นต้นเชื่อมระหว่างความรู้และพฤติกรรม จากความหมายของทัศนคติดังกล่าว Schermerhorn (2000) ได้เสนอแนวคิดว่า องค์ประกอบของทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) 2) องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) และ 3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Component) จากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน พบว่า ความเชื่อและความรู้สึกมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ซึ่งองค์ประกอบแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน กล่าวคือ หากบุคคลมีความเชื่อที่ดี ย่อมเกิดความรู้สึกที่ดีและแสดงพฤติกรรมตอบสนองที่ดี แต่หากบุคคลมีความเชื่อที่ไม่ดี ย่อมเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีและแสดงพฤติกรรมตอบสนองที่ไม่ดีได้

## สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการ application True money wallet แตกต่างกันของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการผ่าน application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ตาราง 1 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	F	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	1.257	0.582	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	0.213	0.808	ไม่แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	0.548	0.578	ไม่แตกต่างกัน
สถานภาพ	3.263	0.039*	แตกต่างกัน
อาชีพ	1.369	0.244	ไม่แตกต่างกัน
รายได้	1.391	0.236	ไม่แตกต่างกัน

จากตาราง 1 เป็นการเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้บริการตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X พบว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน ขณะที่ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ที่มีสถานภาพและรายได้แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้บริการ True money wallet แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงได้เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ตามตาราง 2

**ตารางที่ 2** การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	Mean	โสด	สมรส / อยู่ด้วยกัน	หย่าร้าง / หม้าย
		3.970	3.931	4.126
โสด	3.970	-	0.039	-0.156*
สมรส / อยู่ด้วยกัน	3.931		-	-0.195*
หย่าร้าง / หม้าย	4.126			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดและสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการด้านองค์ประกอบด้านความรู้น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย เท่ากับ 0.156 และ 0.195 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน 2: การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการผ่าน application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis ดังแสดงผลในตาราง 3

**ตาราง 3** การวิเคราะห์สมการถดถอยของการยอมรับเทคโนโลยีต่อทัศนคติของการใช้บริการผ่าน application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวพยากรณ์	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	2.639		13.598	0.000*
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	0.073	0.091	1.986	0.048*
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	0.086	0.132	2.845	0.005*
ความตั้งใจใช้งาน	0.193	0.371	8.031	0.000*

$R^2 = 0.183, F = 29.602, Sig. = 0.000*$

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีสามารถทำนายค่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการใช้บริการได้เท่ากับร้อยละ 18.3 ( $R^2 = 0.183$ ) และสมการวิเคราะห์การถดถอยพหุนี้ องค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีอย่างน้อย 1 ตัวมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ขององค์ประกอบทั้ง 3 ตัว พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสมการนำไปเขียนเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

$$\hat{Y}_T = 2.639 + 0.073X_1 + 0.086X_2 + 0.193X_3$$

จากสมการ สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการผ่าน Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และความตั้งใจใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้บริการของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และความตั้งใจใช้งาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ทัศนคติต่อการใช้งานเพิ่มขึ้น 0.073 , 0.086 และ 0.193 ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยให้ตัวแปรอื่นๆ คงที่

### อภิปรายผลการวิจัย

**สภาพทั่วไปของการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร**

ผลการศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุอยู่ในช่วง 41 – 45 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001 – 40,000 บาท เนื่องจากเพศชายเป็นเพศที่ให้ความสนใจในเรื่องของเทคโนโลยีสมัยใหม่มากกว่าเพศหญิง จึงสนใจและพร้อมที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานด้าน social network, ความบันเทิง และมัลติมีเดีย รวมไปถึงการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรญาดา สุวรรณโณ (2561) ที่พบว่าเพศหญิงซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุ 20 – 37 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท เป็นเพศที่ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก เพราะช่วยให้ประหยัดเวลา เนื่องจากมีกิจกรรมชีวิตประจำวันให้ทำมากมาย จึงทำให้การทำธุรกรรมทางออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้นในชีวิตประจำวัน ซึ่ง TrueMoney Wallet ได้เข้ามาตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์การทำธุรกรรมทางออนไลน์ การจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้าและบริการ ทดแทนการใช้เงินสดได้ในบางกรณี และด้วยปัจจัยทางด้านรายได้ที่มากขึ้นเนื่องจากเป็นช่วงที่มีหน้าที่การงานมั่นคง มีรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น เพศชายยังเป็นเพศที่สนใจในการเรียนรู้และยอมรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้มองหาแพลตฟอร์มที่สามารถอำนวยความสะดวกสบาย ครอบคลุมการใช้จ่ายเงินประจำวัน และสามารถตอบโจทยได้กับทุกไลฟ์สไตล์

