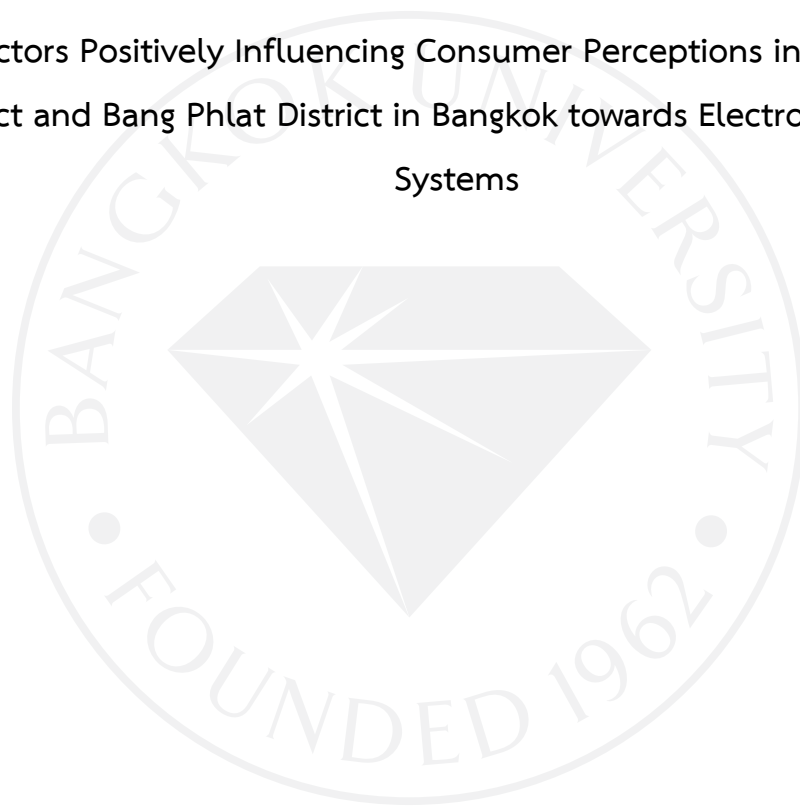


ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี และเขตบางพลัด  
ในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

Factors Positively Influencing Consumer Perceptions in Thonburi  
District and Bang Phlat District in Bangkok towards Electronic Payment  
Systems



ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี และเขตบางพลัด ในกรุงเทพมหานคร  
ต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2559



© 2560

พีรินทร์ ฉัตรภรณ์วิเชียร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานครต่อระบบ  
ชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

ผู้วิจัย พรีนธร ฉัตรภรณ์วิเชียร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

[Redacted Signature]

(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์)

ผู้เชี่ยวชาญ

[Redacted Signature]

(ดร.นิตนา ฐานิตนกร)

[Redacted Signature]

(ดร.คันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 16 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2560

พีรันทร์ ฉัตรภรณ์วิเชียร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, ธันวาคม 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี และเขตบางพลัด ในกรุงเทพมหานคร ต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (65 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้แก่ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านควบคุม ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 250 ชุด จากผู้ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในเขตธนบุรีและเขตบางพลัด ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนสิงหาคม ถึง เดือนตุลาคม 2560 จากผู้ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์กรุงเทพมหานคร และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานองค์กรเอกชน รายได้ 10,000 – 20,000 บาท เคยใช้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของทรูมันนี่ วอลเลท (true money wallet) ส่วนใหญ่รู้จักหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของของทรูมันนี่ วอลเลท (true money wallet) มีการชำระเงินในรูปแบบเงินสดมากที่สุด ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการบริการทางด้านซื้อสินค้าออนไลน์ และใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยประมาณ 0-1,000 บาทต่อครั้ง และพบว่า มีเพียง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ( $\beta = 0.355$ ) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ( $\beta = 0.225$ ) ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ( $\beta = 0.204$ ) ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ( $\beta = 0.150$ ) และปัจจัยด้านการควบคุม ( $\beta = 0.134$ ) ที่มีอิทธิพลผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ร้อยละ 63.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นนักการตลาด หรือผู้ประกอบการให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ รัฐบาลพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งผลให้ต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์และปัจจัยด้านควบคุม เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคได้

คำสำคัญ: เงินอิเล็กทรอนิกส์, ความไว้วางใจ, ความเชื่อมั่นตนเอง, อิทธิพลทางสังคม

Phiranthon, C. M.B.A., December 2016 , Graduate School, Bangkok University.  
Factors Positively Influencing Consumer Perceptions in Thonburi District and Bang  
Phlat District in Bangkok towards Electronic Payment Systems (65 pp.)  
Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

## ABSTRACT

The research was designed to study the positive impact of factors influencing consumer perception on electronic payment systems, which were self-efficacy, security, social influence, convenience, equipment, risk, trust, and control. The total of 250 survey questionnaire were collected during August to October 2017 from e-payment systems' users in Thonburi District and Bang Phlat District in Bangkok. The researcher found that majority of sample respondents who answered the questionnaire were females aged 21 – 30 years old, single, with education in bachelor degree and average income from 10,000 – 20,000 baht per month. They used the electronic payment of true money wallet because they knew about it and heard about it but the way of payments that they used most often was cash. Also, the consumers used e-money for online shopping and paid using e-money at around 0-1,000 baht per time. The data were analyzed using multiple regression analysis. The finding were revealed that only trust ( $\beta = 0.355$ ), self- efficacy ( $\beta = 0.225$ ), convenience ( $\beta = 0.204$ ), equipment ( $\beta = 0.150$ ), and control ( $\beta = 0.134$ ) explaining 63.9% of the positive influence towards consumer perception on electronic payment systems at the significant level of .01. So, marketers and entrepreneurs of service electronic payment or government that develop strategies for electronic payment should consider the factors of self-efficacy, security, social influence, convenience, equipment, risk, trust, and control. to generate awareness of consumer electronic payment systems.

*Keywords: Electronic money , trust, self-efficacy, social influence*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากหน่วยงาน องค์กร รวมถึงบุคคลต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ดร.เพ็ญจิรา คันธวงค์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษารวมถึงถ่ายทอดวิชาความรู้ ประสบการณ์ และให้กำลังใจในการทำงานมาโดยตลอด อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้วิจัยส่งผลงานเข้าร่วมงานประชุมวิชาการระดับชาติ เพื่อมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือ และเพื่อให้ผู้วิจัยได้เพิ่มพูนประสบการณ์มากขึ้น

นางสาวนิตยา ชันติวงษ์ ผู้จัดการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเทิดไท่ 21

นางสาวพิมพ์พร จันทร์ ผู้จัดการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาตลาดน้อย

นายวิโรจน์ หมั่นทอง ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขาท่าช้าง เพชรบุรี ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์พิจารณาข้อคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

คุณพ่อ คุณแม่ และ เพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในการทำงานวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จด้วยดี

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความกรุณา สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการศึกษาวิจัยนี้

คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษา หากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

พีรภัทร ฉัตรภรณ์วิเชียร

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	13
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	13
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.2 สมมติฐานการวิจัย	17
2.3 กรอบแนวคิด	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 การออกแบบงานวิจัย	19
3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง	19
3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย	20
3.4 ความเชื่อมั่น และความตรงของเนื้อหา	21
3.5 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	27
4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร	27
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน	30
4.4 ผลการวิเคราะห์อื่น	33
4.5 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	34



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 การอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม	36
5.2 การอภิปรายผล	37
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	41
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	42
บรรณานุกรม	43
ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย	47
ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม	53
บรรณานุกรม (เฉพาะ Form to Expert)	64
ประวัติผู้เขียน	65
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ Truemoney wallet	8
ตารางที่ 1.2: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ AIS mPay	9
ตารางที่ 1.3: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ Dtac Jaew Wallet	10
ตารางที่ 1.4: วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคเงินอิเล็กทรอนิกส์	11
ตารางที่ 3.1: แสดงสัดส่วนข้อมูลของจำนวนตัวอย่างในแต่ละเขต	19
ตารางที่ 3.2: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)	22
ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 250	23
ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient)	28
ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)	30
ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ	31

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ภาพประกอบเนื้อหา True Wallet	2
ภาพที่ 1.2: ภาพประกอบเนื้อหา AIS mPay	3
ภาพที่ 1.3: ภาพประกอบเนื้อหา Dtac Jaew Wallet	4
ภาพที่ 1.4: สัดส่วนการใช้จ่ายระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment)	5
ภาพที่ 1.5: คนไทยกับการใช้ e-payment	6
ภาพที่ 1.6: เป้าหมายปริมาณการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	7
ภาพที่ 2.3: กรอบแนวความคิด	18
ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวความคิดของการวิจัย	29



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคดิจิทัลที่มีการนำเทคโนโลยีทางด้านอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการ แทนเงินสดและแทนบัตรเครดิต เรียกว่า เงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Money (E-Money) ซึ่งในงานวิจัยนี้ จะมีความหมายเดียวกับ ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง มูลค่าเงินที่บันทึกในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้าแก่ผู้ให้บริการ e-Money และสามารถชำระค่าสินค้าบริการได้ตามร้านค้าที่รับชำระ ซึ่งทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสด และไม่เสียเวลารอเงินทอน ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเลือกเติมเงินผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เติมเงินกับร้านค้าที่มีสัญลักษณ์เติมเงิน ทำรายการผ่านตู้ ATM หรือผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ หรือผ่านระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือบัญชีธนาคารหรือบัตรเครดิตของผู้ใช้บริการที่ได้ผูกบัญชีไว้ และผู้ให้บริการ e-Money จะบันทึกมูลค่าของเงินที่เติมลงในบัตร โดยผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบการเติมเงินได้จากใบเสร็จรับเงิน หรือ SMS บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ e-mail ซึ่งในปัจจุบันเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้ชำระได้หลายรูปแบบ เช่น บัตรโดยสารรถไฟฟ้า กระเป๋าเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ บัญชีเงินสดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับการซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน, 2555)

สำหรับประเทศไทยมีหลายค่ายในการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งแต่ละค่ายนั้นมีการให้บริการที่ใกล้เคียงกัน แต่ก็ยังมีข้อแตกต่างอยู่บ้าง ได้แก่ True money wallet, AIS mPay, Rabbit Line Pay, Paypal และ Dtac Jaew Wallet โดยนักวิจัยได้เลือก 3 ราย ได้แก่ True money wallet, AIS mPay, และ Dtac Jaew Wallet มาทำการวิจัยสำหรับเก็บข้อมูลการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง 3 รายที่เลือกนั้น เนื่องจากในปัจจุบัน True Money มีผู้ใช้บริการ Wallet เป็นประจำที่ 800,000 ราย คาดว่าตัวเลขนี้จะเพิ่มขึ้นเป็น 2 ล้านรายภายในสิ้นปีนี้ (blognone, 2559) และมีวิธีการสมัครหรือใช้งานดังนี้

ภาพที่ 1.1: ภาพประกอบเนื้อหา True Wallet



ที่มา: truemoney. (2558). TrueMoney Wallet. สืบค้นจาก  
<http://www.truemoney.com/wallet/>

โดยผู้ใช้บริการสามารถลงทะเบียนกับ WeCard หรือ สมัครผ่านแอปพลิเคชัน และสามารถผูกกับบัญชีธนาคารก็สามารถถอนเงิน โอนเงิน ซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้ โดยไม่ต้องพกบัตรเครดิต สามารถจ่ายเงินด้วยการ Scan & Pay ได้อย่างสะดวกเหมือนยก Counter มาอยู่ในสมาร์ตโฟน ซึ่งสามารถเติมเงินผ่านร้านค้าหรือผ่านธนาคารได้ และถอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร คุณสามารถถอนเงินได้จากทั้งในแอปพลิเคชัน และในเว็บไซต์ โดยกดที่เมนูโอนเงิน โดยการถอนเงินจะมีค่าธรรมเนียม 15 บาท สามารถถอนเงินจาก Wallet ไปยังบัญชีธนาคารได้ทุกบัญชี ซึ่ง True Wallet ให้บริการแบบ E-Payment ที่ครบถ้วนใกล้เคียงกับบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์โดย AIS mPay อีกทั้ง True Wallet เป็นผู้ให้บริการที่จ่ายได้ทั้งค่าน้ำ ค่าไฟ ซื้อของในเกมและในร้านค้าออนไลน์ เติมเงินในเกมและเติมเงินในโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงซื้อตั๋วหนังได้ด้วย ซึ่งการทำรายการหลาย ๆ รายการไม่คิดค่าธรรมเนียม ตลอดจนมี Visual Credit Card ให้ผู้ใช้ True Wallet ได้ใช้ซื้อสินค้าและสามารถผูกกับบัญชี PayPal ได้เช่นกัน

ส่วนบริการของ AIS mPay ในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 1.4 ล้านราย จากเดิม 1.2 ล้านรายในปีที่ผ่านมา โดยบริษัทตั้งเป้าเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการเป็น 1.5 ล้าน (ไทยรัฐออนไลน์, 2558)

ภาพที่ 1.2: ภาพประกอบเนื้อหา AIS mpay



ที่มา: AIS. (2558). AIS mPay. สืบค้นจาก <http://www.ais.co.th/mpay/Default.html>

ทั้งนี้ AIS mPay นั้นเหมาะกับกลุ่มคนที่ทำ E-commerce เพราะรองรับบัญชี 9 ธนาคารสำหรับลูกค้าที่โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร อีกทั้ง ร้านค้ายังได้รับเงินได้เร็วภายใน 1 วันทำการ และถ้าผู้ใช้รายใดของ AIS mPay ต้องการส่งโฆษณาลง Facebook ก็สามารถใช้ AIS mPay จ่ายค่าโฆษณานั้นๆ ได้ด้วย ซึ่ง AIS mPay จะให้ความสะดวกสำหรับคนที่ใช้ Samsung Galaxy อีกด้วย เพราะสามารถใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไปแตะและชำระค่าสินค้า หรือใช้สำหรับการเข้าออกรถไฟฟ้า BTS และร้านอาหารที่รับบัตร Mastercard ได้ทุกที่ทั่วโลก และยกระดับความปลอดภัยให้ผู้ใช้บริการด้วย Mastercard Secure Code โดยให้ยืนยันตัวตนด้วย SMS OTP แจ้งเตือนทุกครั้งที่มีรายการ ซึ่งทุกข้อมูลใน AIS mPAY Mastercard นั้นจะถูกเก็บเป็นความลับ ไม่ต้องกลัวว่าถูกแฮ็คข้อมูล และทุก ๆ ครั้งที่ทำรายการจะได้รับ SMS ยืนยันการทำรายการ และสามารถตรวจสอบรายการย้อนหลังได้ ผ่าน mPAY App และ mPAY Online