ผลจากการศึกษาข้อมูลเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และความตั้งใจใช้งาน อยู่ในระดับมากเช่นกัน เนื่องจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้พฤติกรรมของคนเปลี่ยนจากสังคมออฟไลน์มาสู่สังคมออนไลน์อย่างเต็มตัว ทั้งการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต

บัตรเครดิต หรือกระทั่งกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet) อย่าง True money wallet ที่ทำให้ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์และรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน สามารถใช้จ่ายแทนเงินสดได้ทุกที่ ทุกเวลา ทั้งใช้ซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อหรือออนไลน์ รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทรูมันนี่และเว็บไซต์ ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสาริก คิลปาภินันท์ (2561) ที่พบว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ส่วนใหญ่มีการยอมรับเทคโนโลยีที่เข้ามาในชีวิต แต่จะไม่ชอบความยุ่งยาก และไม่ต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการเข้าใจและเรียนรู้ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ด้วยความง่ายต่อการใช้งาน เป็นระบบที่มีการทำงานไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X มีการปรับตัวและยอมรับในการใช้งาน True money wallet ได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ Camarero, Antón & Rodríguez (2013) ที่กล่าวว่า การยอมรับและตั้งใจใช้เทคโนโลยีใหม่ของบุคคลเกิดจากบุคคลรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยีใหม่โดยบุคคลสามารถเรียนรู้การใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ด้วยตนเอง ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเองจึงทำให้ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X หันมาใช้ True money wallet มากขึ้น

องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ของทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด อาจเนื่องมาจาก ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X รู้สึกว่าการใช้งาน True money wallet ทำให้ชีวิตมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการทำหลายกิจกรรมผ่านทางออนไลน์ได้โดยไม่ต้องไปธนาคารหรือไปสถานที่ใดที่ต้องการจะซื้อสินค้าหรือบริการ จึงทำให้เกิดการแสดงออกด้วยพฤติกรรมต่างๆ ที่บ่งบอกว่าเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schermerhorn (2000) ที่กล่าวว่า การแสดงออกของบุคคลต่อบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด โดยมาจากความรู้สึกเฉพาะเจาะจงของบุคคล อิงจากความเชื่อและความรู้สึก เป็นความพร้อมหรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติหรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทิศทางที่จะสนับสนุนหรือคัดค้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของบุคคลที่ได้จากการประเมินผลที่แสดงออกมาจะสอดคล้องกับความรู้สึกที่มีอยู่ โดยคาดว่าผู้บริโภคกลุ่ม Gen X มีประสบการณ์การใช้บริการ Application True money wallet แล้วทำให้รู้สึกว่าการใช้ชีวิตมีความสะดวกสบายมากขึ้น ประกอบกับพฤติกรรมเปลี่ยนเข้าสู่สังคมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้นิยมการใช้งานทุกอย่างผ่านระบบออนไลน์ เช่น การซื้อของ บ้านเช่า หรือแม้แต่การใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถวางแผนจัดการทางการเงินของตนเอง และสามารถตอบโต้ภัยได้กับทุกไลฟ์สไตล์ เมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติเชิงบวกก็จะสนับสนุนให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่ดีต่อการใช้บริการ Application True money wallet อย่างต่อเนื่องต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ ณรงค์ชัย (2563) ที่พบว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกในการประเมินผลลักษณะออร์แกนิกสำหรับดูแลผิวพรรณและเส้นผมของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อบ่งชี้ว่าเป็นสิ่งที่พอใจหรือไม่พอใจ อันเป็นตัวเชื่อมระหว่างความรู้และพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ จะเห็นได้ว่าทัศนคติเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน เพราะเมื่อใช้งานแล้วผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและประทับใจจนเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน จึงทำให้ผู้บริโภคแสดง



ออกมาทางพฤติกรรมการใช้งาน ไม่ว่าจะเป็ความตั้งใจใช้งาน ความรู้สึกที่ดีเมื่อใช้งานแล้วจนำไปสู่การบอกต่อไปยังผู้อื่น ทำให้ผู้บริ โภคอื่นเข้ามาใช้งานเพิ่มขึ้น

### **การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริ โภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร**

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้บริการ โดยรวมที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะทัศนคติโดยรวมของผู้บริ โภคต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายอย่างในการทำธุรกรรมออนไลน์ เช่น ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล จำนวนเงิน เป็นต้น ประกอบกับสภาพสังคมที่เร่งรีบในปัจจุบัน ดังนั้น การใช้บริการทางการเงินผ่าน Application True money wallet จึงช่วยให้เกิดความสะดวกสบายในชีวิตเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้บริ โภคสามารถจัดการและบริหารการเงินของตนเองหรือครอบครัว ได้ จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ดังนั้น การบริหารการเงินของตนเองจึงเป็สิ่งสำคัญ ซึ่ง True money wallet สามารถช่วยผู้บริ โภคได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนันท์ธิดา ทองดี (2561) ที่พบว่า ผู้บริ โภคที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทรูมันนี่วอลเล็ตไม่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า True money wallet เป็นแอปพลิเคชันที่สร้างความสะดวกสบายและลดเวลาในการต้องเดินทางไปทำธุรกรรมให้แก่ผู้บริ โภค จึงทำให้ผู้บริ โภคมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน เพราะผู้บริ โภครู้สึกเชื่อมั่นและสามารถใช้งานได้อย่างง่าย สะดวก และปลอดภัย จึงทำให้ผู้บริ โภคแสดงออกมาในด้านพฤติกรรมด้วยการใช้งานเป็นประจำอย่างต่อเนื่องและมีการบอกต่อหรือแนะนำไปยังบุคคลอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้บริ โภคที่มีสถานภาพโสดและอยู่ในวัยกลางคนที่ต้องมีการบริหารจัดการการเงินของตนเองเพื่อความมั่นคงในอนาคต ซึ่ง True money wallet จะช่วยให้ผู้บริ โภคสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ และทำให้ผู้บริ โภคสามารถวางแผนทางการเงินได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชูชัย สมิทธิกร (2561) ที่กล่าวว่าความเชื่อและความรู้สึกมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ซึ่งองค์ประกอบแต่ละด้านมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน กล่าวคือ หากบุคคลมีความเชื่อที่ดี ย่อมเกิดความรู้สึกที่ดีและแสดงพฤติกรรมตอบสนองที่ดี แต่หากบุคคลมีความเชื่อที่ไม่ดี ย่อมเกิดความรู้สึกที่ไม่ดีและแสดงพฤติกรรมตอบสนองที่ไม่ดีได้

### **การทดสอบสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริ โภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร**

จากการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริ โภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริ โภคกลุ่ม Gen X อาจเป็นเพราะว่าการมีเทคโนโลยีใหม่เข้ามาในชีวิตของผู้บริ โภคกลุ่ม Gen X ทำให้ต้องมีการปรับตัวและเกิดการเรียนรู้ให้พร้อมใช้งาน แต่ในบางครั้งเทคโนโลยีก็อาจสร้างความรู้สึกกังวลให้เกิดขึ้น เพราะทุกอย่างเป็ระบบออนไลน์ไม่สามารถจับต้องได้และเป็เรื่องเกี่ยวกับเงิน จึงทำให้การยอมรับเทคโนโลยีและเปิดใจในการเรียนรู้ถึงประโยชน์และความง่ายของเทคโนโลยีลดน้อยลงไปด้วย แต่ True money wallet เป็แอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายและสามารถเรียนรู้ได้ด้วย