และในส่วนของบริการ Dtac Jaew Wallet มีผู้ใช้บริการอยู่ราว 2 แสนไอดี (ID-Identification) แบ่งเป็นผู้ใช้ Paysbuy ราว 1.5 แสนไอดี และที่เหลือคือผู้สมัครใช้บริการ Jaew Wallet (brandinside, 2560

ภาพที่ 1.3: ภาพประกอบเนื้อหา Dtac Jaew Wallet



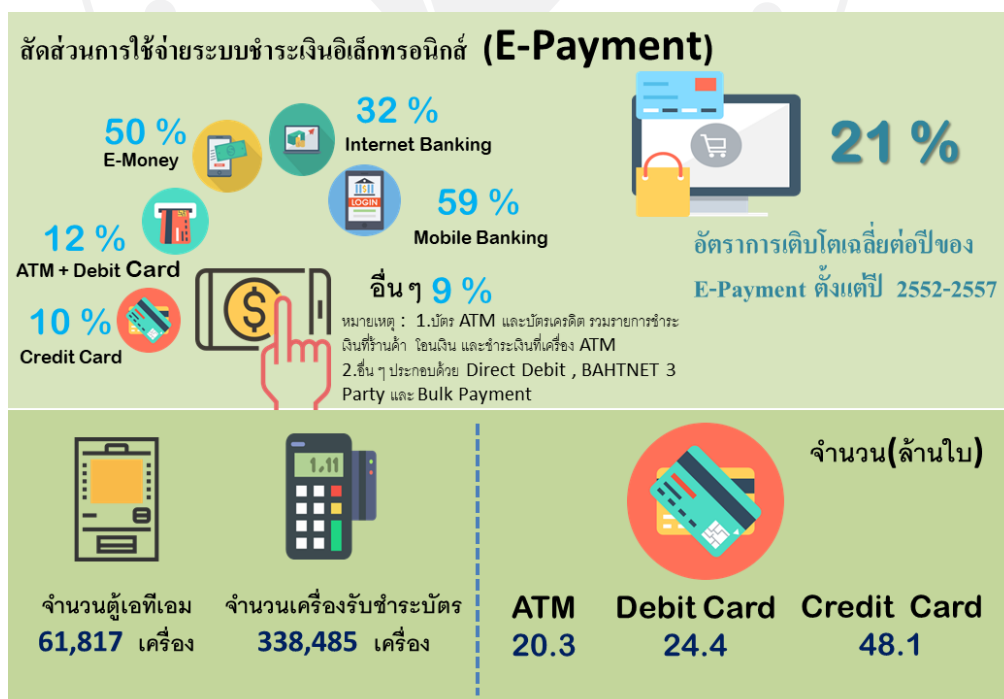
ที่มา: Jaew Wallet. (2558). *Jaew Wallet*. Retrieved from <http://www.jaew.co.th/>

และทางด้าน Dtac ได้ปรับกลยุทธ์ “แจ๋ว” เป็น e-Wallet / Online Payment เต็มตัว ให้บริการจ่ายใบแจ้งหนี้ของเครือข่ายโทรศัพท์ของดีแทค ไม่คิดค่าธรรมเนียม รับเงินคืน 5% และสามารถจ่ายผ่านบัตรเครดิตได้ อีกทั้ง บริการของ Jaew Wallet คือ โอนเงิน, จ่ายบิล, เต็มเงิน, เต็มเกม, แจ้งเดือนชำระเงิน สำหรับร้านค้าออนไลน์เพื่อชำระค่าสินค้าได้ตามกำหนด ซึ่ง Jaew Wallet Application ป้องกันข้อมูลด้วยระบบ SSL ซึ่งมาตรฐานความปลอดภัย ทางการเงินระดับสากล เช่นเดียวกับธนาคาร และในปี 2015 เป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่ผู้ให้บริการ Mobile Payment จากต่างค่ายมารวมมือกันให้บริการ โอนเงินข้ามค่ายด้วยเบอร์โทรศัพท์ โดย mPay จาก AIS, Jaew Wallet จาก dtac และ Wallet by TrueMoney เพียงแค่ผู้ต้องการโอนเงินรู้เบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ก็สามารถโอนเงินให้กันได้ สูงสุดครั้งละไม่เกิน 10,000 บาท คิดค่าธรรมเนียม 5 บาทต่อครั้ง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากการใช้จ่ายผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ Mobile Payment มีมากขึ้น โดยการสำรวจของ มาสเตอร์การ์ด ระบุว่า คนไทย 58.8% เคยใช้จ่ายผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างน้อย 1 ครั้งในปี 2557 ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า e-Commerce และ Mobile Payment มีการใช้งานจริง และคาดว่าจะการใช้งานจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต และความร่วมมือครั้งนี้ทั้ง 3 รายนี้ยืนยันตรงกันว่า การแข่งกับพฤติกรรมผู้บริโภคให้เปลี่ยนมาใช้ เงินอิเล็กทรอนิกส์ แทน เงินสด จากปัจจุบันมีผู้ใช้งานประมาณ 1-2 ล้านรายเป็นประจำทุกเดือน แต่บริการโอนเงินผ่านเบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ อาจจะยังไม่เป็นที่นิยมพอ เพราะสำหรับคนที่เคยใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ในการจ่ายค่าสาธารณูปโภค ค่าโทรศัพท์ มักจะมีการจ่ายผ่านบัตรเครดิต อยู่แล้ว สำหรับการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของทั้ง True money wallet, AIS mPay, และ Dtac

Jaew Wallet แล้วอาจจะเป็นบริการใหม่สำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บัตรเครดิตมาก่อน แต่ถ้าสำหรับผู้ที่ใช้บัตรเครดิตมาก่อนนั้น ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 3 รายควรจะให้บริการที่ดึงดูดใจมากกว่านี้ (Brandbuffet, 2558) ดังนั้น นักวิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งได้ให้บริการมาระยะหนึ่งแล้ว เพื่อผลงานวิจัยน่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือสำหรับรัฐบาลในการมุ่งสู่สังคมไร้เงินสดของประเทศไทยต่อไป

ปัญหาที่เกิดขึ้นที่ทำให้คนส่วนใหญ่ยังไม่ยอมรับการใช้จ่ายผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจเกิดจากการที่ผู้บริโภคขาดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือผู้บริโภคอาจจะยังเคยชินกับการใช้เงินสดในการชำระค่าบริการต่างๆ ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการชำระเงินของคนไทยส่วนใหญ่ สามารถเข้าถึงระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น ซึ่งดูได้จากหมายเลขโทรศัพท์มือถือที่คนไทยใช้เฉลี่ย มีมากกว่า 90 ล้านหมายเลข และปัจจุบันโทรศัพท์มือถืออยู่ภายใต้ 3G อีกด้วย แม้ว่าสังคมไทยทั้งหมดเวลานี้ อาจยังไม่สามารถเข้าถึงระบบการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ก็ตาม แต่ก็มีคนไทยบางส่วนทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว โดยมีการสำรวจจากธนาคารแห่งประเทศไทยและมีการแบ่งสัดส่วนของผู้ใช้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังภาพข้างต้น

ภาพที่ 1.4: สัดส่วนการใช้จ่ายระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment)



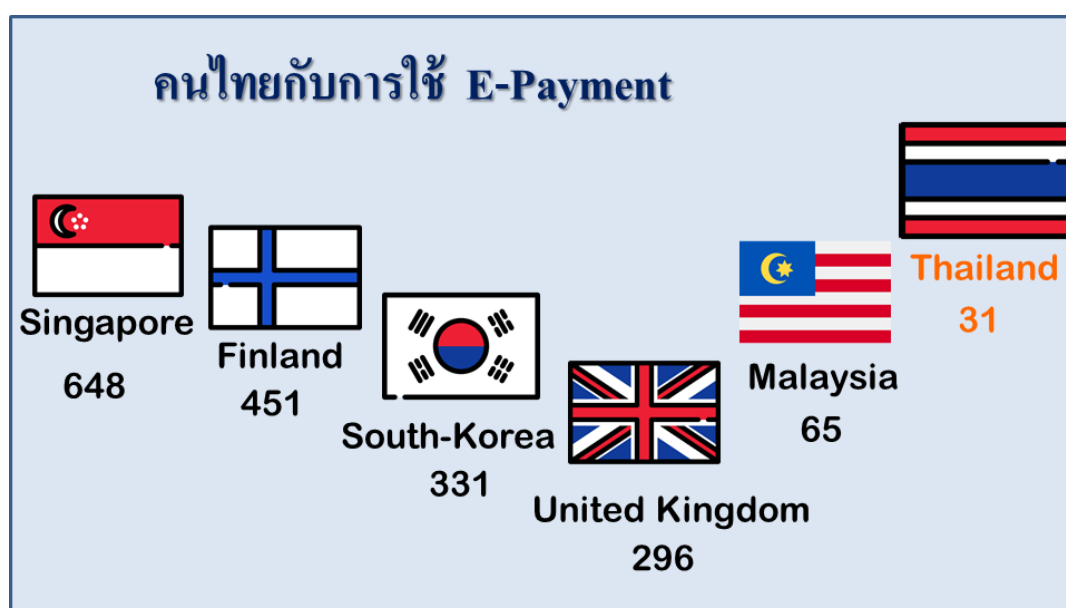
ที่มา: ชาวไทยรัฐออนไลน์. (2559). สัดส่วนการใช้จ่ายระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment).

สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/653154>



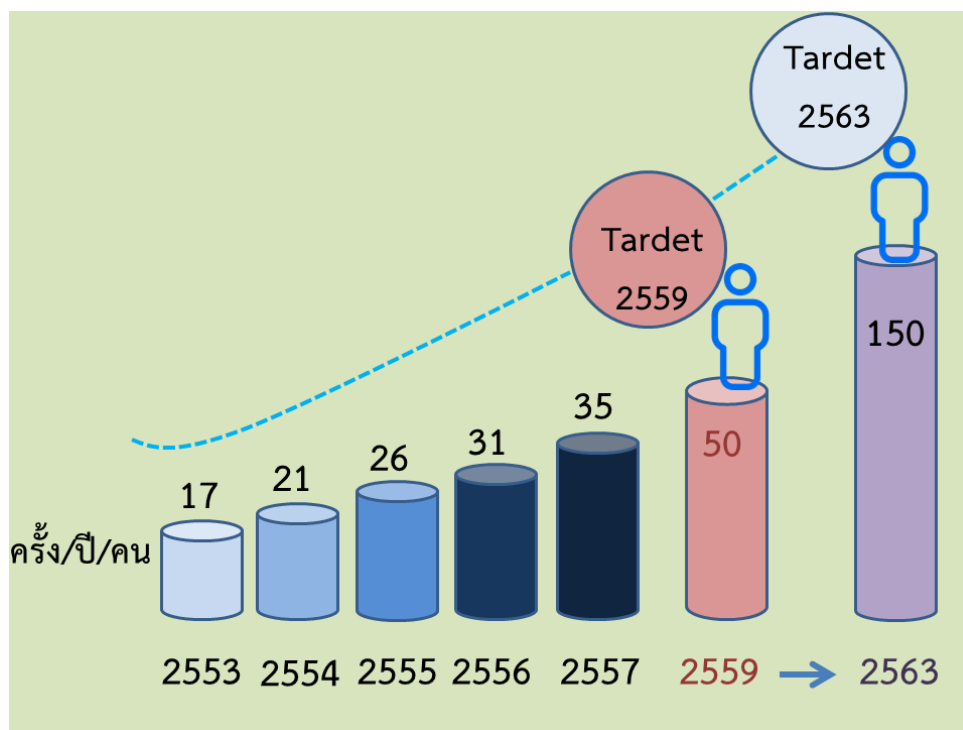
เมื่อถึงอัตราการให้บริการชำระเงินทางของประเทศไทย ในปี 2557 มีจำนวนธุรกรรมเฉลี่ย 35 รายการต่อคน ต่อปี ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ เมื่อเทียบสัดส่วนการทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์กับประเทศอื่น ๆ จะพบว่าจำนวนรายการต่อประชากรต่อปี ดังภาพข้างต้น

ภาพที่ 1.5: คนไทยกับการใช้ e-payment



ที่มา: positioning. (2559). จับตา อีเพย์เมนต์บนโมบาย สุดฮิต 3 ค่ายยักษ์ส่ง Apple Pay, Samsung Pay Android Pay บุกเอเชีย. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1110423>

ภาพที่ 1.6: เป้าหมายปริมาณการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์



ที่มา: positioning. (2559). จับตา อีเพย์เมนต์บนโมบาย สุดฮิต 3 ค่ายยักษ์ส่ง Apple Pay, Samsung Pay Android Pay บุกเอเชีย. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1110423>

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า หลายประเทศทั่วโลกมีการตื่นตัวและปรับใช้ในเรื่องเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างจริงจัง รวมถึงประเทศไทยที่เริ่มมีการวางนโยบายเพื่อสนับสนุนระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดขึ้นจริง โดยคณะกรรมการระบบการชำระเงิน (กรช.) กำหนดเป้าหมายเพิ่มปริมาณการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อประชากรเป็น 50 และ 150 รายการ/คน/ปี ในปี 2559 และ 2563 ตามลำดับ ดังภาพข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสของ True Money wallet Ais mpay และ Dtac Jaew wallet ดังนี้

ตารางที่ 1.1: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ True Money wallet

จุดแข็ง	จุดอ่อน
สามารถเปิดใช้งานได้โดยไม่ต้องมีบัญชีธนาคาร เนื่องจากเป็นกระเป๋าเงิน เพิ่มเงินในกระเป๋าด้วยการเติมเงิน เติมจาก 7-11 หรือร้านค้าในเครือทรู ถึงแม้ว่าจะเป็นของทรู แต่เบอร์มือถือค่ายอื่นก็ใช้งานได้อย่างเท่าเทียม	ไม่สามารถเติมเงินจากบัตรเงินสดทรูมันนี่ได้ เพราะถ้าลูกค้าซื้อบัตรมาจ่าย ทางร้านค้าต้องเปิดเว็บเพื่อเติมเงินเหมือนเดิม
การเติมเงินเข้า wallet สามารถทำได้หลายช่องทาง เช่น ธนาคาร ร้านค้า ตู้เติมเงิน และการโอนเงินระหว่าง wallet ทำได้โดยไม่เสียค่าธรรมเนียม แต่ถ้าโอนเงินจากธนาคารจะมีค่าธรรมเนียมโอนเข้าเพียง 10 บาท	การโอนเงินเข้าธนาคารมีความล่าช้า และกว่าเงินที่โอนจะเข้าก็ต้องรอในวันถัดไป แต่ถ้าโอนวันศุกร์เงินจะเข้าวันจันทร์ เนื่องจากเสาร์และอาทิตย์ธนาคารไม่มีการทำงาน
ใช้ซื้อบัตรทรู ซื้อสตีกเกอร์ไลน์ เติมเงินเกมไลน์ และซื้อไอเทมเฟสบุ๊ก และมี VIRTUAL CARD สามารถใช้ซื้อของจากร้านค้าออนไลน์ในไทย รวมทั้งแอปพลิเคชันจาก Google play	การชำระบิลมีความล่าช้าเช่นกัน ซึ่งระบบจะปรับยอดในวันถัดไป
สามารถชำระบิลได้ 60 บริการ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าบัตรเครดิต ค่าประกัน ฯลฯ และฟรีค่าธรรมเนียมสำหรับการชำระบิล	