ตนเอง จึงทำให้ผู้บริโภคกลุ่ม Gen X เกิดทัศนคติที่ดีและตัดสินใจใช้ True money wallet ในการชำระเงินหรือทำธุรกรรมเพื่อตอบโต้ของตนเองและตรงกับไลฟ์สไตล์ที่ต้องการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนภรณ์ แสงโชติ (2561) ที่กล่าวว่า ระบบต้องมีการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานตามหลักสากล เข้าใจง่าย สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และต้องให้บริการด้วยความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำพาลูกค้าไปยังธุรกรรมเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว เมื่อผู้ใช้บริการใช้งานแล้วและได้รับประสบการณ์ที่ดีก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีในการใช้งานและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งเห็นได้จากการที่ทัศนคติด้านองค์ประกอบด้านพฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการรู้สึกคุ้มค่าและได้รับประสบการณ์ที่ดี พร้อมทั้งจะใช้งาน จึงทำให้ผู้บริโภคแสดงออกมาด้วยพฤติกรรมต่างๆ เช่น การบอกต่อ การแนะนำผู้อื่น และการใช้งานในทุกครั้งที่ต้องการทำธุรกรรมหรือซื้อสินค้า เป็นต้น เมื่อได้รับคำแนะนำหรือการบอกต่อก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาใช้งานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสุนัน คงธงชัย (2562) ที่พบว่า แรงจูงใจในการแชร์มีอิทธิพลทางบวกต่อทัศนคติต่อร้านค้าแพลตฟอร์มขนาดย่อมผู้ประกอบการไทย กล่าวคือ ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการแชร์จากการที่ประทับใจในสินค้าหรือบริการของร้านค้าแพลตฟอร์มผู้ประกอบการไทย ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคต่อร้านค้าแพลตฟอร์มผู้ประกอบการไทย

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และด้านความตั้งใจใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการ Application True money wallet พยายามสร้างความเข้าใจในการให้บริการให้แก่ผู้บริโภค โดยการพัฒนาให้แอปพลิเคชันมีความง่าย ไม่มีขั้นตอนยุ่งยากสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง รวมถึงนำเสนอบริการหลากหลายให้เข้าถึงทุกการใช้ภายในชีวิตประจำวันของผู้คน พร้อมมอบความคุ้มค่าด้วยโปร โมชันและสิทธิประโยชน์ให้กับผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานโดยเฉพาะกลุ่ม Gen X หรือผู้สูงอายุขึ้นไปเกิดความรู้สึกและทัศนคติที่ดีและยอมรับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่โดยเฉพาะด้านเกี่ยวกับการเงิน การขยายฐานพันธมิตรร้านค้ารายใหญ่และรายย่อยให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยมาตรฐานสากลและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยคำนึงถึงผู้บริโภคทุกช่วงวัย ทำให้ผู้บริโภคตระหนักได้ถึงความสะดวกง่าย น่าเชื่อถือ และปลอดภัยในการใช้งาน ระบบมีความเสถียรและสามารถตอบโต้ผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อแอปพลิเคชันในการใช้งานอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ เพราะการทำธุรกรรมและ/หรือซื้อสินค้านั้นมีตลอดทั้งวันและทุกเวลา

2. จากการศึกษาพบว่า ทัศนคติด้านองค์ประกอบด้านพฤติกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ต่อการให้บริการ Application True money wallet ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการควรรักษาระดับทัศนคติด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคให้ดีและมีการพัฒนาให้เพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างให้เกิดความประทับใจรวมถึง