ที่มา: maahalai. (2558). *สรุป ข้อดี-ข้อเสีย ของ TrueMoney Wallet*. สืบค้นจาก

<http://maahalai.com/2015/03/%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%9B-%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%B5-%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B8%A2-%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87-true-money-wallet/>

ตารางที่ 1.2: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ Ais mPay

จุดแข็ง	จุดอ่อน
สามารถชำระค่าบริการทั้งหมดของ AIS ได้ ง่ายตาย เช่น ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าโทรศัพท์ เดิม เงินโทรศัพท์ ซึ่งสามารถเติมเงินให้กับคนอื่นได้ ฯลฯ	การผูกระบบ mPay กับธนาคารนั้น ยังไม่ สามารถผูกกับบัตรเอทีเอ็มได้
สามารถชำระเงินค่าสาธารณูปโภคได้ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าบัตรเครดิต สินเชื่อ ฯลฯ ซึ่งสามารถจ่าย บิลฟรี เดือนละ 5 ใบ โดยไม่เสียค่าธรรมเนียม	พนักงานยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับ mPay เนื่องจาก พนักงานไม่สามารถอธิบายเกี่ยวกับระบบให้กับ ผู้ใช้บริการให้เข้าใจได้
สามารถซื้อของออนไลน์ ซื้อแอปพลิเคชัน หรือ จ่ายค่าโฆษณาเฟซบุ๊กได้ แต่ระบบเหล่านั้น จะต้องทำระบบกับบัตรเครดิต	ผู้ใช้บริการ mPay จะต้องใช้บริการเครือข่าย AIS เท่านั้น เนื่องจากถ้าผู้ใช้บริการไม่ได้ใช้เครือข่าย AIS ก็จะไม่สามารถเปิดใช้บริการของ mPay ได้
ทางบริการของ mPay จะทำบัตรเครดิต MasterCard ให้ผู้ใช้บริการ โดยบัตรเครดิตอันนี้ สามารถใช้จ่ายได้เหมือนบัตรเครดิตทั่วไป แต่ MasterCard ของ mPay จะใช้เฉพาะเงิน ปัจจุบันที่มีภายในระบบเท่านั้น	

ที่มา: เว็บแอปโต. (2559). รีวิว mPay App บริการรับชำระบิล เดิมเงินขึ้นเทพที่ไม่จำกัดเฉพาะผู้ใช้  
AIS สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/review/appreview/140648>

ตารางที่ 1.3: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของ Dtac Jaew wallet

จุดแข็ง	จุดอ่อน
สามารถจ่ายบิลของ dtac โดยฟรีค่าธรรมเนียม และรับคืน 5% ซึ่งยังสามารถจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ หรือบิลต่าง ๆ ได้อีกด้วย	ระบบของ Jaew wallet ยังมีข้อผิดพลาดอยู่บาง เช่น เงินภายในระบบของผู้ใช้บริการหายไป
สามารถโอนเงินให้กันได้โดยไม่ต้องใช้เลขบัญชี เพียงแค่รู้หมายเลขโทรศัพท์ของผู้รับเท่านั้น ก็สามารถทำการโอนได้อย่างง่าย	ระบบของ Jaew wallet สามารถผูกกับธนาคาร ที่ผ่านแบงก์ก็ได้ มีเพียงไม่กี่รายเท่านั้นที่สามารถผูกได้
ใช้ซื้อแอปพลิเคชัน ซื้อไอเทมเกมส์ ฯลฯ และเติมเงินค่าโทรภายในเครือข่าย Dtac หรือเติมเงินค่าโทรต่างเครือข่ายได้อีกด้วย	มีข้อจำกัดในการใช้งานที่มากกว่าระบบอื่นๆ
สามารถแจ้งเตือนลูกค้าสำหรับร้านค้าออนไลน์ที่จะเรียกชำระเงินจากลูกค้า และยังสามารถเรียกเก็บเงินแบบหารจ่ายได้อีกด้วย	

ที่มา: Jaew , W. (2558). *Jaew Wallet*. Retrieved from <http://www.jaew.co.th/>

ตารางที่ 1.4: วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 3 ได้แก่ True money wallet, Ais mpay และ Dtac jaew wallet

โอกาส	อุปสรรค
การสร้างโอกาสในการเข้าถึงนวัตกรรมทางการเงินให้กับผู้ใช้งานในประเทศได้ง่ายขึ้น	ความปลอดภัยของระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้ใช้งานยังมีความกังวล
การขยายตลาดดิจิทัลของประเทศไทยให้เติบโตมากขึ้น	ความเคยชินจากการใช้จ่ายผ่านเงินสด ซึ่งอาจจะให้ผู้เริ่มใช้บริการยังไม่เข้าใจระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
โอกาสในการลดการใช้เงินสดของคนในปัจจุบัน และเป็นการเริ่มต้นในการสร้างไลฟ์สไตล์ใหม่ โดยการจ่ายบิล ขอปั่ง ผ่านใช้ระบบ e-money มากขึ้น	มีบริษัทที่มีการให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์หลายราย ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
พัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อให้ตอบโจทย์หรือไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัลมากขึ้น	

ที่มา: ThaiPBS. (2558). *Social Biz : 3 ค่ายมือถือบริการโอนเงินข้ามแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์*. สืบค้นจาก [https://www.youtube.com/watch?v=gx\\_P9SOR7mg&t=4s](https://www.youtube.com/watch?v=gx_P9SOR7mg&t=4s)

จากงานวิจัยในอดีตของ (Azmi, Ang, & Talib, 2016) ในการศึกษาต่างๆ พบว่า ความสะดวกสบาย (convenience) เป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับระบบอิเล็กทรอนิกส์ คำว่า "ความสะดวกสบาย" รวมถึงการลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมความยืดหยุ่นและความพยายามทางร่างกายที่น้อยลง (Azmi et al., 2016) ดังนั้น ถ้าบุคคลที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายแล้ว เขามีแนวโน้มที่จะสมัครใช้บริการ e-payment เพื่อประหยัดเวลาและความพยายามมากกว่าการชำระเงินแบบดั้งเดิม และ การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เป็นต้น สำหรับปัจจัยด้านอุปกรณ์ (equipment) สุภาวดี ปิ่นเจริญ (2558) และ ภคกร กลุ่มเพชรมงคล และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2559) ได้ให้คำนิยาม โมบายล์แอปพลิเคชัน (Mobile Application) หมายถึง โปรแกรม หรือซอฟต์แวร์ที่ถูกพัฒนา สำหรับช่วยในการใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ซึ่งโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการใช้งานของผู้บริโภคอีกทั้งยังทำให้ใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย และประหยัดเวลามากขึ้น ดังนั้น การใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรเป็นระบบที่ดีไม่ติดขัด สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ใดโดยไม่ต้องซื้ออุปกรณ์ใด ๆ เพิ่มเติม การติดตั้งระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ควรใช้เวลาและควรมีความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด เป็นต้น (Hedman, Tan, Holst, & Kjeldsen, 2017) นอกจากนี้ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (consumers' perception towards e-payment system) หมายถึง ผู้ใช้รับรู้ว่าการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าช่องทางการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือ ผ่านธนาคาร หรือ ผ่านตู้เอทีเอ็ม การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าการใช้เงินสด หรือ การใช้บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต และผู้ใช้เชื่อถือในการทำธุรกรรมทางการเงินของระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ แล้วผู้ใช้จะรับรู้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Teoh et al., 2013)

จากข้อมูลที่น่าเสนอมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าในต่างประเทศมีการศึกษาและงานวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งอาจจะมาแทนการใช้เงินสด บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต อีกทั้งเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบใหม่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน สำหรับในประเทศไทยระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นนวัตกรรมใหม่ที่ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ทำให้ผู้วิจัยเห็นว่า ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ น่าจะมีโอกาสเติบโตอย่างมาก แต่เนื่องจากระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นสิ่งใหม่ ทำให้ผู้บริโภคยังมีความกังวลในการใช้งาน อีกทั้งยังมีงานวิจัยน้อยมากที่เกี่ยวข้องการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้วิจัยได้นำปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผู้ศึกษาวิจัยในต่างประเทศ มาทำการปรับใช้กับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่าข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทำการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภคและศึกษาที่น่าจะส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

โดยผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ คือ ขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นตนเอง ความสะดวกสบาย แต่ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความเสี่ยง และให้ผู้บริโภคสามารถควบคุม การใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของตนเองได้แล้ว ผู้บริโภคจะรับรู้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เป็นต้น เพื่อเป็นพื้นฐานของงานวิจัยในอนาคต



## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ปัจจัยความเชื่อมั่นตนเอง (self-efficacy) หมายถึง บุคคลจะเข้าใจและเชื่อว่าเขามีทักษะและความสามารถพอเพียงในการกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Dory, Beaulieu, Pestiaux, Pouchanin, Gay, Rocher, & Boucher, 2009) ในบริบทของ การใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ความเชื่อมั่นตนเอง หมายถึง ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ใช้งานในการใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ก่อให้เกิดมั่นใจต่อการใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในที่นี้ หมายถึง การใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสารจากความคิดเห็นของผู้อื่น เพื่อน และมั่นใจว่าสามารถใช้งานระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teoh et al. (2013) พบว่า ความเชื่อมั่นตนเองส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Teoh et al., 2013)

2.1.2 ปัจจัยด้านความปลอดภัย (security) งานวิจัยในอดีตพบว่าการรักษาความปลอดภัย หมายถึง กระบวนการ หรือ ขั้นตอน ในการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลและมีการรับรองความถูกต้องและความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ดังนั้น ถ้าผู้ใช้งานระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความกังวลและคิดว่าระบบมีความปลอดภัยมากกว่าการชำระเงินแบบเงินสด หรือ การมีรหัสผ่านก่อนชำระเงินมีความปลอดภัยแล้ว ผู้ใช้จะมีการรับรู้ต่อระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Tsiakis & Sthephanides, 2005; Teoh et al., 2013) โดย Teoh et al. (2013) พบว่า ความปลอดภัยส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Teoh et al., 2013)

2.1.3 ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (social influence) มีความสำคัญในการเข้าใจการยอมรับในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เพราะความต้องการทางด้านจิตวิทยาของบุคคลเพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ว่าคุณมีพฤติกรรมเหมือนกับสิ่งที่ผู้คนรอบข้างคาดหวัง ดังนั้น ผู้ใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์จะรับรู้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ถ้าเพื่อน ญาติ หรือ คนในครอบครัวสนับสนุนให้เขาใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แล้วผู้ใช้งานจะรับรู้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Azmi, Ang, & Talib, 2016) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Azmi et al. (2016) พบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการยอมรับต่อระบบ e-BR1M (Azmi et al., 2016)

2.1.4 ปัจจัยความสะดวกสบาย (convenience) เป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคำว่า "ความสะดวกสบาย" รวมถึงการลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมความยืดหยุ่นและความพยายามทางร่างกายที่น้อยลง (Azmi et al., 2016) ดังนั้น ถ้าบุคคลที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายแล้ว เขามีแนวโน้มที่จะสมัครใช้บริการ e-payment เพื่อประหยัดเวลาและความพยายามมากกว่าการชำระเงินแบบดั้งเดิม และ การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เป็นต้น โดย

Azmi et al. (2016) พบว่า ความสะดวกสบายส่งผลต่อการยอมรับต่อระบบ e-BR1M (Azmi et al., 2016)

2.1.5 ปัจจัยด้านอุปกรณ์ (equipment) ภาครัฐ กลุ่มเพชรมงคล และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2559) ได้ให้คำนิยาม โมบายล์แอปพลิเคชัน (Mobile Application) หมายถึง โปรแกรม หรือซอฟต์แวร์ที่ถูกพัฒนา สำหรับช่วยในการใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ซึ่งโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการใช้งานของผู้บริโภคอีกทั้งยังทำให้ใช้งานได้อย่าง สะดวกสบาย และประหยัดเวลามากขึ้น ดังนั้น การใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรเป็นระบบที่ดีไม่ ติดขัด สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้โดยไม่ต้องซื้ออุปกรณ์ใดๆ เพิ่มเติม การติดตั้งระบบเงิน อิเล็กทรอนิกส์ไม่ควรใช้เวลานานและควรมีความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด เป็นต้น

2.1.6 ปัจจัยความเสี่ยง (risk) งานวิจัยในอดีตยังพบว่า ในสภาพแวดล้อมออนไลน์ ความเสี่ยง (risk) มีผลต่อการประเมินเลือกสินค้าหรือบริการ เช่น ถ้าผู้ใช้งานระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นกังวลว่า จะลืมหุ้สผานในการใช้ หรือกลัวว่าข้อมูลเงินอิเล็กทรอนิกส์จะสูญหายไป หรือ กังวลว่าแฮคเกอร์จะ สามารถแฮคเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ไปได้ เพราะผู้ใช้รับรู้มูลค่าและคุณค่าของข้อมูลเงิน อิเล็กทรอนิกส์ที่ตนเองมีแล้ว ผู้ใช้จะรับรู้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Hedman, Tan, Holst, & Kjeldsen, 2017) นอกจากนี้ Hedman et al. (2017) พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงส่งผลต่อการ วิเคราะห์ปัจจัยเชิงสัมพันธ์แบบตารางที่มีผลต่อรูปแบบของการชำระเงิน (Hedman et al., 2017)

2.1.7 ปัจจัยความไว้วางใจ (trust) (Hedman, Tan, Holst, & Kjeldsen, 2017) พบว่า ความ ไว้วางใจ (trust) หมายถึง ความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดความภักดี โดยที่ไม่มีใคร ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นจึงเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งในการ วัดคุณค่าขององค์กร (วริษฐา อภัยนนท์, 2557) ในบริบทของงานวิจัยนี้ ผู้ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้วางใจ ว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ดูแลระบบโดยบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ องค์กรผู้พัฒนาเงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้วางใจ ได้ หรือ ผู้ใช้ไว้วางใจว่าข้อมูลส่วนตัวของตนเองจะไม่ถูกเปิดเผยแล้ว ปัจจัยเหล่านี้จะมีผลเชิงบวกต่อการ รับรู้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ใช้งานได้ นอกจากนี้ วริษฐา อภัยนนท์ (2557) พบว่า ปัจจัย ความไว้วางใจส่งผลต่อตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) ของพนักงาน ธนาคาร A (วริษฐา อภัยนนท์, 2557)

2.1.8 ปัจจัยควบคุม (control) (Hedman, Tan, Holst, & Kjeldsen, 2017) กล่าวว่า ผู้ใช้ ควรมีความรู้สึกควบคุม (control) ได้ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ด้วย เช่น ผู้ใช้ควรสามารถ ปรับเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัวของเขาได้ ควบคุมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของตนเองได้ สามารถจ่ายบิล เติมเงิน โอนเงิน หรือ ซื้อสินค้าโดยไม่ต้องใช้เงินสดได้ ตลอดจนสามารถตรวจสอบการทำรายการงาน ทางการเงินผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอดเวลาแล้ว ผู้ใช้จะมีการรับรู้ระบบการชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Hedman et al. (2017) พบว่า ปัจจัยควบคุมส่งผล

ต่อการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสัมพัทธ์แบบตารางที่มีผลต่อรูปแบบของการชำระเงิน (Hedman et al., 2017)

2.1.9 ทุกแนวคิด ทฤษฎี ล้วนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง (Hedman, Tan, Holst, & Kjeldsen, 2017) นอกจากนั้น การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (consumers' perception towards e-payment system) หมายถึง ผู้ใช้รับรู้ว่าการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าช่องทางการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ เซอร์วิส หรือ ผ่านธนาคาร หรือ ผ่านตู้เอทีเอ็ม การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าการใช้เงินสด หรือ การใช้บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต และผู้ใช้เชื่อถือในการทำธุรกรรมทางการเงินของระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ผู้ใช้รู้สึกว่าการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นมิตรต่อเขา แล้ว ผู้ใช้จะรับรู้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (Teoh et al., 2013)

จากการศึกษาวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องในอดีตของ (นภัสสร จิระอุดมรัตน์ และ ดร.เพญ์จิรา คันธวงศ์, 2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ พบว่า มีเพียงปัจจัยการรับรู้การใช้งานด้วยกันได้ ปัจจัยการต่อต้านความเปลี่ยนแปลง ปัจจัยความคาดหวังในผลปฏิบัติ ปัจจัยสภาพเครื่องอำนวยความสะดวก และปัจจัยจำนวนการรับรู้ของผู้ใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนงานของ (ศศทรรณ ศิริมหาธรรม และ เพ็ญจิรา คันธวงศ์, 2559) ได้ศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ ประสิทธิภาพของสินค้า ความรู้สึกส่วนตัวที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสุขภาพ การรับรู้และความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสุขภาพ การขาดความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสุขภาพ ราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารบำรุงสุขภาพ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแง่ผู้บริโภค ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแง่ของสังคมและสาธารณะ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแง่ภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะบริโภคของผู้บริโภคในพื้นที่ชอยทงหล่อและสยามสแควร์ในกรุงเทพมหานครนั้น มีเพียง ปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารและสุขภาพที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะบริโภคเครื่องดื่มรังกสำเร็จรูป

แต่เนื่องจากในปัจจุบันระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เริ่มมีการใช้งานอย่างเป็นทางการในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า ปัจจัยที่ใช้ในงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในอดีต อาจจะไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงได้นำงานวิจัยดังกล่าว มาใช้เป็นเพียงแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษา

## 2.2 สมมติฐานการวิจัย

2.2.1 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2.2.2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2.2.3 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2.2.4 ปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2.2.5 ปัจจัยด้านอุปกรณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2.2.6 ปัจจัยด้านความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

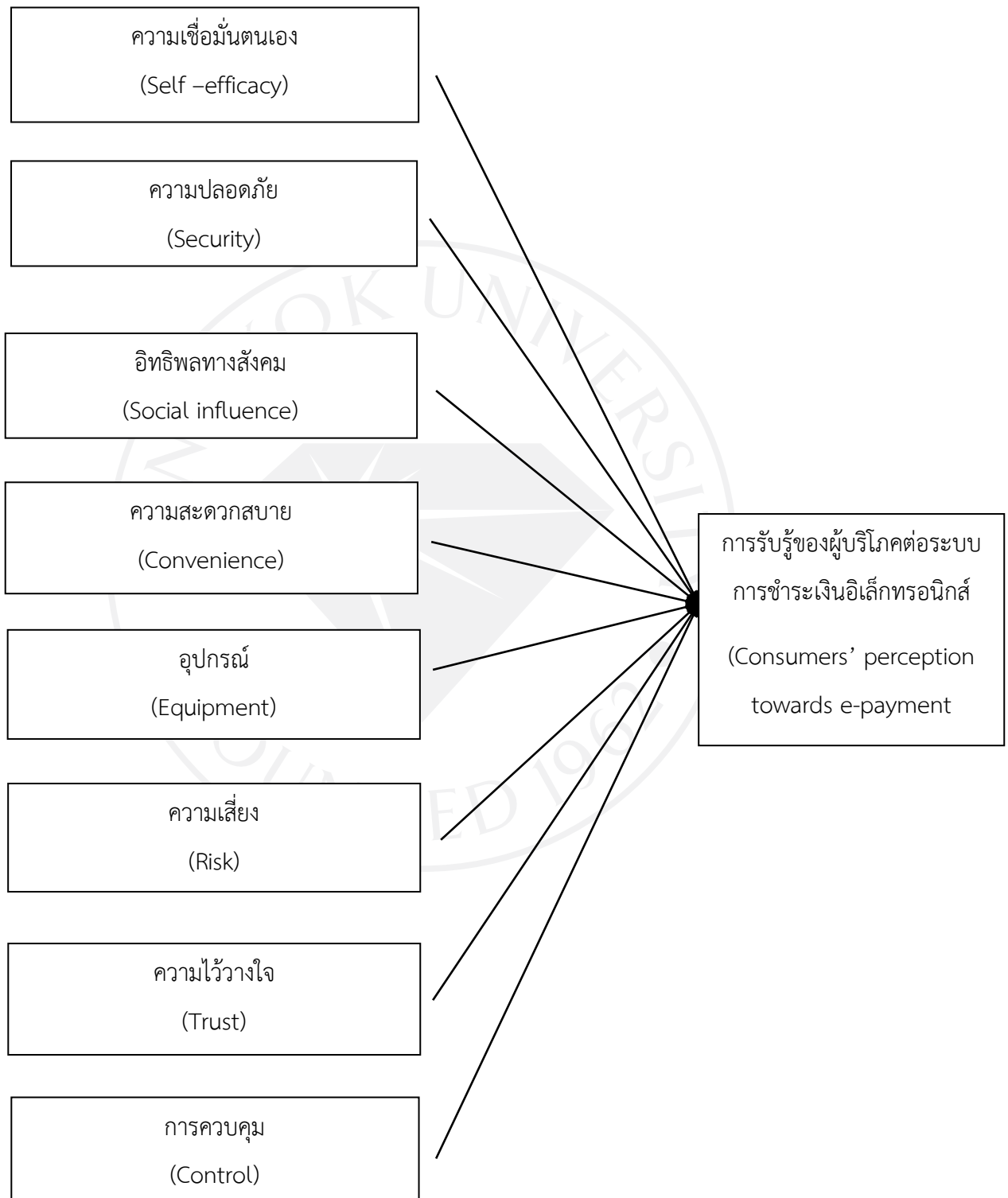
2.2.7 ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2.2.8 ปัจจัยด้านการควบคุมมีความสัมพันธ์เชิงต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

2.2.9 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านการควบคุมที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

## 2.3 กรอบแนวคิด

ภาพที่ 2.3 : กรอบแนวความคิด



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

#### 3.1 การออกแบบงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มประชากร คือ ผู้บริโภคของเขตธนบุรีใน กรุงเทพมหานคร คือประมาณ 111,027 คน (ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนของ กรุงเทพมหานคร, 2558) โดยเป็นผู้ที่เคยใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ 3 ราย ได้แก่ True money wallet, AIS mPay, หรือ Dtac Jaew Wallet ที่อาศัยอยู่ในเขตธนบุรี บริเวณตลาดพลู เนื่องจากบริเวณนี้มีร้านอาหารชื่อดังจำนวนมากที่คนวัยทำงานนิยมไปรับประทานอาหาร (chillpainai.com, 2560) ส่วนเขตบางพลัดในพื้นที่ปิ่นเกล้าของฝั่งธนบุรี คือผู้บริโภคบริเวณโดยรอบห้างเทสโก้โลตัสปิ่นเกล้า เนื่องจากบริเวณนั้นมีพนักงานบริษัทจำนวนมาก (lunlaa.com, 2560) โดยนักวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2544)

ตาราง 3.1 แสดงสัดส่วนข้อมูลของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต

ลำดับ	เขต	บริเวณ	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1.	ธนบุรี	ตลาดพลู	22,414	125
2.	บางพลัด	รอบห้างเทสโก้โลตัสปิ่นเกล้า	18,782	125
รวม			41,196	250

ที่มา: สำนักงานเขตบางพลัด. (2560). ข้อมูลประชากร. สืบค้นจาก

<http://www.bangkok.go.th/bangphlat/page/sub/2103/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B0%E>

0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99 และ สำนักงาน  
ปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2558). สถิติจำนวนประชากรและบ้านใน  
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายแขวงและเขต. สืบค้นจาก  
[http://203.155.220.230/bmainfo/esp/pop/pop\\_58.pdf](http://203.155.220.230/bmainfo/esp/pop/pop_58.pdf)

นักวิจัยมีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสำรวจ ในช่วงเดือนสิงหาคม ถึง เดือนตุลาคม 2560 ซึ่ง  
ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้หลักการคำนวณของ (Cohen, 1997) จาก  
แบบสอบถามที่เป็น pilot test จำนวน 40 ชุด โดยใช้โปรแกรม G\*Power เวอร์ชัน 3.1.5 เพราะเป็น  
โปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen และผ่านการรับรองและตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน  
Erdfelder, Faul, Buchner, & Lang (2009) และนงลักษณ์ วิรัชชัย (2555) ในการคำนวณ  
กำหนดค่าเพาเวอร์ ( $1 - \beta$ ) เท่ากับ 0.80 ค่าอัลฟา ( $\alpha$ ) เท่ากับ 0.20 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 8  
ค่าขนาดของอิทธิพล (effect size) เท่ากับ 0.0391079 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R<sup>2</sup> เท่ากับ  
0.037636) ผลที่ได้คือขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 219 (Cohen, 1977) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บขนาด  
ตัวอย่างเพิ่มเติมรวมเป็น 250 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นโดยใช้การเลือก  
ตัวอย่างแบบเจาะจง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2544) กล่าวคือผู้ที่ตอบแบบสอบถามจะต้องเคยใช้  
บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์จึงจะสามารถตอบแบบสอบถามได้

### 3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

เริ่มศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมั่นตนเอง ความ  
ปลอดภัย อิทธิพลทางสังคม ความสะดวกสบาย อุปกรณ์ ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และควบคุม การ  
รับรู้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง  
แบบสอบถาม และขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา หลังจากนั้นจึงสร้างแบบสอบถาม โดยอาศัย  
กรอบแนวคิดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วย 11 ส่วน  
ได้แก่

**ส่วนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check  
List) จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ท่าน  
เคยใช้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ระบบใดจากแผ่นพับความรู้ข้างต้น ท่านรู้จักหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับ  
การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของรายใดบ้าง ท่านชำระเงินในรูปแบบใดมากที่สุดในการชำระเงิน เช่น  
ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ส่วนใหญ่ท่านใช้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการ  
บริการทางด้านใดบ้าง ท่านใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยประมาณเท่าใดต่อครั้ง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่นตนเอง จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความปลอดภัย จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับบอทธิพลทางสังคม จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความสะดวกสบาย จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับอุปกรณ์ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 7 คำถามเกี่ยวกับความเสี่ยง จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 8 คำถามเกี่ยวกับความไว้วางใจ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 9 คำถามเกี่ยวกับควบคุม จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 10 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 11 คำถามสำหรับให้คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

โดยในส่วนที่ 2 – 10 เป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

(จาก 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด)

### 3.4 ความเชื่อมั่น และความตรงของเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อคำถามที่จะใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ 1 ท่าน ได้แก่ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงค์ และได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์พิจารณา ได้แก่

1. นางสาวนิตยา ชันติวงษ์ ผู้จัดการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเทิดไท่ 21
2. นางสาวพิมพ์พร จันทร ผู้จัดการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาตลาดน้อย
3. นายวิโรจน์ หมื่นทอง ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขาท่ามาย เพชรบุรี

หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ท่าน มาทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.670 – 0.906 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ คือ ค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978)



ตารางที่ 3.2: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนของคำถาม	n = 40	n = 245
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ความเชื่อมั่นตนเอง (SF)	.660	.743
ความปลอดภัย (SE)	.684	.670
อิทธิพลทางสังคม (SI)	.855	.849
ความสะดวกสบาย (CO)	.809	.863
อุปกรณ์ (EQ)	.671	.725
ความเสี่ยง (RK)	.754	.733
ความไว้วางใจ (TU)	.896	.885
การควบคุม (CT)	.792	.831
<b>ตัวแปรตาม</b>		
การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (CPE)	.905	.906

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้จัดทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถามต่าง ๆ ว่า มีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ก็จะจัดให้อยู่ในองค์ประกอบนั้น โดยแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548) โดยมีปัจจัยที่ใช้ได้แก่ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง (self – efficacy:SF) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (security:SE) ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (social influence:SI) ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย (convenience:CO) ปัจจัยด้านอุปกรณ์ (equipment:EQ) ปัจจัยด้านความเสี่ยง (risk:RK) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (trust:TU) และปัจจัยด้านควบคุม (Control:CT) ที่มีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (consumers' perception towards e-payment system:CPE) ที่ n = 250

ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 250

	SF	SE	SI	CO	EQ	RK	TU	CT	CPE
SF1	0.317								
SF2	<u>0.197</u>								
SF3	0.450								
SF4	<u>0.170</u>								
SE1		<u>0.030</u>							
SE2		<u>0.155</u>							
SE3		<u>0.193</u>							
SE4		<u>0.226</u>							
SI1			0.736						
SI2			0.766						
SI3			0.773						
SI4			0.741						
CO1				0.686					
CO2				0.718					
CO3				0.578					
CO4				0.664					
EQ1					<u>0.139</u>				
EQ2					<u>0.103</u>				
EQ3					<u>0.188</u>				
EQ4					0.348				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.3 (ต่อ): การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 250

	SF	SE	SI	CO	EQ	RK	TU	CT	CPE
RK1						0.715			
RK2						0.854			
RK3						0.457			
RK4						0.819			
TU1							0.519		
TU2							0.564		
TU3							0.726		
TU4							0.733		
CT1								0.740	
CT2								0.744	
CT3								0.720	
CT4								0.690	
CPE1									0.649
CPE2									0.816
CPE3									0.773
CPE4									0.728