ความพึงพอใจที่ได้จากการใช้งาน เพราะเมื่อผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการก็จะแสดงออกมาโดยการใช้งานอย่างตั้งใจและต่อเนื่อง ซึ่งผู้ประกอบการแอปพลิเคชันต้องให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้งาน ระบบที่เสถียร มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญ มาตรการ และเทคโนโลยีต่างๆ ที่ช่วยดูแลให้ทุกๆ การทำธุรกรรมทางการเงินของกลุ่มผู้บริโภคมีความปลอดภัยอย่างไร้กังวลในทุกครั้งที่มีการเข้าใช้งาน เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการให้มากขึ้น เพราะผู้บริโภคมักจะแสดงออกมาเมื่อเกิดความชอบหรือพึงพอใจในการใช้บริการด้วยการใช้งานซ้ำและ/หรือบอกต่อไปยังผู้อื่น รวมถึงให้คำแนะนำและความช่วยเหลืออย่างรวดเร็วในกรณีที่เกิดปัญหาจากการใช้งาน เพิ่มความหลากหลายในการให้บริการ รวมถึงมีร้านค้าให้ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าเพื่อเป็นตัวเลือกที่มากขึ้นให้กับผู้บริโภค เพื่อเป็นทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application True money wallet แทนการใช้เงินสด สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลดีต่อการเพิ่มจำนวนฐานลูกค้าในการใช้บริการให้มากขึ้นและนำไปสู่ความสำเร็จได้ในอนาคต

3. จากการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการ Application True money wallet ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งทางด้านความรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจใช้งาน โดยการสร้างการยอมรับเทคโนโลยีให้แก่ผู้บริโภคโดยเฉพาะกลุ่ม Gen X ให้เข้าใจและยอมรับเทคโนโลยีใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการเงินที่สามารถใช้จ่ายแทนเงินสดได้ทุกที่ ทุกเวลา ทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน True money wallet บนโทรศัพท์เคลื่อนที่แทนการพกพาเงินสด ผู้ประกอบการจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจและวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้าในแต่ละช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่ม Gen X ขึ้นไป เพื่อกำหนดแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่คำนึงถึงประโยชน์ความสะดวกในการใช้งาน ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องถือเงินสด และไม่มีค่าธรรมเนียมในการให้บริการในการใช้บริการต่อครั้งซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคยอมรับและตัดสินใจใช้งาน การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินจะต้องง่าย ไม่ยุ่งยาก มีความน่าสนใจ และมีขั้นตอนที่สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว ระบบแอปพลิเคชันทันสมัยอยู่เสมอ และสามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ เช่น ไทยทิคเก็ตเมเจอร์ เอสเอฟซีนิมา พิตเนส รถไฟฟ้า เป็นต้น เพื่อให้มีช่องทางที่หลากหลายและครอบคลุมทุกกิจกรรมในการตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของคน รวมถึงการสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและธนาคาร เช่น กระทรวงการคลัง ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เป็นต้น ในการจัดการรณรงค์และส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับและสร้างทัศนคติที่ดีต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันเพื่อรองรับกับไลฟ์สไตล์การใช้จ่ายยุคสังคมไร้เงินสดที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันไม่ใช่เป็นเรื่องที่น่ากลัวอีกต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- ชนิดาภา ขำระหงส์. (2562). *นวัตกรรมการบริการที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันที่จอดรถ (Car Parking) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิรญาดา สุวรรณโณ. (2561). *พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชัน เอโมบายของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสตูล (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. สงขลา: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ธนภัทร จอมแก้ว และชุติมาวดี ทองจีน. (2559). อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ Google ในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจราชชมงคลพระนคร และการนำเสนอผลงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- ฉกาชาติ สุขเพชร. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสนามฝึกซ้อมกอล์ฟ ออล สตาร์ กอล์ฟ คอมเพล็กซ์. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชูชัย สมितिไกร. (2562). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริฉัตร ทิพย์ไพศาลกุล. (2557). *การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านเซเว่น อีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- Bettman, R. J. & Park, C. W. (1980). Effects of prior knowledge and experience and phase of the choice process on consumer decision processes. *Journal of Consumer Research*, 7(3): 234-248.
- Blackwell, R., D'Souza, C., Taghian, M., Miniard, P., & Engel, J. (2007). *Consumer Behavior: An Asia Pacific approach*. Australia: Thomson.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. (3<sup>rd</sup> ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Holbrook, M. B., & Corfman, K. P. (1985). *Quality and value in the consumption experience: Phaldrus rides again*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. (10<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle Creek, NJ: Prentice-Hall.
- Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behavior*. (9<sup>th</sup> ed). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.