จากตารางที่ 3.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบของแต่ละปัจจัย จะพบว่า

**ด้านความเชื่อมั่นตนเอง Self-Efficacy : SF)**

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านความเชื่อมั่นตนเอง (self-efficacy) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะท่านได้ยินข้อมูลเกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (SF1) ความคิดเห็นของผู้อื่นมีอิทธิพลต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน (SF2) ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเพื่อนแนะนำ (SF3) ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะท่านมั่นใจว่าท่านใช้งานได้ (SF4)

ซึ่งในคำถามข้อที่ 2 และ 4 คือ ความคิดเห็นของผู้อื่นมีอิทธิพลต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน (SF2) และ ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะท่านมั่นใจว่าท่านใช้งานได้ (SF4) อาจจะเป็นข้อ

คำถามที่ไม่น่าจัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้น มีค่าน้อยกว่า 0.3 อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดในองค์ประกอบนี้จะนับเป็นข้อจำกัดในงานวิจัยนี้ต่อไป

### **ด้านความปลอดภัย (Security : SE)**

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านความปลอดภัย (security) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านไม่มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย เมื่อท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (SE1) เรื่องความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน (SE2) ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต (SE3) ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีการใส่รหัสผ่านก่อนจะชำระเงิน (SE4)

ซึ่งในคำถามข้อที่ 1 ถึง 4 คือ ท่านไม่มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย เมื่อท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (SE1) เรื่องความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน (SE2) ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต (SE3) และ ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีการใส่รหัสผ่านก่อนจะชำระเงิน (SE4) อาจจะเป็นข้อคำถามที่ไม่น่าจัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้น มีค่าน้อยกว่า 0.3 อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดในองค์ประกอบนี้จะนับเป็นข้อจำกัดในงานวิจัยนี้ต่อไป

### **ด้านอุปกรณ์ (equipment : EQ)**

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านอุปกรณ์ (equipment) สามารถจัดโครงสร้างในกลุ่มของตัวแปรอิสระและใช้เทคนิค Factor Analysis ได้ 1 องค์ประกอบ ดังนี้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อคำถาม ได้แก่ สำหรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรมีระบบที่ดีสามารถใช้งานได้ไม่ติดขัด (EQ1) ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ควรต้องให้ท่านซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม (EQ2) การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรเข้ามาแทนที่การใช้เงินสดหรือบัตรเครดิต เพราะมีความปลอดภัยกว่า (EQ3) การติดตั้งแอปพลิเคชันสำหรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรใช้เวลาไม่นาน (EQ4)

ซึ่งในคำถามข้อที่ 1 ถึง 3 คือ สำหรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรมีระบบที่ดีสามารถใช้งานได้ไม่ติดขัด (EQ1) ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ควรต้องให้ท่านซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม (EQ2) และ การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรเข้ามาแทนที่การใช้เงินสดหรือบัตรเครดิต เพราะมีความปลอดภัยกว่า (EQ3) อาจจะเป็นข้อคำถามที่ไม่น่าจัดอยู่ในกลุ่มนี้ เนื่องจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้น มีค่าน้อยกว่า 0.3 อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดในองค์ประกอบนี้จะนับเป็นข้อจำกัดในงานวิจัยนี้ต่อไป

### 3.5 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าร้อยละเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 250 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.670 – 0.906 ดังตารางที่ 3.1 ซึ่งถือว่ามี ความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ คือ ค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จากนั้นจึงนำ ข้อมูลมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.8 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 44.8 สถานภาพโสด ร้อยละ 56.4 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.2 อาชีพพนักงานองค์กรเอกชน ร้อยละ 36.4 รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 33.6 เคยใช้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของทรู มัมนี่ วอลเลต (true money wallet) ร้อยละ 45.90 ส่วนใหญ่รู้จักหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับการชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ของของทรูมัมนี่ วอลเลต (true money wallet) ร้อยละ 34.48 ชำระเงินในรูปแบบเงิน สดมากที่สุด ร้อยละ 40.84 ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการบริการทางด้านซื้อสินค้าออนไลน์ ร้อยละ 44.0 และใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยประมาณ 0-1,000 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 43.6

#### 4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของ เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ความปลอดภัย อิทธิพลทางสังคม ความสะดวกสบาย อุปกรณ์ ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และควบคุม ที่มี ผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้าน ความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านควบคุม ที่มีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์

Variable	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha	SF	SE	SI	CO	EQ	RK	TU	CT	CPE
ความเชื่อมั่นตนเอง (SF)	3.205	0.8728	0.743	1								
ความปลอดภัย (SE)	3.841	0.6037	0.67	0.371**	1							
กลุ่มอ้างอิง (SN)	2.884	1.0263	0.849	0.657**	0.289**	1						
อิทธิพลทางสังคม (SI)	3.964	0.8597	0.863	0.615**	0.469**	0.478**	1					
ความสะดวกสบาย (CO)	4.062	0.6808	0.725	0.332**	0.585**	0.227**	0.530**	1				
อุปกรณ์ (EQ)	4.13	0.6997	0.733	- 0.002	0.292**	-0.044	0.187**	0.337**	1			
ความเสี่ยง (RK)	3.328	0.9354	0.885	0.582**	0.391**	0.536**	0.577**	0.422**	0.022**	1		
ความไว้วางใจ (TU)	3.986	0.7822	0.831	0.399**	0.489**	0.295**	0.452**	0.521**	0.255**	0.460**	1	
ควบคุม (CT)	3.536	0.8627	0.906	0.601**	0.461**	0.403**	0.625**	0.506**	-0.032	0.683**	0.509**	1

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01





เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.509) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

#### 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน

ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านการควบคุมที่มีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	การถดถอย Regression	118.387	8	14.798	53.298	0.000 <sup>b</sup>
	ความคลาดเคลื่อน Residual	66.914	241	0.278		
	Total	185.301	249			

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (ANOVA) ของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านการควบคุมที่มีผลเชิงบวกต่อมื่ออิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม คือ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านการควบคุมที่มีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

Dependent Variable : consumers' perception towards e-payment system , R = 0.799 , R <sup>2</sup> = 0.639 , Constant(a) = 0.414						
Independent Variables	$\beta$	Std Error	T	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)		0.272	1.518	0.130		
ความความเชื่อมั่นตนเอง (SF)	0.225**	0.059	3.772	0.000	0.422	2.372
ความปลอดภัย (SE)	0.086	0.073	1.692	0.092	0.575	1.739
อิทธิพลทางสังคม (SI)	-0.140	0.045	-2.612	0.010	0.524	1.908
ความสะดวกสบาย (CO)	0.204**	0.057	3.570	0.000	0.458	2.183
อุปกรณ์ (EQ)	0.150**	0.069	2.762	0.006	0.508	1.967
ความเสี่ยง (RK)	-0.194	0.053	-4.522	0.000	0.814	1.228
ความไว้วางใจ (TU)	0.355**	0.050	6.546	0.000	0.509	1.964
การควบคุม (CT)	0.134**	0.055	2.693	0.008	0.606	1.649

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.3 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่าตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์การรับรู้ต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ และชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Sig = 0.000) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง (Sig = 0.000) ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย (Sig = 0.000) ปัจจัยด้านอุปกรณ์ (Sig = 0.006) และปัจจัยด้านการควบคุม (Sig = 0.008) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Sig = 0.092)

ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (Sig = 0.010) และปัจจัยด้านความเสี่ยง (Sig = 0.000) ปัจจัยทั้ง 3 ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ปัจจัยความไว้วางใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.355 รองลงมาคือ ปัจจัยความเชื่อมั่นตนเอง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.255 ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.204 อันดับถัดไป ปัจจัยด้านอุปกรณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.150 และอันดับสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านการควบคุม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.134 ส่วนปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ -0.140 และปัจจัยด้านความเสี่ยง ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์ เท่ากับ -0.194 ซึ่งถือว่าเกิดตัวแปรกด (Suppressor Variables) หมายถึง ตัวแปรทดสอบที่เข้ามาลดหรือระงับความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามให้น้อยลงหรือหมดลงไป ดังนั้นตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และ ปัจจัยความเสี่ยง และตัวแปรตาม คือ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน (เทพศักดิ์ บุญรัตน์, 2553) ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัย (security) ไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทำให้ตัวแปรทั้งห้าสามารถอธิบายการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้ร้อยละ 63.9 และอีกร้อยละ 36.1 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm 0.277$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้  $Y$  (การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์) =  $0.414 + 0.355$  (ความไว้วางใจ) +  $0.225$  (ความเชื่อมั่นตนเอง) +  $0.204$  (ความสะดวกสบาย) +  $0.150$  (ความเสี่ยง) +  $0.134$  (ควบคุม)

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากเพิ่มปัจจัยความไว้วางใจ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.355 หน่วย หากเพิ่มปัจจัยความเชื่อมั่นตนเอง 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.255 หน่วย หากเพิ่มปัจจัยด้านความสะดวกสบาย 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.204 หน่วย หากเพิ่มปัจจัยด้านอุปกรณ์ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.150 หน่วย หากเพิ่มปัจจัยด้านการควบคุม 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เท่านั้นจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.134 หน่วย

จากตารางที่ 4.3 สามารถนำไปอธิบายสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 9** จากการที่ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ และปัจจัยการควบคุมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยด้านความเสี่ยง ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์อื่น

Collinearity หมายถึง สภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับที่ค่อนข้างสูง เมื่อมีการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ส่วน Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป (Nitiphong, 2012) หรือการที่มีสภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อยก็จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง คือ ไม่เกิด Multicollinearity ("ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ," 2554)

ตัวแปรกด (Suppressor Variables) หมายถึง ตัวแปรทดสอบที่เข้ามาลดหรือระงับความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามให้น้อยหรือหมดลงไป สภาพการณ์ในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นเมื่อตัวแปรกดมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในทิศทางหนึ่ง และตัวแปรกดก็มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในอีกทิศทางหนึ่ง จึงส่งผลทำให้ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน อย่างไรก็ตามเมื่อนำตัวแปรทดสอบเข้ามาศึกษาแล้วกลับพบว่าตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามกลับมีความสัมพันธ์กันขึ้นมา (เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2559)

การตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือ ค่า Tolerance หรือค่า Eigen Value ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้

Variance Inflation Factor (VIF) ค่า VIF ที่เหมาะสม ไม่ควรเกิน 4 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Miles & Shevlin, 2001)

Tolerance หากค่า Tolerance < 0.2 (O'Brien, 2001) หรือ Tolerance < 0 (Pedhazur, 1997) แสดงว่าเกิด Multicollinearity

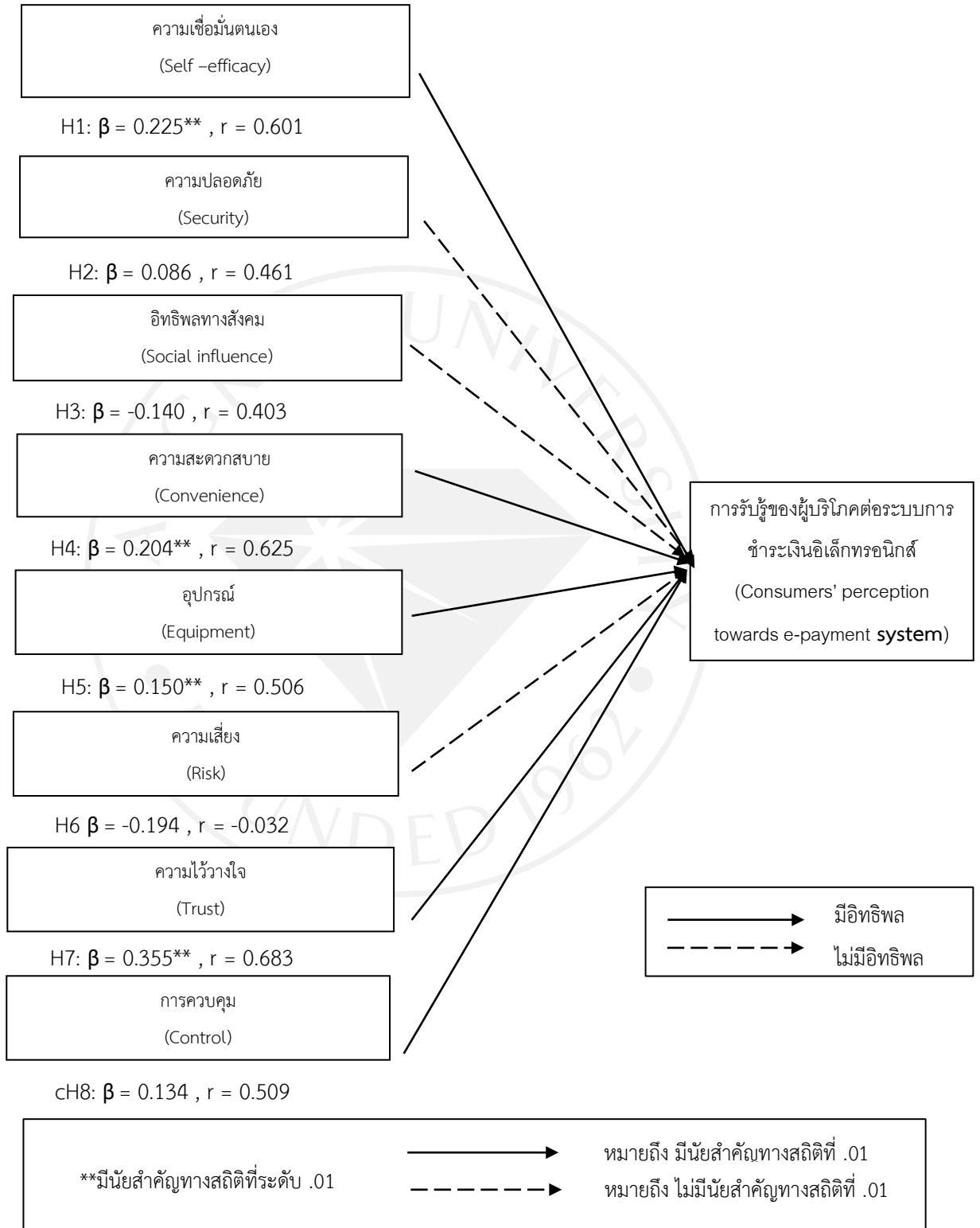
จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.3 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.422 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 2.372 ซึ่งน้อยกว่า 4 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั่นเอง

#### 4.5 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ และปัจจัยการควบคุมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยด้านความเสี่ยง ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอย



## บทที่ 5

### การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี และเขต บางพลัด กรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อหาปัจจัย ด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความ สะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านการ ควบคุม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรีกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัย เชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ เป็นผู้ที่เคยใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ 3 ราย ได้แก่ True money wallet, AIS mPay, หรือ Dtac Jaew Wallet โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานองค์กรเอกชน รายได้ประมาณ 10,001 – 20,000 บาท ใช้การชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบทรูมันนี่ วอลเลท (True Money Wallet) ส่วนใหญ่เคยรู้จักหรือเคยได้ยิน เกี่ยวกับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของระบบทรูมันนี่ วอลเลท (True Money Wallet) ชำระเงินเป็น เงินสด ชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการบริการทางด้านซื้อสินค้าออนไลน์ ใช้ระบบชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ 0-1,000 บาทต่อครั้ง ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐาน พบว่ายอมรับ สมมติฐาน แต่มีเพียงปัจจัยด้านความไว้วางใจ ( $\beta = 0.355$ ) ด้านความเชื่อมั่นตนเอง (self – efficacy) ( $\beta = 0.225$ ) ด้านความสะดวกสบาย (convenience) ( $\beta = 0.204$ ) ด้านอุปกรณ์ (equipment) ( $\beta = 0.150$ ) และด้านการควบคุม (control) ( $\beta = 0.134$ ) ที่มีอิทธิพลผลเชิงบวกต่อ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (consumers' perception towards e-payment system) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลเชิงบวกต่อการ รับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ร้อยละ 63.9 และอีกร้อยละ 36.1 เกิดจาก อิทธิพลตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm 0.272$

อย่างไรก็ตามแม้ว่าผลลัพธ์ทางสถิติแสดงว่า อิทธิพลทางสังคม (social influence) (Sig.= 0.010) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 แต่ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ -0.140 และ ความเสี่ยง (risk) (Sig.= 0.000) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 แต่ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ -0.194 ซึ่งถือว่าเกิดตัวแปรกด (Suppressor Variables) หมายถึง ตัวแปรทดสอบที่เข้ามาลดหรือระงับความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามให้น้อยลงหรือหมดลงไป ดังนั้นตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และ ปัจจัยความเสี่ยง และตัวแปรตาม คือ การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน (เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์, 2553) ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัย (security) ไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 1 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 10 หากแสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (O'Brien, 2001) ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการถดถอยได้ดังนี้  $Y$  (การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์) =  $0.414 + 0.355$  (ความไว้วางใจ) +  $0.225$  (ความเชื่อมั่นตนเอง) +  $0.204$  (ความสะดวกสบาย) +  $0.150$  (ความเสี่ยง) +  $0.134$  (ควบคุม)

## 5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านอุปกรณ์ ปัจจัยด้านความเสี่ยง ปัจจัยด้านความไว้วางใจ และปัจจัยด้านการควบคุม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรีกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเชื่อมั่นและมั่นใจต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Teoh et al. (2013) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค: การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ กล่าวว่า ความเชื่อมั่นในตนเองส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้งานในการใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์

**สมมติฐานข้อที่ 2** ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์



แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีความกังวล และคิดว่าระบบมีความปลอดภัยมากกว่าการชำระเงินแบบเงินสด หรือ มีการมีรหัสผ่านก่อนชำระเงินโดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Teoh et al. (2013) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) จากมุมมองของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย พบว่า ผลการถดถอยเชิงเส้นหลายแบบแสดงให้เห็นว่าผลประโยชน์ความสามารถในตนเองและความสะดวกในการใช้งานมีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผลลัพธ์ที่ไม่สำคัญสำหรับความไว้วางใจและความปลอดภัย

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มีรับรู้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ถ้าเพื่อน ญาติ หรือ คนในครอบครัวสนับสนุนให้เขาใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งทำให้ผู้ใช้งานมีรับรู้ระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Azmi et al. (2016) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง ความไว้วางใจและความยุติธรรมในการยอมรับระบบการชำระเงินทางสวัสดิการ พบว่า การเข้าใจการยอมรับในการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เพราะความต้องการทางด้านจิตวิทยาของบุคคลเพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ว่าคุณมีพฤติกรรมเหมือนกับสิ่งที่ผู้คนรอบข้างคาดหวัง

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกสบายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์คิดว่า เงินอิเล็กทรอนิกส์ลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งสามารถทำกิจกรรมอื่นๆได้ และสามารถเรียนรู้ได้ง่าย โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Azmi et al. (2016) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องความไว้วางใจและความยุติธรรมในการยอมรับระบบการชำระเงินทางสวัสดิการ พบว่า ความสะดวกสบาย (Convenience) เป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการลดระยะเวลาในการทำธุรกรรมความยืดหยุ่นและความพยายามทางร่างกายที่น้อยลง ดังนั้น ถ้าบุคคลที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายแล้ว เขามี

แนวโน้มที่จะสมัครใช้บริการ e-payment เพื่อประหยัดเวลาและความพยายามมากกว่าการชำระเงินแบบดั้งเดิม และ การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์ธนาคาร เป็นต้น

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยด้านอุปกรณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงิน ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านอุปกรณ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์คิดว่า การใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรเป็นระบบที่ดีไม่ติดขัด สามารถใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้โดยไม่ต้องมีอุปกรณ์เพิ่มเติมและการติดตั้งใช้เวลาไม่นาน โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ ภคกร ลุ่มเพชรมงคล และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2559) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกมด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคพบว่า โมบายล์แอปพลิเคชัน (Mobile Application) หมายถึง โปรแกรม หรือซอฟต์แวร์ที่ถูกพัฒนา สำหรับช่วยในการใช้งานบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาไม่ว่าจะเป็นสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต ซึ่งโปรแกรมจะช่วยตอบสนองความต้องการใช้งานของผู้บริโภคอีกทั้งยังทำให้ใช้งานได้อย่างสะดวกสบาย และประหยัดเวลามากขึ้น

**สมมติฐานข้อที่ 6** ปัจจัยด้านความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงไม่มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ กล่าวว่า ไม่เป็นกังวลว่าจะลืมหุ้สผ่านในการใช้หรือไม่กลัวว่าข้อมูลเงินอิเล็กทรอนิกส์จะสูญหายไป หรือไม่กังวลว่าแฮคเกอร์จะสามารถแฮคเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้ไปได้ เพราะผู้ใช้อาจจะไม่ได้รับรู้มูลค่าและคุณค่าของข้อมูลเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานของ Hedman et al. (2017) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยควบคุมส่งผลต่อการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสัมพันธ์แบบตารางที่มีผลต่อรูปแบบของการชำระเงิน พบว่า ความเสี่ยงเกี่ยวข้องกับความรู้ถึงอันตรายสำหรับผู้ชำระเงิน ความเสี่ยงเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ผู้ชำระเงินรับรู้ถึงเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ชำระเงินที่มีเงินเป็นจำนวนมากรับรู้ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเช่นการสูญเสียเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การโจรกรรมหรือโดยการทิ้งข้อมูลนั้น ดังนั้น ปัจจัยด้านความเสี่ยงไม่มีความสัมพันธ์

**สมมติฐานข้อที่ 7** ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้งานระบบชำระเงินคิดว่า ผู้ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้วางใจว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ดูแบบระบบโดย

บริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ องค์กรผู้พัฒนาเงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้ใจได้ หรือ ผู้ใช้ไว้ใจว่าข้อมูลส่วนตัวของตนเองจะไม่ถูกเปิดเผยแล้ว โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ วริษฐา อภัยนนท์ (2557) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงกิ้ง (Mobile Banking) ของพนักงานธนาคาร A พบว่า ความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดความภักดี โดยที่ไม่มีใครต้องการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรที่ไม่มีความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นจึงเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งในการวัดคุณค่าขององค์กร

**สมมติฐานข้อที่ 8** ปัจจัยด้านการควบคุมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านควบคุมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์คิดว่า เงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัวและควบคุมการใช้เงินภายในเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ และยังสามารถชำระค่าบริการต่าง ๆ พร้อมทั้งตรวจสอบการทำรายการได้ผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้อีกด้วย โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Hedman et al. (2017) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยควบคุมส่งผลต่อการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสัมพัทธ์แบบตารางที่มีผลต่อรูปแบบของการชำระเงิน พบว่า การควบคุมความเชื่อทางวัฒนธรรมและความเสี่ยงการควบคุมเกี่ยวข้องกับการให้อำนาจแก่ผู้สั่งจ่ายในการตัดสินใจและข้อมูลเกี่ยวกับการเงินการใช้จ่ายและเครื่องมือการชำระเงิน ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้จ่ายเงินที่รู้ถึงยอดเงินที่ใช้จ่ายและช่วยให้ผู้จ่ายเงินสามารถควบคุมการเงินส่วนบุคคลของตนเองได้

**สมมติฐานข้อที่ 9** จากการทดสอบสมมติฐานโดย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์การรับรู้ต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยความเชื่อมั่นตนเอง ปัจจัยความสะดวกสบาย ปัจจัยอุปกรณ์ และปัจจัยควบคุม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงาน Hedman et al. (2017) ถ้าผู้ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้ใจว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ดูแลระบบโดยบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ องค์กรผู้พัฒนาเงินอิเล็กทรอนิกส์ไว้ใจได้ หรือ ผู้ใช้ไว้ใจว่าข้อมูลส่วนตัวของตนเองจะไม่ถูกเปิดเผยแล้ว ปัจจัยเหล่านี้จะมีผลเชิงบวกต่อการรับรู้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้งานได้ และในการใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์แล้ว ความเชื่อมั่นตนเอง หมายถึง ความเชื่อมั่นในตนเองของผู้ใช้งานในการใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Teoh, Chong, Lin, and Chua, 2013) ความสะดวกสบาย (convenience) เป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Azmi et al., 2016) สำหรับปัจจัยด้านอุปกรณ์ (equipment) การใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรเป็นระบบที่ดีไม่ติดขัด สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้โดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์ใดๆ เพิ่มเติม การติดตั้งระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ควรใช้เวลานานและควรมีความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด เป็นต้น (สุภาวดี ปิ่นเจริญ, 2558; ภคกร ลุ่มเพชรมงคล และเพ็ญจิรา

คันทรวงศ์, 2559; Hedman, Tan, Holst, and Kjeldsen, 2017) นอกจากนั้น ผู้ใช้ควรมีความรู้สึกควบคุม (control) ได้ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ด้วย (Hedman et al., 2017) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (consumers' perception towards e-payment system) หมายถึง ผู้ใช้รับรู้ว่าการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าช่องทางการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือ ผ่านธนาคาร หรือ ผ่านตู้เอทีเอ็ม การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าการใช้เงินสด หรือ การใช้บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิต (Teoh et al., 2013)

### 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

นักการตลาด หรือ ผู้ประกอบการให้บริการระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรนำผลการวิจัยนี้ไปวางแผนพัฒนาการดำเนินงานและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งปัจจัยตามลำดับ ดังนี้

5.3.1 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (trust) เนื่องจากผู้ใช้งานในปัจจุบันมีความกังวลใจเกี่ยวกับการให้ข้อมูลส่วนตัวและการทำธุรกรรมทางการเงินบนระบบออนไลน์สูง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นสร้างความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ และสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคเป็นลำดับแรก ด้วยการให้ข้อมูลที่ เป็นความจริง เก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการเป็นความลับ องค์กรที่ให้บริการต้องมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนาน เกิดเป็นความภักดี ทั้งนี้ควรให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคทันทีในกรณีที่เกิดความผิดพลาด เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถไว้วางใจได้ว่า ผู้ประกอบการไม่ได้ละเลยปัญหาที่เกิดขึ้นและปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับนั้นจะได้รับการแก้ไขอย่างแน่นอน

5.3.2 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเอง (self-efficacy) เนื่องจากผู้ใช้งานในปัจจุบันได้รับข้อมูลโดยเริ่มต้นจากบุคคลรอบข้าง เมื่อผู้ใช้งานเกิดความสนใจ จะทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำให้เกิดความมั่นใจได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์และมีความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ให้บริการ

5.3.3 ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย (convenience) ในปัจจุบันความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการใช้บริการ ถือเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องตากเป็นลำดับต้น ๆ ของการใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้ผู้ให้บริการสามารถใช้งานได้ง่ายและประหยัดเวลาในการใช้งาน

5.3.4 ปัจจัยด้านอุปกรณ์ (equipment) ปัญหาที่ผู้ใช้งานส่วนใหญ่พบเจอ คือ ระบบการใช้งานมีปัญหาในบางช่วงเวลา ทำให้ผู้ใช้งานมีความกังวลในด้านของความปลอดภัย ดังนั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อระบบการใช้งาน เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในขณะที่ให้บริการ อันจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในด้านความปลอดภัย

5.3.5 ปัจจัยด้านการควบคุม (control) การควบคุมการใช้งานเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องการเข้าถึงได้อย่างสะดวก สามารถแก้ไขข้อมูลส่วนบุคคลและสามารถตรวจสอบการทำรายการบนระบบ

ชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของตนเองได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาระบบเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล และเอื้อประโยชน์ในการควบคุมการใช้งานระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 งานวิจัยในอนาคตนักวิจัยสามารถเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคในเขตอื่น ๆ หรือกลุ่มที่อยู่ต่างจังหวัด และกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ นักเรียน หรือ นักศึกษา เป็นต้น เพื่อให้สามารถครอบคลุมประชากรผู้ใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น ตลอดจนศึกษาปัจจัยทางด้านการรับรู้ ซึ่งผู้บริโภคจะรับรู้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น นอกจากนั้น ยังสามารถต่อยอดไปยังปัจจัยด้านการตัดสินใจในการใช้บริการ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนารูปแบบการใช้จ่ายจากเงินสดไปสู่ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลของผู้ที่สนใจยังไม่ครอบคลุม ผู้ที่มีความสนใจยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้งานอย่างละเอียด นอกจากนี้ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีไปพัฒนาระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อตอบสนองการดำเนินชีวิตและความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้งานอย่างดีที่สุด

5.4.2 จากการทำ Factors Analysis ท้ายบทที่ 3 ในการศึกษาปัจจัยด้านความเชื่อมั่นตนเองในข้อความความคิดเห็นของผู้อื่นมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน (SF2) ท่านใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะท่านมั่นใจว่าท่านใช้งานได้ (SF4) อาจจะเป็นข้อความที่ไม่ควรจัดอยู่ในกลุ่มนี้ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ในข้อความท่านไม่มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย เมื่อท่านใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ (SE1) เรื่องความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน (SE2) ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยมากกว่าการใช้จ่ายเงินสด บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต (SE3) ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีการใส่รหัสผ่านก่อนจะชำระเงิน (SE4) อาจจะเป็นข้อความที่ไม่ควรจัดอยู่ในกลุ่มนี้ และปัจจัยด้านอุปกรณ์ ในข้อความสำหรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรมีระบบที่ดีสามารถใช้งานได้ไม่ติดขัด (EQ1) ในการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ควรต้องให้ท่านซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม (EQ2) การใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรเข้ามาแทนที่การใช้จ่ายเงินสดหรือบัตรเครดิต เพราะมีความปลอดภัยกว่า (EQ3) อาจจะเป็นข้อความที่ไม่ควรจัดอยู่ในกลุ่มนี้เช่นกัน เนื่องจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบนั้นๆ มีค่าน้อยกว่า 0.3 อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดในองค์ประกอบนี้จะนับเป็นข้อจำกัดในงานวิจัยนี้ต่อไป

## บรรณานุกรม

- AIS. (2558). *AIS mPay*. สืบค้นจาก <http://www.ais.co.th/mpay/Default.html>, 30 พฤศจิกายน 2560.
- blognone. (2559). *True Money ประเมิน คนไทยต้องการซื้อสินค้าดิจิทัลสูง*. สืบค้นจาก <https://www.blognone.com/node/79622>, 1 พฤศจิกายน 2560.
- Brandbuffet. (2558). *3 ค่ายยักษ์ใหญ่ AIS-Dtac-True ทะลายกฎ E-Wallet โอนเงินข้ามค่ายได้แล้ว*. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2015/11/e-wallet-cash-payless-3-operators>.
- brandinside. (2560). *Financial Service ยังต้องเดินต่อ แม้ “แจ้ว” ของ dtac ยังตามคู่แข่งอยู่ไกล*. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/jeaw-dtac-fin-service>.
- chillpainai.com. (2560). *10 ร้านเด็ดตลาดพลูอัปเดตใหม่ล่าสุด 2017 กับความอร่อยที่เก่ามาตั้งแต่รุ่นพ่อ...* สืบค้นจาก: <http://www.chillpainai.com/scoop/9001>.
- Jaew, W. (2558). *Jaew Wallet*. Retrieved from <http://www.jaew.co.th/>,
- lunlaa.com. (2560). *เทสโก้ โลตัส สาขา ปิ่นเกล้า(พาด้า)*. สืบค้นจาก <http://www.lunlaa.com/th/shop/14788>,
- maahalai. (2558). *สรุป ข้อดี-ข้อเสีย ของ TrueMoney Wallet*. สืบค้นจาก <http://maahalai.com/2015/03/%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%9B-%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%B5-%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B8%A2-%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87-truemoney-wallet/>.
- positioning. (2559). *จับตา อีเพย์เมนต์บนโมบาย สุดฮอต 3 ค่ายยักษ์ส่ง Apple Pay, Samsung Pay Android Pay บุกเอเชีย*. สืบค้นจาก <https://positioningmag.com/1110423>.
- truemoney. (2558). *TrueMomey Wallet*. สืบค้นจาก <http://www.truemoney.com/wallet/>.
- ThaiPBS. (2558). *Social Biz : 3 ค่ายมือถือบริการโอนเงินข้ามแอปพลิเคชันกระเป๋าสตางค์ออนไลน์*. สืบค้นจาก [https://www.youtube.com/watch?v=gx\\_P9SOR7mg&t=4s](https://www.youtube.com/watch?v=gx_P9SOR7mg&t=4s).
- ข่าวไทยรัฐออนไลน์. (2559). *สัดส่วนการใช้จ่ายระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)*. , สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/653154>.

- ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ. (2554). สืบค้นจาก  
[http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview\\_doc/econometrics\\_intro.htm](http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview_doc/econometrics_intro.htm)
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2544). การสุ่มตัวอย่าง (Sampling). สืบค้นจาก  
<http://www.watpon.com/Elearning/res22.htm>
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. สืบค้นจาก  
<http://www.watpon.com/spss/>
- เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์. (2553). ประเภทของตัวแปร. แหล่งที่มา:  
<http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ac=article&id=538633731>, 1  
 พฤศจิกายน 2560.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). AIS ขยายวง mPay ไม่ใช่ลูกค้ำก็มีกระเป๋าเงินออนไลน์ได้ สืบค้นจาก  
<https://www.thairath.co.th/content/525693>.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ.  
 กรุงเทพมหานคร: สภาวิจัยแห่งชาติ.
- นภัสสร จิระอุดมรัตน์ และ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้  
 บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการ  
 เสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับชาติและนานาชาติ 2560, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.  
 สืบค้นจาก: file:///C:/Users/Admims/Desktop/HMP4.pdf, 21 พฤศจิกายน 2560.
- ภคกร ลุ่มเพชรมงคล และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเล่นเกม  
 ด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตสาทร คลองเตย และบางรัก กรุงเทพมหานคร. ใน  
 การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 54, 2-5 ก.พ. 2559. (หน้า  
 455) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สืบค้นจาก:  
[http://kukr.lib.ku.ac.th/proceedings/KUCON2/search\\_detail/result/333431](http://kukr.lib.ku.ac.th/proceedings/KUCON2/search_detail/result/333431), 1  
 พฤศจิกายน 2560.
- วริษฐา อภัยนนท์. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง  
 (Mobile Banking) ของพนักงานธนาคาร A สำนักงานใหญ่ในพื้นที่ถนนสีลม  
 กรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก  
[http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1896/1/varitha\\_apai.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1896/1/varitha_apai.pdf), 1  
 พฤศจิกายน 2560.
- เว็บแบไต๋. (2559). รีวิว mPay App บริการรับชำระบิล เต็มเงินขึ้นเทพที่ไม่จำกัดเฉพาะผู้ใช้ AIS  
 สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/review/appreview/140648>, 30 พฤศจิกายน  
 2560.

- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน. (2555). *เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money)*. สืบค้นจาก <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/payment/Pages/e-money.aspx>, 1 พฤศจิกายน 2560.
- ศูนย์ข้อมูลเศรษฐกิจการคลังและการลงทุนของกรุงเทพมหานคร. (2558). *ข้อมูลสถิติเขตธนบุรี*. สืบค้นจาก [http://203.155.220.117:8080/BMAWWW/html\\_statistic/report\\_view.php?v\\_id=91, 30](http://203.155.220.117:8080/BMAWWW/html_statistic/report_view.php?v_id=91,30) พฤศจิกายน 2560.
- ศศทรรศน์ ศิริมหาธรรม และ เพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะบริโภคเครื่องดีมีรงนงสำเร็จรูปของผู้บริโภคในพื้นที่ชอยทองหล่อและสยามสแควร์ในกรุงเทพมหานคร. *การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 54*, 2-5 กุมภาพันธ์ 2559, กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก [http://kukr.lib.ku.ac.th/proceedings/KUCON2/search\\_detail/result/333431](http://kukr.lib.ku.ac.th/proceedings/KUCON2/search_detail/result/333431), 30 พฤศจิกายน 2560.
- สำนักงานเขตบางพลัด. (2560). *ข้อมูลประชา*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/bangphlat/page/sub/2103/%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99>, 1 ธันวาคม 2560.
- สำนักงานปกครองและทะเบียน สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2558). *สถิติจำนวนประชากรและบ้านในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายแขวงและเขต*. สืบค้นจาก [http://203.155.220.230/bmainfo/esp/pop/pop\\_58.pdf](http://203.155.220.230/bmainfo/esp/pop/pop_58.pdf), 1 ธันวาคม 2560.
- Azmi, A., Ang, Y. D., & Talib, S. A. (2016). Trust and justice in the adoption of a welfare e-payment system. *Transforming Government: People. Process and Policy*, 3, 391-410. doi: doi:10.1108/TG-09-2015-0037
- Cohen, J. (1997). *Statistical Power Analysis For The Behavioral Sciences*: New York: Academic.
- Erdfelder, E., Faul, F., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behav Research Methods Instruments & Computers*, 41(1), 1149-1160.



- Hedman, J., Tan, F. B., Holst, J., & Kjeldsen, M. (2017). Taxonomy of payments: a repertory grid analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 35 (1), 75-96.  
doi: doi:10.1108/IJBM-12-2015-0187
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying Regression and Correlation: A Guide for Students and Researchers*. สถานที่พิมพ์: SAGE
- Nitiphong. (2012). *Collinearity*. Retrieved from  
[www.nitiphong.com/paper\\_word/phd/Collinearity.doc](http://www.nitiphong.com/paper_word/phd/Collinearity.doc)
- Nunnally, C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- O'Brien, J. A. (2001). *Introduction to information systems*. Boston, Massachusetts: McGraw-Hill.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple Regression in Behavioral Research: Explanation and Prediction*: Harcourt Brace College.
- Teoh, W. M. Y., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research*, 23 ,(4): 465-485. doi: doi:10.1108/IntR-09-2012-0199
- Dory, V. Beaulieu, M., Pestiaux, D., Pouchanin, D., Gay, B., Rocher, G. & Boucher, L. (2009). The development of self-efficacy beliefs during general practice vocational training: an exploratory study. *Medical Teacher*, 31 (1), 39-44.
- Tsiakis, T. & Sthephanides, G. (2005). The concept of security and trust in electronic payments. *Computers and Security*, 24 (1), 10-15.



ผ่านพ้นความรู้เกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ :

#### AIS mPAY

เป็นบัตร Mastercard แบบเติมเงิน (Mastercard Prepaid Card) ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการบนร้านค้าออนไลน์ หรือ ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการได้ที่ร้านค้าร้านอาหาร ผ่าน Samsung pay ได้ทุกเว็บ ทุกร้าน ที่รับบัตร Mastercard



สามารถจ่ายค่าสินค้า บิลหรือบริการเพียงแค่ scan QR CODE หรือบริการต่างๆ เช่น เติมเงิน โอนเงิน หรือบริการของเอไอเอส



เงินอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง มูลค่าเงินที่บันทึกในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ชิพคอมพิวเตอร์ในบัตรพลาสติก เครือข่ายโทรศัพท์มือถือหรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

#### True money wallet

ลงทะเบียนกับ Wecard หรือ ผูกกับบัญชีธนาคารก็สามารถถอนเงิน โอนเงิน ซื้อสินค้าบริการต่างๆได้ โดยไม่ต้องพกบัตรเครดิต



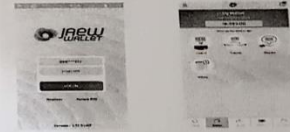
จ่ายบิลง่าย ๆ ด้วยการ Scan & Pay สะดวก เหมือนยก Counter มาอยู่ในมือคุณ



ซึ่งสามารถใช้ชำระค่าสินค้าบริการได้ตามร้านค้าที่รับชำระ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสดให้ยุ่งยาก และไม่เสียเวลาถอนเงินอีกด้วย ซึ่งมีตัวอย่างคือ AIS mPAY , True money wallet , Dtac Jaew wallet

#### Dtac Jaew wallet

เป็นบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้การชำระเงินเป็นเรื่องง่ายจากค่าย dtac, แม้ไม่มีบัตรเครดิต สามารถผูกบัญชีธนาคารหรือผูกกับบัญชีของ Paysbuy ซึ่งการติดตั้งแอปพลิเคชัน และสมัครผ่านแอปพลิเคชันหรือล็อกอินผ่านบัญชี Paysbuy



ก็สามารถทำรายการ โอนเงิน, จ่ายบิล, บริการเรียกเก็บเงิน, เติมเงินมือถือ หรือบริการอื่นๆ ได้อย่างปลอดภัย สะดวกและง่ายดายได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา





NO.....

**แบบสอบถาม**

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จึงใคร่ขอความกรุณาจากท่าน โปรดกรอกข้อมูลในแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งข้อมูลที่ได้จากท่านในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปใช้ทำวิจัยในครั้งต่อไป แบบสอบถามนี้เป็นของนางสาวพริ้นธร ฉัตรภรณ์วิเชียร ศึกษาอยู่ที่ มหาวิทยาลัย กรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> 1) ชาย	<input type="checkbox"/> 2) หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 1) 20 ปี หรือน้อยกว่า	<input type="checkbox"/> 2) 21-30 ปี
<input type="checkbox"/> 3) 31-40 ปี	<input type="checkbox"/> 4) 41-50 ปี
<input type="checkbox"/> 5) 51-60 ปี	<input type="checkbox"/> 6) 61 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพสมรส
 

<input type="checkbox"/> 1) โสด	<input type="checkbox"/> 2) สมรส/แต่งงาน
<input type="checkbox"/> 3) อื่นๆ (หม้าย/แยกทาง/หย่าร้าง)	
4. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2) ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 3) ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> 4) สูงกว่าปริญญาโท
5. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> 1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 2) พนักงานองค์กรเอกชน
<input type="checkbox"/> 3) แม่บ้าน/พ่อบ้าน	<input type="checkbox"/> 4) เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....	
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2) 10,000-20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3) 20,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4) 30,001-40,000 บาท

- 5) 40,001-50,000 บาท 6) 50,001 บาทขึ้นไป
7. ท่านเคยใช้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ระบบใดจากแผนพับความรู้ข้างต้น (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- 1) ทรูมันนี่ วอลเลท (true money wallet) 2) เอไอเอส เอ็มเพย์ (ais mpay)
- 3) ดีแทค แจว์ วอลเลท (dtac jeaw wallet)
8. ท่านรู้จักหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของรายใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- 1) ซัมซุง เพย์ (samsung pay) 2) แรทบิทไลน์ เพย์ (rabbit line pay)
- 3) ทรูมันนี่ วอลเลท (true money wallet) 4) เอไอเอส เอ็มเพย์ (ais mpay)
- 5) ดีแทค แจว์ วอลเลท (dtac jeaw wallet) 6) อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. ท่านชำระเงินในรูปแบบใดมากที่สุดในการชำระเงิน เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น (ตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก)
- 1) เงินสด 2) บัตรเดบิต
- 3) บัตรเครดิต 4) แอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....
10. ส่วนใหญ่ท่านใช้การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในการบริการทางด้านใดบ้าง
- 1) จ่ายบิลต่างๆ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าน้ำ ค่าไฟ 2) เติมเงินโทรศัพท์
- 3) ซื้อบัตรเงินสด เช่น บัตรทรูมันนี่ วันทูคอล 4) ซื้อบิ๊งออนไลน์
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ .....
11. ท่านใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยประมาณเท่าใดต่อครั้ง
- 1) 0-1,000 บาท 2) 1,001-2,000 บาท
- 3) 2,001-3,000 บาท 4) 3,001-4,000 บาท
- 5) 4,001-5,000 บาท 6) 5,001 บาทขึ้นไป

## ส่วนที่ 2

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

		ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความเชื่อมั่นตนเอง (self-efficacy)						
1	ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะท่านได้ยินข้อมูลเกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์					
2	ความคิดเห็นของผู้อื่นมีอิทธิพลต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน					
3	ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเพื่อนแนะนำ					
4	ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะท่านมั่นใจว่าท่านใช้งานได้					
ความปลอดภัย (security)						
1	ท่านไม่มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย เมื่อท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					

2	เรื่องความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน					
3	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิต					
4	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีการใส่รหัสผ่านก่อนจะชำระเงิน					
อิทธิพลทางสังคม (social influence)						
1	คนที่มีอิทธิพลต่อท่าน สนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
2	ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเพื่อนใช้					
3	สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
4	ครอบครัว สนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
ความสะดวกสบาย (convenience)						
1	ท่านใช้เวลาเพียงเล็กน้อยในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น จ่ายบิล โอนเงิน เดิมเงิน หรือ ชื้อบัตรเครดิต					
2	การใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านประหยัดเวลา ดังนั้นท่านจึงสามารถทำกิจกรรมอื่นๆได้อีก					
3	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวกกว่าการใช้เงินสด บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิต					
4	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เรียนรู้ได้ง่าย					
		<b>ระดับความคิดเห็น</b>				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
อุปกรณ์ (equipment)						
1	เงินอิเล็กทรอนิกส์ ควรมีระบบที่ที่สามารถใช้งานได้ไม่ติดขัด					
2	ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ควรต้องให้ท่านซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม					
3	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรเข้ามาแทนที่การใช้เงินสดหรือบัตรเครดิต เพราะมีความปลอดภัยกว่า					
4	การติดตั้งแอปพลิเคชันสำหรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรใช้เวลาไม่นาน					
ความเสี่ยง (risk)						
1	ท่านเป็นกังวลถ้าท่านลืมวิธีหรือลืมรหัสผ่านในการเข้าใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
2	ท่านมีความกังวล หากเงินที่อยู่ในแอปพลิเคชันเงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่านหายไป					
3	ท่านรับรู้ถึงคุณค่าและมูลค่าของการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
4	ท่านจะเป็นกังวลถ้าหากมีแฮคเกอร์ แแฮคเงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน					
ไว้วางใจ (trust)						
1	ท่านไว้วางใจว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ดูแลระบบโดยบริษัทที่มีความน่าเชื่อถือ					

2	ท่านไว้ใจที่จะส่งข้อมูลส่วนตัวของท่านผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3	ท่านไว้ใจองค์กรผู้พัฒนาเงินอิเล็กทรอนิกส์					
4	ท่านไว้ใจว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์จะไม่ถูกเปิดเผยให้ผู้อื่น					
ควบคุม (control)						
1	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรอนุญาตให้ท่านสามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัวของท่านได้					
2	ท่านสามารถควบคุมการใช้เงินของท่านกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้					
3	ท่านสามารถจ่ายบิล เติมเงิน โอนเงิน ชื้อบัตรเงินสด หรือถอนเงินผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้					
4	ท่านสามารถตรวจสอบการทำรายการทางการเงินผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ตลอดเวลา					
		<b>ระดับความคิดเห็น</b>				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (consumer's perception towards e-payment system)						
1	ท่านคิดว่าระบบการชำระเงินด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าช่องทางการชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ธนาकार หรือตู้เอทีเอ็ม					
2	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพมากกว่าเงินสด บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิต					
3	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์เชื่อถือได้ในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน					
4	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้งานง่ายที่เป็นมิตรต่อท่าน					

**คำชี้แจง :** ขอให้ท่านแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์

โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

นางสาวพีรันธร ฉัตรภรณ์วิเชียร

E-mail : phiranthon.chat@bumail.net





616/751 ลุมพินีปาร์คปิ่นเกล้า อาคาร A  
 ชั้น 19 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ  
 เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700  
 E-mail: Phiranthony@gmail.com

วันเสาร์ที่ 16 ธันวาคม พ.ศ. 2560

เรื่อง โคร้ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์  
 อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ  
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดิฉัน นางสาวพริ้นธร ฉัตรภรณ์วิเชียร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัย กำลังดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ประสพการณ์ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่าย โดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใครขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "-1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้องหรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....

(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงค์)

อาจารย์ที่ปรึกษา คณะบริหารธุรกิจ

ลงชื่อ.....

(นางสาวพริ้นธร ฉัตรภรณ์วิเชียร)

นักศึกษาปริญญาโท

616/751 คู่มือนิพนธ์ปริญญานิพนธ์ อาคาร A  
 ชั้น 19 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางน้ำพร  
 เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700  
 E-mail: [Phiranthony@gmail.com](mailto:Phiranthony@gmail.com)

วันศุกร์ที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2560

เรื่อง โคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ นิตยา ชันติวงษ์  
 ผู้จัดการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเทิดไท่ 21

ดิฉัน นางสาวพีรณิธ ฉัตรภรณ์วิเชียร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัย กำลัง  
 ดำเนินการศึกษาค้นคว้าวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงิน  
 อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากดิฉัน ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจกาแฟนี้ดี ดังนั้น ประสพการณ์ความคิดเห็นของ  
 ท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น  
 ดิฉันใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective  
 Congruence : IOC) ดังนี้ "+1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้  
 เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "-1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่  
 น่าจะถูกต้องหรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์  
 ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....  


(นางสาวนิตยา ชันติวงษ์)  
 ผู้จัดการเซเว่น อีเลฟเว่น สาขาเทิดไท่ 21

ลงชื่อ.....  


(นางสาวพีรณิธ ฉัตรภรณ์วิเชียร)  
 นักศึกษาปริญญาโท

616/751 ลุมพินีปาร์คปิ่นเกล้า อาคาร A  
 ชั้น 19 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางบำหรุ  
 เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700  
 E-mail: [Phiranthony@gmail.com](mailto:Phiranthony@gmail.com)

วันศุกร์ที่ 14 กรกฎาคม พ.ศ. 2560

เรื่อง โครขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ พิมพ์ จันทร์  
 ผู้จัดการเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาตลาดน้อย

ดิฉัน นางสาวพีรณิธร ฉัตรภรณ์วิเชียร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัย กำลัง  
 ดำเนินการศึกษาค้นคว้าวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงิน  
 อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากดิฉัน ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์นี้ดี ดังนั้น  
 ประสพการณ์ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภค  
 ของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใครขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index  
 of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายโดย  
 ผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "-1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่  
 ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้องหรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์  
 ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....  
 (นางสาวพิมพ์ จันทร์)  
 ผู้จัดการเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาตลาดน้อย

ลงชื่อ.....  
 (นางสาวพีรณิธร ฉัตรภรณ์วิเชียร)  
 นักศึกษาปริญญาโท

616/751 ลุมพินีปาร์คปิ่นเกล้า อาคาร A  
 ชั้น 19 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางป้า  
 เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700  
 E-mail: Phiranthonya@gmail.com

วันศุกร์ที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2560

เรื่อง ไคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณ วิโรจน์ หมั่นทอง  
 ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขาท่าयाง เพชรบุรี

ดิฉัน นางสาวพริ้นธร ฉัตรภรณ์วิเชียร นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัย กำลัง  
 ดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ของผู้บริโภคกรุงเทพมหานครต่อระบบชำระเงิน  
 อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ประสพการณ์ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจ  
 ได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใครขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนี  
 ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียน  
 ที่ถูกต้อง เข้าใจง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "-1" หมายถึง  
 ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้องหรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์  
 ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....  
 (นายวิโรจน์ หมั่นทอง)

ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพ สาขาท่าयाง เพชรบุรี

ลงชื่อ.....  
 (นางสาวพริ้นธร ฉัตรภรณ์วิเชียร)

นักศึกษาระดับปริญญาโท

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ	รวมคะแนน
<b>Self -efficacy</b>		<b>ความเชื่อมั่นตนเอง</b>			
(Teoh, Chong, Lin, & Chua, 2013)	I will only use an e-payment system if I heard it before	SF1: ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์เพราะท่านได้ยินข้อมูลเกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์			
	The comments of other people will influence my intention to use an e-payment system	SF2: ความคิดเห็นของผู้อื่นมีอิทธิพลต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน			
	I will use an e-payment system when my friends introduce it to me	SF3: ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเพื่อนแนะนำ			
		SF4: ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะท่านมั่นใจว่าท่านใช้งานได้			
<b>Security</b>		<b>ความปลอดภัย</b>			
(Teoh et al., 2013)	I am concerned about my security when using an e-payment system	SE1: ท่านไม่มีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยเมื่อท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (มีการปรับเนื้อให้เป็นเชิงบวก)			
	Matters of security have significant influence on me in using an e-	SE2: เรื่องความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่าน			

	payment system				
		SE3: ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต			
		SE4: ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีการใส่รหัสผ่านก่อนจะชำระเงิน			
<b>Social influence</b>		<b>อิทธิพลทางสังคม</b>			
(Azmi, Ang, & Talib, 2016)	People who influence my behavior think I should use the e-Br1M	SI1: คนที่มีอิทธิพลต่อท่านสนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์			
	I would use e-BR1M if my friends use them	SI2: ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะเพื่อนใช้			
	The media influenced my decision to use e-BR1M	SI3: สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์			
	Family / friends encourage me to use e-BR1M	SI4: ครอบครัว สนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์			
<b>Convenience</b>		<b>ความสะดวกสบาย</b>			
(Azmi et al., 2016)	It takes only a little time and effort to fill up an e-BR1M	CO1: ท่านใช้เวลาเพียงเล็กน้อยในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น			

	through the internet	จ่ายบิล โอนเงิน เติมเงิน หรือ ชื้อบัตรเงินสด			
	Using e-BR1M service saves me time, so I can do other activities	CO2: การใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านประหยัดเวลา ดังนั้นท่านจึงสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ได้อีก			
	It is more convenient to fill up BR1M form online through the internet when compared to the traditional counter service	CO3: การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวกกว่าการใช้เงินสด บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิต			
	Ease of learning	CO4: การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เรียนรู้ได้ง่าย			
<b>Equipment</b>		<b>อุปกรณ์</b>			
(Hedman, Tan, Holst, & Kjeldsen, 2017)	IT infrastructure dependent	EQ1: เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีระบบที่ดีสามารถใช้งานได้ไม่ติดขัด (มีการปรับเนื้อหาให้เข้าใจง่ายขึ้น)			
	Requires extra hardware	EQ2: ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ควรต้องให้ท่านซื้ออุปกรณ์เพิ่มเติม			
	Internet access	EQ3: การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรเข้ามาแทนที่การใช้เงินสดหรือบัตรเครดิต เพราะมีความ			

		ปลอดภัยกว่า			
		EQ4: การติดตั้ง แอปพลิเคชันสำหรับเงิน อิเล็กทรอนิกส์ควรใช้เวลา ไม่นาน			
<b>Risk</b>		<b>ความเสี่ยง</b>			
(Hedman et al., 2017)	Loss of access	RK1: ท่านเป็นกังวลถ้า ท่านลืมวิธีหรือลืมรหัสผ่าน ในการเข้าใช้เงิน อิเล็กทรอนิกส์			
	Loss of value (consequence of losing PI)	RK2: ท่านมีความกังวล หากเงินที่อยู่ใน แอปพลิเคชันเงิน อิเล็กทรอนิกส์ของท่าน หายไป			
	Awareness of value	RK3: ท่านรับรู้ถึงคุณค่า และมูลค่าของการใช้เงิน อิเล็กทรอนิกส์			
	Theft	RK4: ท่านจะเป็นกังวลถ้า หากมีแฮคเกอร์ แฮคเงิน อิเล็กทรอนิกส์ของท่าน			
<b>Trust</b>		<b>ไว้วางใจ</b>			
(Hedman et al., 2017)	Tie to provider	TU1: ท่านไว้วางใจว่าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ที่ดูแลระบบ โดยบริษัทที่มีความ น่าเชื่อถือ			



	Providing sensitive information to receiver	TU2: ท่านไว้วางใจที่จะส่งข้อมูลส่วนตัวของท่านผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์			
	Trust in provider	TU3: ท่านไว้วางใจองค์กรผู้พัฒนาเงินอิเล็กทรอนิกส์			
		TU4: ท่านไว้วางใจว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์จะไม่ถูกเปิดเผยให้ผู้อื่น			
<b>Control</b>		<b>ควบคุม</b>			
(Hedman et al., 2017)	Identity	CT1: ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรอนุญาตให้ท่านสามารถปรับเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัวของท่านได้			
	Consequence : control	CT2: ท่านสามารถควบคุมการใช้เงินของท่านกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้			
	Feedback	CT3: ท่านสามารถจ่ายบิลเติมเงิน โอนเงิน ชื้อบัตรเงินสด หรือถอนเงินผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้			
	Detect transactions	CT4: ท่านสามารถตรวจสอบการทำรายการทางการเงินผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้			

		ตลอดเวลา			
<b>Consumers' perception towards e-payment system</b>		<b>การรับรู้ของผู้บริโภคต่อระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์</b>			
(Teoh et al., 2013)	An e-payment system is better than traditional payment channels	CPE1: ท่านคิดว่าระบบการชำระเงินด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ดีกว่าช่องทางชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส ธนาคารและตู้เอทีเอ็ม			
	E-payment system is much more efficient than traditional payment channels	CPE2: ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพมากกว่าเงินสด บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิต			
	I will choose the trusted e-payment system to make transaction	CPE3: ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์เชื่อถือได้ในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน			
	I feel that a user-friendly e-payment system will influence me to adopt the system	CPE4: ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้งานง่ายที่เป็นมิตรต่อท่าน			

**บรรณานุกรม (เฉพาะ Form to Expert)**

- Azmi, A., Ang, Y. D., & Talib, S. A. (2016). Trust and justice in the adoption of a welfare e-payment system. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 10(3), 391-410. doi: doi:10.1108/TG-09-2015-0037
- Hedman, J., Tan, F. B., Holst, J., & Kjeldsen, M. (2017). Taxonomy of payments: a repertory grid analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 35(1), 75-96. doi: doi:10.1108/IJBM-12-2015-0187
- Teoh, W. M. Y., Chong, S. C., Lin, B., & Chua, J. W. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *internet Research*, 23(4), 465-485. doi: doi:10.1108/IntR-09-2012-0199



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

พีรันทร์ ฉัตรภรณ์วิเชียร

อีเมล

phiranthon.chat@bumail.net

วุฒิการศึกษา

ปริญญาตรีบริหารธุรกิจ

สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 323/1-2  
ซอย - ถนน ใหญ่ ตำบล/แขวง กาชาง  
อำเภอ/เขต กาชาง จังหวัด ภูเก็ต รหัสไปรษณีย์ 76130  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590201823  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....สาขาวิชา..... คณะ บริหารธุรกิจ  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความรับรู้ของยูนิโคคในเขตธนบุรี และ เขตบางพลัด  
ในกรุงเทพมหานครจากระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร.....บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.....ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ... [redacted]...ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( [redacted] )

ลงชื่อ [redacted] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ [redacted] พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ [redacted] พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร