ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Intention to Use SAMSUNG PAY Payment System of Consumers in Bangkok

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Intention to Use SAMSUNG PAY Payment System of Consumers in Bangkok

อัครภาส เกียรติเสริมขจร

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560

©2561
อัครภาส เกียรติเสริมขจร
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย อัครภาส เกียรติเสริมขจร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา [redacted]
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม)

ผู้เชี่ยวชาญ [redacted]
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ์)

[redacted]
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
17 มีนาคม 2561

อัครภาส เกียรติเสริมขจร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (62 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย และการรับรู้ความมีประโยชน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNGPAY โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ตัวแปรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระคือ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม และด้านประสบการณ์ ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ความสลับซับซ้อน ความเข้ากันได้ การสังเกตเห็นได้ และการทดลองได้ ตัวแปรคั่นกลางคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความมีประโยชน์ และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ การหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพสมรส/แต่งงาน/อยู่กินร่วมกัน การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้อยู่ในช่วง 15,001 - 30,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY และมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความมีประโยชน์ แต่ละปัจจัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ระบบชำระเงิน, คุณลักษณะนวัตกรรม, การรับรู้ความง่าย, ความมีประโยชน์, ความตั้งใจใช้ระบบ

Kiatsoemkhachorn, A. M.B.A., March 2018, Graduate School, Bangkok University.
Factors Affecting Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness and Intention to Use SAMSUNG PAY Payment System of Consumers in Bangkok (62 pp.)
Advisor: Asst.Prof.Saranyapong Thiangtam, Ph.D.

ABSTRACT

The study aims to study perceived ease of use and perceived usefulness factors that affect the intention to use SAMSUNG PAY payment system by using the questionnaire as the tool to collect data from the sample group of 400 Bangkok consumers.

The variables in this research consisted of consumer's innovativeness and mobile payment experiences, the innovation attributes of relative advantage, complexity, compatibility, observability and trialability as the independent variables; perceived ease of use and perceived usefulness as the mediating variables; and intention to use as the dependent variable. Statistics used for data analysis were percentage, frequency, standard deviation and linear model of multiple regression analyses.

The results indicated that the majority of respondents were females with 21-30 years of age, married or living together with their partners, Bachelor's degree holders, employees with monthly personal income ranged 15,001 - 30,000 baht. The results of hypothesis test showed that mobile payment experiences had a positive influence on both perceived usefulness and perceived ease of use. The innovation attributes of observability influenced positively on perceived usefulness. Both the perceived ease of use and perceived usefulness had positive effects to the intention to use of SAMSUNG PAY payment system at .05 significant level.

Keywords: Payment System, Innovation Attributes, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้วิจัย โดยอันดับแรกนั้นขอกล่าวขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม ที่ได้สละเวลามาชี้แนะแนวทางดำเนินการวิจัย ให้คำปรึกษา รวมถึงช่วยอธิบายข้อสงสัยต่าง ๆ ที่ทางผู้วิจัยเกิดข้อสงสัย และประสบพบเจอในการดำเนินการทำวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงช่วยเหลือ ชี้แนะแนวทาง แก้ไขข้อบกพร่อง ตรวจทาน และเสริมองค์ความรู้ต่าง ๆ ให้วรรณกรรมของผู้วิจัยนั้น มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

อันดับถัดไปขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อช่วยเหลือผู้วิจัยในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม รวมถึงให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงข้อคำถาม เพื่อให้มีความเหมาะสม ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจได้ง่าย และเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้โอกาสทางการศึกษา จนทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสพัฒนาองค์ความรู้ต่างๆ ทั้งทางด้านทักษะทางด้านวิชาการ และทักษะทางด้านความคิดเสมอมา

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ให้การช่วยเหลือ ช่วยสนับสนุนข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัยตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยเริ่มทำการศึกษาวิจัย

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่า ให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วนสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอมอบองค์ความรู้ ประสิทธิผลที่เกิดจากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ รวมถึงคุณงามความดีเหล่านี้ให้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

อัครภาส เกียรติเสริมขจร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิด และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ	4
2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้งาน	7
2.3 แนวคิด และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล	8
2.4 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม	9
2.5 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะใช้	15
2.6 สมมติฐานการวิจัย	16
2.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย	
3.1 ประเภทของงานวิจัย	18
3.2 ประชากร และการเลือกตัวอย่าง	18
3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ	18
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	21
3.5 การทดสอบเครื่องมือ	23
3.6 วิธีการเก็บข้อมูล	25
3.7 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.8 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล	25

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) 26

4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร 29

4.3 การรายงานผลด้วยสถิติแบบพหุตัวแปร (Multivariate Statistics) 37

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัยและผลการทดสอบสมมติฐาน 42

5.2 อภิปรายผล 45

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลไปใช้ทางธุรกิจ 48

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป 49

บรรณานุกรม 50

ภาคผนวก 54

ประวัติผู้เขียน 62

เอกสารตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1: การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถาม 24

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม n = 400 26

ตารางที่ 4.2: ระดับความคิดเห็นลักษณะของบุคคลด้านนวัตกรรม 29

ตารางที่ 4.3: ระดับความคิดเห็นลักษณะของบุคคลด้านประสบการณ์ 30

ตารางที่ 4.4: ระดับความคิดเห็นด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ 31

ตารางที่ 4.5: ระดับความคิดเห็นด้านความสลับซับซ้อน 31

ตารางที่ 4.6: ระดับความคิดเห็นด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้ 32

ตารางที่ 4.7: ระดับความคิดเห็นด้านการสังเกตเห็นได้ 33

ตารางที่ 4.8: ระดับความคิดเห็นด้านการทดลองได้ 33

ตารางที่ 4.9: ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ 34

ตารางที่ 4.10: ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 35

ตารางที่ 4.11: ระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจ 36

ตารางที่ 4.12: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY 37

ตารางที่ 4.13: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY 38

ตารางที่ 4.14: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY 39

ตารางที่ 4.15: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 40

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1: แผนภาพทฤษฎีการทำนายพฤติกรรมของบุคคลในสถานการณ์เฉพาะ 6

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดการวิจัย 17

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในโลกยุคปัจจุบัน การซื้อสินค้า หรือบริการจากร้านค้าด้วยการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่ให้บริการโดยธนาคารนั้น ถือเป็นเรื่องปกติที่พบเห็นได้ง่าย และเป็นวิธีการชำระเงินที่ค่อนข้างง่าย รวดเร็ว และสามารถเชื่อถือได้ ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 นั้นประเทศไทยมีมูลค่าการใช้บัตรเครดิตตลอดทั้งปีสูงถึง 1.19 ล้านล้านบาท (สิกขวัณณ์ โชติประดิษฐ์, 2560) และมีจำนวนบัตรเครดิตในระบบสูงถึง 23.06 ล้านใบ (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2560)

รูปแบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตเดิมนั้นผู้ใช้บัตรเครดิตจำเป็นที่จะต้องมีบัตรเครดิตตัวจริงเพื่อใช้ในการยืนยันในการชำระค่าสินค้า ผ่านเครื่องอ่านบัตรเครดิต (Electronic Data Capture: EDC) จากผู้รับบริการชำระสินค้า ทำให้ผู้ใช้บริการจำเป็นที่จะต้องพกบัตรเครดิตติดตัวอยู่ตลอดเวลา แต่ปัจจุบันนั้น เทคโนโลยีมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว หลายธุรกิจคิดค้นเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถเป็นสื่อกลางในการชำระเงินแทนบัตรเครดิตได้ ไม่ว่าจะเป็น บัตรเครดิตเสมือน (Virtual Credit Card) กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) และอื่น ๆ (Growth Bee, 2560) อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมเหล่านี้ยังไม่สามารถเข้ามาแทนที่บัตรเครดิตที่มีอยู่ในปัจจุบันได้เนื่องจากข้อจำกัดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ ความปลอดภัย ความง่ายในการใช้งาน หรือการรองรับเทคโนโลยีจากร้านค้า และอื่น ๆ ทำให้ไม่สามารถเข้ามาทดแทนการใช้บัตรเครดิตในรูปแบบเดิมได้ ประเมินจากสถิติการใช้สื่อกลางอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสดในการซื้อสินค้า และบริการในประเทศไทย พ.ศ. 2559 พบว่า 33.5 เปอร์เซ็นต์ชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และมีเพียง 12.3 เปอร์เซ็นต์ที่ชำระด้วยกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือเทคโนโลยีอื่น ๆ (Nuttaputch, 2559)

ระบบ SAMSUNG PAY คือ ระบบชำระเงินที่สามารถเก็บข้อมูลบัตรเครดิต ซึ่งประกอบไปด้วยเลขที่บัตร 16 หลัก ชื่อผู้ถือบัตร เดือนและปีที่หมดอายุ และเลขรหัสความปลอดภัยของบัตรเครดิตเอาไว้ในสมาร์ทโฟนบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เพื่อใช้แทนบัตรเครดิตจริง ๆ ในการซื้อสินค้าและบริการ โดยใช้สมาร์ทโฟนดังกล่าวแทนบัตรเครดิต ซึ่งระบบ SAMSUNG PAY นั้นจะส่งข้อมูลบัตรเครดิตด้วยการจำลองคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ไปยังเครื่องอ่านบัตรเครดิตเพื่ออ่านข้อมูลบัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟนแทน จึงส่งผลให้ระบบ SAMSUNG PAY นั้นสามารถใช้งานได้กับเครื่องอ่านบัตรเครดิตได้ทันที โดยที่ร้านค้าไม่จำเป็นต้องทำการปรับเปลี่ยนระบบใด ๆ เลย (กิตตินันท์ นาคทอง, 2559) อีกทั้งความสามารถอื่น ๆ ที่ถูกพัฒนาให้ดีกว่าการใช้บัตรเครดิตในรูปแบบเดิม ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยผ่านลายนิ้วมือ และม่านตา การป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลที่ถูกเข้ารหัสข้อมูลในระดับฮาร์ดแวร์ ด้วยการใช้งานจริงที่ค่อนข้างง่าย ใกล้เคียงกับการใช้บัตรเครดิตในรูปแบบเดิม

(ซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์, 2559) จึงเป็นที่คาดการณ์ว่าระบบ SAMSUNG PAY จะมีโอกาสแพร่หลายในอนาคตอันใกล้

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องของ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) Rogers (1962) สรุปว่า การที่สังคมมนุษย์จะมีนวัตกรรมใดในสังคมนั้น จะต้องผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประดิษฐ์กับผู้ใช้ (Interactive Innovator and User) และขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่าง ๆ ของนวัตกรรม ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY จะเป็นข้อมูลที่ประโยชน์ต่อผู้พัฒนาระบบ SAMSUNG PAY และผู้ให้บริการรายอื่น เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ ปรับปรุง และพัฒนาการบริการให้มีศักยภาพที่มากขึ้น เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในรูปแบบที่เหมาะสมในอนาคตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY อันได้แก่ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ความสลับซับซ้อน ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ การสังเกตเห็นได้ และการทดลองได้

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY อันได้แก่ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ความสลับซับซ้อน ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ การสังเกตเห็นได้ และการทดลองได้

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจได้แก่ การรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1.3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรคือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ได้จากการสุ่มแบบอาศัยความสะดวก

1.3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรต้น คือ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งานลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อน ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้และลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้

2) ตัวแปรคั่นกลาง คือ การรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

3) ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้ระบบ SAMSUNG PAY

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ประโยชน์ทางด้านวิชาการ

1.4.1.1 เพื่อเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์อันได้แก่ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ความสลับซับซ้อน ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ การสังเกตเห็นได้ การทดลองได้ และความง่ายในการใช้งาน

1.4.1.2 เพื่อเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานอันได้แก่ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ความสลับซับซ้อน ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ การสังเกตเห็นได้ และการทดลองได้

1.4.1.3 เพื่อเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้อันได้แก่ การรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

1.4.2 ประโยชน์ในการนำไปใช้

1.4.2.1 เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้พัฒนาระบบ SAMSUNG PAY ในการปรับปรุงระบบหรือการสื่อสารเพื่อให้ระบบเป็นที่ยอมรับและมีโอกาสเกิดการใช้มากขึ้น

1.4.2.2 เพื่อเป็นแนวทางให้กับระบบอื่น ๆ ที่มีลักษณะระบบในเรื่องของการชำระเงินใกล้เคียงกับระบบ SAMSUNG PAY ในการนำผลวิจัยไปต่อยอดนวัตกรรมใหม่ ๆ อันจะเพิ่มความตั้งใจในการใช้ระบบได้มากขึ้น

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งาน

2.3 แนวคิด และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

2.4 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.5 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะใช้

2.6 สมมติฐานการวิจัย

2.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ

นิยามและความหมาย

Roger (2003) ให้คำนิยาม การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีนั้นไปใช้ได้อย่างเต็มที่ โดยการยอมรับของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่บุคคลได้สัมผัสกับเทคโนโลยีนั้น ๆ และถูกชักจูงให้ยอมรับ ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และยืนยันการปฏิบัตินั้น กระบวนการนี้อาจจะใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือ ตัวยุคคลและลักษณะของเทคโนโลยี

Bloomfield, Libby และ Nelson (2003) ได้เสนอคำใหม่ที่มีความหมายเหมาะสมมากกว่าการยอมรับเทคโนโลยี คือ กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1) ขั้นความรู้ (Knowledge Stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมโดยความรู้ถูกแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความรู้ว่ามีนวัตกรรมนั้นอยู่ (2) ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานนวัตกรรมนั้น และ (3) ความรู้เกี่ยวกับหลักการที่อยู่เบื้องหลังนวัตกรรมนั้นรวมถึงการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม

2) ขั้นความรู้สึก (Persuasion Stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะเกิดความรู้สึกชอบ หรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น หลังจากศึกษาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นแล้ว

3) ขั้นตัดสินใจ (Decision Stage) เป็นการตัดสินใจระหว่างการยอมรับ หรือไม่ยอมรับที่จะทดลองนวัตกรรมนั้น

4) ขั้นยืนยัน (Confirmation Stage) เป็นขั้นที่บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อยืนยันการตัดสินใจ หากพบข้อขัดแย้งบางอย่างอาจจะทำให้เปลี่ยนความตั้งใจจากการยอมรับนวัตกรรมเป็นไม่ยอมรับนวัตกรรม หรือจากเดิมไม่ยอมรับนวัตกรรมเปลี่ยนเป็นยอมรับนวัตกรรม

Foster (1973) ให้ความหมายของ การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การที่บุคคลได้เรียนรู้ผ่านการศึกษาโดยผ่านขั้นตอนในการรับรู้ โดยการยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้นั้นจะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติซ้ำแล้วซ้ำเล่าจนแน่ใจว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถให้ประโยชน์ได้ จึงจะตัดสินใจซื้อเทคโนโลยีนั้น

Aggelidis และ Chatzoglou (2016) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นทฤษฎีที่ถูกยอมรับว่าเป็นทฤษฎีที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุดที่สามารถอธิบายพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในระบบสารสนเทศได้เป็นอย่างดี

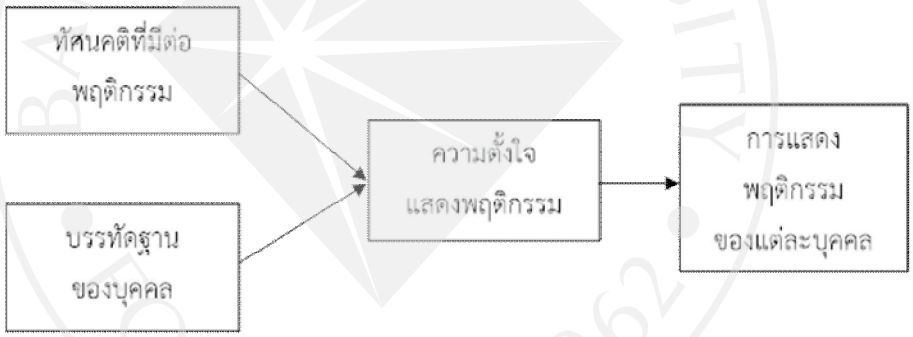
Venkatesh และ Davis (2000) ได้พัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 (TAM2) เพื่อให้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ระบบสารสนเทศได้ชัดเจนยิ่งขึ้นโดยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 2 ได้ปรับปรุงตัวแปรภายนอก และปัจจัยเกิดก่อน (Antecedents) ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ และการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน และมีความทันสมัยมากขึ้น จากการวิจัยพบว่า บรรทัดฐานของสังคม ความสมัครใจ ภาพลักษณ์ และกระบวนการใช้ปัญญา คือความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงานคุณภาพของผลลัพธ์ที่สามารถแสดงให้เห็นก่อนได้ และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ทั้งหมดนี้เป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ และบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบของการแสดงพฤติกรรมของบุคคลเป็นปัจจัยหลักที่กำหนดความตั้งใจที่จะใช้งานและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ และภาพลักษณ์ในทางบวกสำหรับผลกระทบของตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรตาม อันได้แก่ ประสบการณ์ และความสมัครใจจะเกิดควบคู่ และมีความเชื่อมโยงระหว่างบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม และความตั้งใจที่จะใช้งาน

แนวคิดและทฤษฎี

Fishbein และ Ajzen (1975) เป็นหนึ่งในทฤษฎีทางจิตวิทยายาสังคม (Social Psychology) ที่ถูกนำมาใช้ในการทำนายพฤติกรรมมนุษย์มากที่สุด ทฤษฎีนี้ได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมว่า เป็นสิ่งที่บุคคลจะประกอบพฤติกรรมใด ๆ นั้นสามารถทำนายได้จากการวัดค่าความเชื่อ (Beliefs) ทัศนคติ (Attitude) และความตั้งใจกระทำ (Intention) แนวคิดนี้เชื่อว่าบุคคลจะพิจารณาเหตุและผลก่อนการกระทำเสมอ โดยปกติมนุษย์จะเป็นผู้ที่มีเหตุผล และใช้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อตนเองอย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุถึงการตัดสินใจ

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) อธิบายว่า พฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ (Social Behavior) ไม่ได้ถูกกระทำโดยสาเหตุจูงใจที่ขาดสติสัมปชัญญะ (Unconscious Motive) แต่ถูกกำหนดโดยความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมนั้น (Behavioral Intention) ซึ่งจะขึ้นอยู่กับความตั้งใจ และบรรทัดฐานของแต่ละบุคคล ซึ่งในบางครั้งบรรทัดฐานของบุคคลสามารถตีความได้ว่า เป็นการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการที่จะกระทำพฤติกรรม ดังนั้นหากสามารถทำนายความตั้งใจได้ ก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยทั่วไปบุคคลจะมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมอันใดอันหนึ่งก็ต่อเมื่อได้ประเมินแล้วว่าพฤติกรรมนั้นมีผลในทางบวก และบุคคลผู้เห็นความสำคัญว่าเขาที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น และความตั้งใจที่จะทำพฤติกรรมนั้นจะเกิดขึ้นโดยทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) จึงเป็นทฤษฎีที่ถูกนำมาอธิบาย และทำนายพฤติกรรมของบุคคลในสถานการณ์เฉพาะ (Fishbein & Ajzen, 1975)

ภาพที่ 2.1: แผนภาพทฤษฎีการทำนายพฤติกรรมของบุคคลในสถานการณ์เฉพาะ



ที่มา: Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Philippines: Addison-Wesley.

ทฤษฎีของ Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989) เป็นทฤษฎีของการกระทำตามหลักเหตุและผล เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์พฤติกรรมและการทำความเข้าใจของมนุษย์ ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดของ (The Theory of Reasoned Action: TRA) โดย TAM จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับ หรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

External Variable หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรจากภายนอกซึ่งเข้ามามีบทบาทในการสร้างความรับรู้ของแต่ละคนให้มีความแตกต่างกันไป ซึ่งประกอบไปด้วย ประสบการณ์ ความเชื่อ พฤติกรรมทางสังคม และความเข้าใจ เป็นต้น

Perceived Usefulness (PU) หมายถึง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ เป็นตัวกำหนดการรับรู้ในระดับบุคคล กล่าวคือ แต่ละคนนั้นจะรับรู้ถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่จะเข้ามาช่วยพัฒนาในส่วนต่าง ๆ ซึ่งจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไปซึ่ง HalilovićC และ Cicic (2001) และ Saadé (2007) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ถึงประโยชน์ไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นกับผลที่คาดหวังไว้ ซึ่งส่งผลถึงความพึงพอใจ และการรับรู้ถึงประโยชน์ของระบบสารสนเทศที่จะเกิดขึ้นจากประสบการณ์การเรียนรู้ในอดีตที่ผ่านมา รวมถึง Davis และ Arbor (1989) ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับคือ ระดับความเชื่อเฉพาะของบุคคลนั้นต่อการใช้เทคโนโลยีว่ามีส่วนช่วยให้ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้นได้หรือไม่

Perceived Ease of Use (PEOU) หมายถึง ความง่ายในการใช้ ซึ่งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ทั้งในแง่ของปริมาณหรือความสำเร็จจะได้รับ ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานระบบซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yi, Jackson, Park และ Probst (2006) จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ความเต็มใจของบุคคลในการทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ กับอิทธิพลในการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ และความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่

Attitude toward Using หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้งานระบบ ว่ามีความสนใจที่จะใช้งานระบบมากน้อยเพียงใด

Intention to Use หมายถึง พฤติกรรมความสนใจของผู้ใช้งาน ที่ใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ

Actual Systems Use หมายถึง ผู้ใช้งานยอมรับ และนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้งานจริง การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเทคโนโลยีที่ใช้นั้นมีความง่ายต่อการใช้งานก็จะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน จนกลายเป็นพฤติกรรม และส่งผลไปถึงการยอมรับ และการใช้งานจริงในที่สุด (Venkatesh & Davis, 2000)

2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้งาน

นิยามและความหมาย

Blake (2003) ได้กล่าวถึงประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตว่า บุคคลที่ใกล้ชิดกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีโอกาสที่จะใช้บริการซื้อสินค้า และบริการผ่านระบบออนไลน์ มากกว่าผู้ที่ไม่ได้ใกล้ชิด หรือมีประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตมาก่อน

Goldsmith (2001) ได้สรุปว่า ประสบการณ์ในการใช้งานมีผลต่อทัศนคติในการรับรู้ และการตัดสินใจที่ใช้นวัตกรรมนั้น และมีผลต่อความต้องการใช้งานของฟีเจอร์ในระบบนั้น ๆ ต่อไป

Farag, Schwanen, Dijst และ Faber (2007) ได้กล่าวว่า การที่ผู้บริโภคใช้ระยะเวลาในการใช้งานเทคโนโลยีเป็นระยะเวลานาน จะทำให้มีโอกาสที่จะเกิดการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีได้มากยิ่งขึ้น และหากผู้บริโภคคนนั้นเคยใช้บริการทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ออนไลน์แบงค์กิ้ง (Online Banking) หรือการชำระเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Payment) อย่างใดอย่างหนึ่งมาแล้ว ก็มีแนวโน้มที่ผู้บริโภคกลุ่มนั้นจะยอมรับบริการอย่างอื่นในลักษณะเดียวกันด้วยเช่นกัน

Bauer และ Alguard (1987) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลในทางจิตวิทยามีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับการใช้งานนวัตกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ซึ่งเกิดจากการที่เคยใช้งาน หรือเคยผ่านประสบการณ์นั้นมาก่อน ซึ่งพฤติกรรมการใช้งานของบุคคลนั้นจะเปลี่ยนไปตามการเรียนรู้จากเหตุการณ์ที่บุคคลนั้นเคยประสบมา

Satheye (1999) ได้สรุปว่า สิ่งที่ผู้บริโภครับรู้ได้ในปัจจุบัน เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต และความคาดหวังของแต่ละบุคคลนั้นก็มีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ในอดีตเช่นเดียวกัน ดังนั้นหากผู้บริโภคจะสามารถใช้บริการระบบที่มีลักษณะใกล้เคียงกับระบบที่เคยใช้โดยใช้ระยะเวลาในการเรียนรู้ไม่นาน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

นิยามและความหมาย

DeFleur และ Ball-Rokeach (1966) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคล สามารถจำแนกออกได้เป็นกลุ่ม ๆ บุคคลที่มีพฤติกรรมหรือลักษณะที่คล้ายคลึงกันมักจะมีลักษณะของการอยู่ในสังคมเดียวกัน และมักจะเลือกที่จะรับ และตอบสนองข้อมูล หรือนวัตกรรมในรูปแบบคล้ายคลึงกัน และบุคคลที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน มักจะมีความสนใจเกี่ยวกับข่าวสารที่แตกต่างกันเช่นกัน

Tyler (1982 อ้างใน สุชา จันทร์เอม, 2527, หน้า 147) ได้แบ่งประเภทของความแตกต่างระหว่างบุคคลออกเป็น 10 ประเภท ได้แก่ 1) ความแตกต่างในทางเชาว์ 2) ความแตกต่างในทางสัมฤทธิ์ผลการศึกษา 3) ความแตกต่างเกี่ยวกับความถนัดทางด้านอาชีพ 4) ความแตกต่างทางบุคลิกภาพ 5) ความแตกต่างทางความสนใจ และทัศนคติ 6) ความแตกต่างในด้านการรับรู้ 7) ความแตกต่างทางเพศ 8) ความแตกต่างทางอายุ 9) ความแตกต่างทางเชื้อชาติ 10) ความแตกต่างระหว่างชั้นบุคคล

DeFleur และ Ball-Rokeach (1966) ได้สรุปว่า สิ่งสำคัญที่เป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลคือ สภาพเงื่อนไขที่แต่ละบุคคลนั้นได้รับมาจากสังคม และสิ่งแวดล้อม ที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลต่อการตอบสนองที่แตกต่างกันออกไป

แนวคิดและทฤษฎี

Rogers (2012) ได้ศึกษาถึงตัวตนของบุคคลถึงความรู้สึก และเจตคติของบุคคลนั้นต่อสภาพแวดล้อม โดยมีชื่อว่า ทฤษฎีตัวตน (Self-theoy) ซึ่งเชื่อว่า บุคคลใด ๆ ที่ได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต สามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา โดยมี 3 รูปแบบ ดังนี้

ตัวตนตามการรับรู้ (Perceived Self) คือ ภาพของตนเองที่ตนเองมองเห็นตามจินตนาการความรู้สึกนึกคิดขึ้นมาเองว่าเป็นในลักษณะนั้น ซึ่งมักไม่ตรงกับลักษณะที่คนอื่นมองเห็นหรืออาจไม่เป็นจริง

ตัวตนที่อยากจะเป็น (Ideal Self) คือ ตัวตนในรูปแบบที่ตนเองต้องการที่จะเป็น โดยมักจินตนาการหรือนึกคิดถึงบุคคลอื่นที่เป็นแบบอย่างในการดำเนินชีวิต

ตัวตนตามที่เป็นจริง (Real Self) คือ ตัวตนที่แท้จริง ซึ่งบุคคลนั้นอาจจะสามารถรับรู้ได้ หรืออาจจะไม่สามารถรับรู้ได้ก็ได้

Defleur (1991) ได้อธิบายถึงทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลว่า มนุษย์นั้นจะมีความแตกต่างกันทั้งในด้านจิตวิทยา การรับรู้ ความเข้าใจ แม้ว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารแบบเดียวกัน แต่อาจจะเข้าใจไม่เหมือนกันก็เป็นได้ จึงกลายเป็นสภาวะเงื่อนไข ในการกำหนดการรับรู้ของแต่บุคคลที่แตกต่างกัน ดังนั้นการสื่อสารข้อมูลนวัตกรรมนั้นอาจต้องใช้สื่อกลางที่มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป โดยทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลของ Defleur (1991) นั้นสามารถสรุปได้ว่า มนุษย์นั้นมีความแตกต่างกันอย่างมากในแง่ขององค์ประกอบทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล ซึ่งในความแตกต่างนี้ส่วนใหญ่มักเกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์จากในอดีตที่แตกต่างกัน รวมถึงสภาวะการถูกเลี้ยงดูในอดีต ซึ่งจะส่งผลต่อ การเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ การแสดงออกทางความคิดเห็น ค่านิยม ทัศนคติ และความเชื่อที่แตกต่างกันออกไป และมีผลต่อการเลือก และจดจำสิ่งต่าง ๆ ที่ต่างกันไป ซึ่งมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อการรับรู้ข่าวสาร

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

นิยามและความหมาย

Kotler (1994) กล่าวว่า การแพร่กระจายนวัตกรรม หมายถึง กระบวนการเกิดความคิดความสร้างสรรค์ ที่ทำให้เกิดกระบวนการในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดนั้นไปสู่สินค้า บริการ หรือรูปแบบในการดำเนินงาน ที่ผู้อื่นจะถูกรับรู้ว่ากลายเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่มีอยู่ก่อนหน้านานแล้ว แต่ผู้คนจะคิดมองเห็นว่าสิ่งที่คิดขึ้นมาใหม่นี้ กลายเป็นสิ่งใหม่

Rogers (2004) ได้สรุปว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด สิ่งของ และการปฏิบัติ ซึ่งผู้อื่นรับรู้ได้ว่าเป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน ไม่ว่าสิ่งของเหล่านั้นจะเป็นสิ่งใหม่จริง ๆ หรือไม่ แต่ถ้าหากบุคคลนั้นสังเกตเห็นว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งใหม่สำหรับตน สิ่งนั้นก็จะถือว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ได้ หรือหาก

บุคคลนั้นเคยเห็นมาก่อนหน้านี้แล้ว แต่ยังไม่ได้ตัดสินใจที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น สิ่งนั้นก็อาจถือเป็นนวัตกรรมได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง จนกระทั่งนวัตกรรม หรือสิ่งของนั้นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง สิ่งนั้นก็จะกลายเป็นสิ่งที่ธรรมดา

Barnett (1953) กล่าวว่า นวัตกรรมมีความหมายที่ค่อนข้างหลากหลาย อาจครอบคลุมไปถึงเรื่องแนวคิด พฤติกรรม แบบแผน และสิ่งใหม่ ๆ ที่ผู้คนสามารถที่จะสัมผัสได้ หรือสัมผัสไม่ได้ รวมไปถึงวิทยาการ และสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่อาจจะยังเป็นเพียงแนวคิดที่อยู่ในจิตใจของบุคคลหนึ่ง

Roger และ Schumaker (1971) ได้พูดถึงความหมายของการยอมรับว่า เป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลตั้งแต่การเริ่มรู้จัก หรือรับรู้เกี่ยวกับตัวนวัตกรรมนั้น ๆ จนกระทั่งยอมรับ และนำเทคโนโลยีนั้นไปใช้ในชีวิตประจำวัน

Nord และ Tucker (1987) ให้ได้ความหมายของนวัตกรรมว่า นวัตกรรม คือ ขบวนการในการนำเสนิสิ่งใหม่เข้าสู่สังคม โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ ความเชื่อ ค่านิยม หรือสิ่งอื่น ๆ ของสังคมนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม

Herkema (2003) กล่าวว่า นวัตกรรมคือพฤติกรรมการใช้ความคิดในการสร้างสินค้า บริการหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งอาจจะสามารถเกิดขึ้นได้ในระยะอันสั้น หรืออาจใช้ระยะนานในการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งหนึ่งสู่อีกสิ่งหนึ่งก็ได้

Alavi และ Henderson (1981) เสนอว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรม แต่หากผู้ใช้งานไม่เห็นถึงความสำคัญของประโยชน์นวัตกรรมนั้นก็อาจจะไม่ถูกยอมรับ

แนวคิดและทฤษฎี

Rogers (1995) ได้อธิบายถึงทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) โดยทฤษฎีนี้เน้นความเชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงสังคม และวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของสิ่งใหม่ ๆ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง และที่แห่งนั้นจะได้รับสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งก็คือ นวัตกรรม ซึ่งอาจหมายถึง ความรู้ ความคิดเห็น เทคนิคและวิธีการ หรือเทคโนโลยี อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างก็ได้ ซึ่งทฤษฎีนี้มีหลักสำคัญทั้งหมด 4 ประการ คือ

นวัตกรรม (Innovation) คือ สิ่งใหม่ ๆ ที่จะแพร่กระจายไปยังที่อื่น ๆ ซึ่งอาจจะหมายถึงสถานที่ สังคม หรือกลุ่มคนก็ได้ โดยประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ คือ 1) ส่วนของความคิด และ 2) ส่วนของวัตถุ ซึ่งนวัตกรรมใด ๆ ที่จะถูกยอมรับนั้น อาจจะเกี่ยวข้องกับตัวของผู้รับ สังคม และตัวของนวัตกรรมลักษณะของนวัตกรรมที่ยอมรับได้ง่ายนั้นจะประกอบไปด้วย ลักษณะทั้ง 5 ประการดังนี้ 1) ได้ประโยชน์มากกว่าเดิมที่เข้ามาแทนที่ (Relative Advantage) 2) สอดคล้องกับวัฒนธรรมในสังคมที่จะรับ (Compatibility) 3) มีความสลับซับซ้อนที่ยอมรับได้ (Complexity) 4) สามารถแบ่งการทดลองได้ (Trialability) 5) สามารถมองเห็นและเข้าใจได้ง่าย (Observability)

รูปแบบของการสื่อสาร (Types of Communication) คือ รูปแบบของการส่งสารผ่านตัวกลางใดตัวกลางหนึ่งที่นวัตกรรมนั้นสามารถที่จะแพร่กระจายจากแหล่งกำเนิดไปสู่ผู้รับนวัตกรรม ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญสำหรับการแพร่กระจายนวัตกรรม

อัตราการเกิดในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (Time or Rate of Adoption) คือ การแพร่กระจายของนวัตกรรมนั้นจำเป็นที่จะต้องอาศัยระยะเวลา และมีลำดับขั้นตอนเพื่อที่จะให้บุคคลที่ได้รับนวัตกรรมนั้นสามารถที่จะเป็นที่รู้จัก ยอมรับ และปรับตัว ให้เข้ากับนวัตกรรมใหม่ที่เพิ่งได้รู้จัก

ระบบสังคม (Social System) คือ ระบบของสังคมนั้น ๆ จะมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายและการรับของนวัตกรรม โดยลักษณะของสังคมนั้นมีผลทั้งในแง่ของความรวดเร็ว และปริมาณที่จะได้รับของนวัตกรรม โดยสังคมสมัยใหม่ของระบบสังคมจะเอื้อต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรม เมื่อมีสิ่งใหม่ ๆ เข้ามา ผู้คนสังคมดังกล่าว จะยอมรับได้ง่ายกว่า สังคมที่ยึดติดอยู่กับในเรื่องของความเชื่อหรือประเพณี ซึ่งสังคมในลักษณะอาจเป็นสังคมที่นวัตกรรมเกิดได้น้อย หรืออาจไม่เกิดเลยก็ได้

Roger และ Schumaker (1971) ได้เสนอทฤษฎีใหม่ซึ่งเกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม เรียกว่า กระบวนการตัดสินใจนวัตกรรม (Innovation Decision Process) ซึ่งประกอบไปด้วยทั้งหมด 5 ระดับ ได้แก่

1) ระดับความรู้ (Awareness Knowledge) ซึ่งเป็นระดับแรกของกระบวนการในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการที่บุคคลนั้น ๆ เกิดความสนใจในตัวนวัตกรรม และต้องการที่จะค้นหา เรียนรู้ ศึกษาเพิ่มเติมในตัวนวัตกรรมนั้น ซึ่งระดับความรู้จากการที่ศึกษานั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1) การตะหนักถึงนวัตกรรม เป็นการที่รับรู้ถึงตัวนวัตกรรมนั้น ๆ และความจำเป็นของการมีนวัตกรรม

1.2) ความรู้และวิธีในการใช้นวัตกรรม เป็นการเรียนรู้ และศึกษาถึงตัวนวัตกรรมเพื่อให้เข้าใจถึงตัวนวัตกรรม และสามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม

1.3) ความรู้เกี่ยวกับหลักการ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับหลักการ และทฤษฎีของนวัตกรรมนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ ทฤษฎี องค์ความรู้ การปฏิบัติการต่าง ๆ

2) ระดับเจตคติ (Persuasion) เป็นระดับที่ผู้รับนวัตกรรมจะเกิดความรู้สึกเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยจากทัศนคติที่ได้รับหลังจากที่ได้ลองศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรม

3) ระดับการตัดสินใจ (Decision) เป็นระดับที่บุคคลจะตัดสินใจว่าจะยอมรับในนวัตกรรมนั้นหรือไม่ จากขั้นตอนในขั้นก่อนหน้าที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งในการยอมรับในขั้นตอนนี้นั้น อาจจะอยู่ในลักษณะชั่วคราว ซึ่งบุคคลนั้นอาจจะเปลี่ยนใจได้

4) ระดับการปฏิบัติ (Implementation) เป็นระดับที่บุคคลอาจจะรู้สึกไม่แน่ใจ เนื่องจากบุคคลส่วนใหญ่มักจะไม่ยอมรับนวัตกรรมจนกว่าจะได้ลองปฏิบัติ โดยการปฏิบัตินั้นอาจจะใช้ระยะไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของนวัตกรรมนั้น ๆ รวมถึง ความสม่ำเสมอ และพฤติกรรมในการใช้นวัตกรรมนั้น ๆ ด้วย

5) ระดับการยืนยัน (Confirmation) เป็นระดับสูงสุดของกระบวนการตัดสินใจนวัตกรรมซึ่งบุคคลจะเริ่มรวบรวมข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรมนั้น ถ้าหากบุคคลนั้นมีการใช้นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง การยอมรับในนวัตกรรมนั้น ก็จะเป็นไปอย่างถาวร

Rogers (1983) กล่าวว่า ระยะเวลาในการยอมรับนวัตกรรมของแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

1) สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม บุคคลใดที่มีฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา สังคมที่สูงกว่าผู้อื่น มักจะยอมรับ และแพร่กระจายนวัตกรรมได้รวดเร็วกว่าบุคคลที่มีฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษา สังคม ที่ต่ำกว่า

2) บุคลิกภาพ บุคคลที่ไม่ยึดติดอยู่กับสิ่งเดิม ๆ มีทัศนคติที่ดี มีความคิดที่แตกต่าง มักจะเป็นผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมได้อย่างรวดเร็ว

3) พฤติกรรมในการสื่อสาร บุคคลที่มีส่วนร่วมในสังคม ติดต่อกับผู้อื่น โดยเฉพาะกับผู้นำในการเผยแพร่นวัตกรรมนั้น มักจะเป็นผู้ที่มีโอกาสที่จะยอมรับในนวัตกรรมได้มาก

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

Roger (1983) ได้กล่าวว่า ปัจจัยในการยอมรับนวัตกรรมของแต่ละบุคคลนั้น มีความแตกต่างกันทั้งในด้านของความเร็วในการยอมรับนวัตกรรม ความถาวรในการยอมรับนวัตกรรม และจำนวนของการยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ด้วย ซึ่งส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม ประกอบไปด้วย

1) คุณลักษณะด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ ระดับของความรู้ของบุคคลที่ว่าด้วยเรื่องของความเชื่อที่ว่านวัตกรรมนั้น มีคุณสมบัติดีกว่านวัตกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ยิ่งตัวนวัตกรรมนั้นสามารถมอบประโยชน์ได้ดีกว่านวัตกรรมเดิมมากเท่าไหร่ ก็มีแนวโน้มที่บุคคลจะยอมรับในตัวนวัตกรรมนั้น ๆ มากขึ้น

2) คุณลักษณะด้านความเข้ากันได้ (Compatibility) คือ ระดับของนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคลนั้น ซึ่งความสอดคล้องนั้นอาจหมายถึง คุณค่า การเรียนรู้ หรือประสบการณ์ที่บุคคลนั้นมีอยู่แล้ว ก็อาจส่งผลให้บุคคลนั้นยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายขึ้น

3) คุณลักษณะด้านความสลับซับซ้อน (Complexity) คือ ระดับของนวัตกรรมในเรื่องของความคิดของบุคคลนั้นต่อนวัตกรรมว่า นวัตกรรมนั้นมีระดับความยากง่าย ในการนำไปใช้ให้สอดคล้องกับชีวิตประจำวันของบุคคลนั้น หากนวัตกรรมมีความง่ายในการใช้งาน มีความซับซ้อนที่น้อย ง่ายต่อการเรียนรู้ ก็มีแนวโน้มที่บุคคลนั้นจะยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายกว่า

4) คุณลักษณะด้านการทดลองได้ (Trialability) คือ ระดับของนวัตกรรมในเรื่องของการรับรู้จากการปฏิบัติ หรือทดลองใช้งานจริง หากนวัตกรรมนั้นสามารถที่จะเข้าถึงการทดลองปฏิบัติได้ง่าย ก็อาจจะส่งผลให้การยอมรับนวัตกรรมนั้นง่ายกว่านวัตกรรมที่ทดลองได้ยาก หรือไม่สามารถที่จะลองได้

5) คุณลักษณะด้านการสังเกตได้ (Observability) คือ ระดับของนวัตกรรมในเรื่องของการที่บุคคลสามารถที่จะมองเห็นหรือสัมผัส เข้าถึง กระบวนการทำงาน ข้อดี ข้อเสีย ประโยชน์ของนวัตกรรมได้ ถ้าหากนวัตกรรมนั้น สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย ก็มีแนวโน้มที่บุคคลนั้นจะยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายกว่านวัตกรรม ที่สังเกตเห็นได้ยาก

Rogers (1983) กล่าวถึง การจำแนกลักษณะบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเอาไว้ทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่

1) กลุ่มผู้นำทางนวัตกรรม หรือผู้ริเริ่ม (Innovator) คือ กลุ่มคนกลุ่มแรกที่จะยอมรับนวัตกรรมใด ๆ ก็ตามก่อนคนอื่น มักจะเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ โดยส่วนนั้นจะเป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษาที่ค่อนข้างสูง ฐานะร่ำรวย เปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ชอบทดลองอะไรใหม่ ๆ สามารถยอมรับในความล้มเหลวได้ กลุ่มผู้นำทางนวัตกรรมนี้ ถือเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญในการแพร่กระจายแนวทางที่จะเกิดขึ้นใหม่ ๆ จากการที่ได้รับนวัตกรรมจากสังคมอื่น ๆ เพื่อแพร่กระจายไปยังสังคมของตนเอง ซึ่งกลุ่มผู้นำทางนวัตกรรมนั้นเปรียบเสมือนกับผู้ที่คอยเป็นประตูหลักในการคัดกรองความเป็นนวัตกรรมของสังคมนั้น ๆ

2) กลุ่มผู้ที่สามารถยอมรับนวัตกรรมได้ง่าย (Early Adopters) คือ กลุ่มคนที่สามารถที่จะยอมรับสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาได้โดยง่าย เป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีสามารถยอมรับการเปลี่ยนได้ตลอดเวลามีเหตุมีผล และถูกการยอมรับจากผู้อื่นในสังคม มีความเป็นผู้นำ ซึ่งเป็นกลุ่มที่เป็นแบบอย่างของกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม เนื่องจาก กลุ่มคนที่สามารถยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายนั้นมักจะเป็นกลุ่มคนที่คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ และสามารถถ่ายทอดความเป็นนวัตกรรมได้โดยง่าย จึงกลายเป็นแบบอย่างในสังคม จึงกลายเป็นจุดศูนย์กลางในเรื่องของนวัตกรรมภายในสังคมนั้น ๆ จึงเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญในการแพร่กระจายนวัตกรรม

3) กลุ่มผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมได้เร็ว (Early Majority) คือ กลุ่มคนที่สามารถยอมรับนวัตกรรมได้เร็ว หากได้มีการพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้ว ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีขนาดใหญ่ที่สุด เป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ระยะเวลาในการศึกษา และเรียนรู้ในตัวนวัตกรรมที่ค่อนข้างช้า ค่อย ๆ เรียนรู้ไปเรื่อย ๆ แบบค่อยเป็นค่อยไป จนเกิดความมั่นใจในตัวนวัตกรรม แล้วจึงจะยอมรับนวัตกรรม

นั้น ซึ่งบางครั้งการเรียนรู้อาจจะเกิดจากพฤติกรรมการเลียนแบบจากคนกลุ่มอื่น ๆ ที่ใช้นวัตกรรมอยู่ก่อนหน้า จึงไม่สามารถที่จะเป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรมได้ และเป็นกลุ่มที่ต้องอาศัยแรงกระตุ้นเพื่อให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม จนยอมรับในนวัตกรรมในที่สุด

4) กลุ่มผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมได้ช้า (Late Majority) คือ กลุ่มคนที่มีความจำเป็นที่จะต้องยอมรับในนวัตกรรมอันเนื่องมาจากสภาวะการถูกบีบบังคับจากทางสังคม หรือเศรษฐกิจ ซึ่งกลุ่มนี้มักจะเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะขี้สงสัย และมีความลังเลที่จะยอมรับในนวัตกรรมนั้นเนื่องจากเป็นกลุ่มท้าย ๆ ที่ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งบางครั้งอาจจะเกิดการต่อต้านในนวัตกรรมนั้น ๆ ได้ช้าอันเนื่องมาจากการที่กลุ่มนี้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทัน โดยจุดที่สำคัญที่จะทำให้คนกลุ่มนี้ยอมรับนวัตกรรมได้นั้นคือความปลอดภัย และการถูกกดดันจากสังคมรอบข้าง ที่เป็นตัวกระตุ้นให้คนในกลุ่มนี้นั้นจำเป็นที่จะต้องยอมรับนวัตกรรม

5) กลุ่มผู้ที่ล้าหลัง (Laggards) คือ กลุ่มคนที่ยอมรับในนวัตกรรมช้าที่สุด มักจะเป็นกลุ่มที่ไม่สนใจแนวคิดผู้อื่น เก็บตัว ยึดติดกับความเชื่อเดิม ๆ ปฏิบัติตามประเพณีเดิม ๆ และไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง คนกลุ่มนี้มักจะเป็นกลุ่มคนลักษณะที่ต่อต้านนวัตกรรม ทำให้การตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรมนั้นเป็นไปได้ยากที่จะเปลี่ยนทัศคติได้ หากคนกลุ่มนี้ยอมรับในนวัตกรรมนั่นหมายความว่านวัตกรรมนั้นอาจจะกลายเป็นสิ่งที่แทนที่ปัจจุบัน และอาจไม่ใช่สิ่งใหม่อีกต่อไป

Becker (1964) ได้แบ่งนวัตกรรมออกเป็นทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ 1) นวัตกรรมทางด้านสินค้า (Product Innovation) คือ นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสิ่งใหม่ ๆ หรือการนำสิ่งที่มีอยู่มาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น และพัฒนาออกเป็นสิ่งใหม่ ๆ 2) นวัตกรรมทางด้านกระบวนการ (Process Innovation) คือ นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคิดค้น หรือเปลี่ยนวิธีการสร้างสิ่งของ บริการหรือรูปแบบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ ซึ่งมีผลต่อการสร้างสิ่งของใหม่ หรือมีผลต่อประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าใหม่ และ 3) นวัตกรรมทางด้านการตลาด (Marketing Innovation) คือ นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางด้านการตลาด ยกตัวอย่างเช่น ช่องทางในการจัดจำหน่าย การประเมินความต้องการของลูกค้า หรือการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า เป็นต้น

Nord และ Tucker (1987) ได้อธิบายถึงลักษณะของนวัตกรรม ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1) นวัตกรรมใหม่อย่างสิ้นเชิง (Radical Innovation) หมายถึง นวัตกรรมที่เป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีใครสัมผัส ออกสู่สังคม ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงค่านิยม และความเชื่อเดิม ของสังคมนั้นได้อย่างสิ้นเชิง

2) นวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) หมายถึง ลักษณะนวัตกรรมที่เกิดจากการค้นพบ การคิดค้นสิ่งใหม่ ความรู้ใหม่ หรือเกิดจากการประยุกต์ใช้จากความรู้ที่มีอยู่ ซึ่งมักจะเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นแล้วอยู่ภายใต้สังคมใดสังคมหนึ่ง ซึ่งสังคมดังกล่าวจะเป็นในลักษณะของการสะสมการเรียนรู้ (Cumulative Learning)

2.5 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะใช้

นิยามและความหมาย

Sorebo, Halvari, Gulli และ Kristiansen (2009, pp. 1177-1187) ได้กล่าวถึงปัจจัยหลักในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งอ้างถึงทฤษฎี ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หมายถึง ความตั้งใจและความทุ่มเทที่พยายามจะทำสิ่ง ๆ หนึ่ง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา ซึ่งถ้าหากบุคคลนั้นทุ่มเทมาก พฤติกรรมนั้นก็จะแสดงออกมามากยิ่งขึ้น

Howard (1994) ได้สรุปความหมายของความตั้งใจซื้อ และความตั้งใจใช้บริการว่า เกิดจากการวางแผนในใจของบุคคลนั้น ซึ่งสะท้อนถึงบุคคลนั้นว่ามีความต้องการที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการจำนวนเท่าไหร่ ณ ช่วงระยะเวลาหนึ่ง

Mowen และ Minor (1998) ได้อธิบายว่าความตั้งใจที่จะใช้บริการเกิดจากความคิดในการที่จะใช้บริการของตัวบุคคล ที่จะกระทำบางอย่างเพื่อให้ได้มาด้วยความตั้งใจ ซึ่งแสดงออกมาจากพฤติกรรม และกระบวนการคิด

Agarwel และ Prasad (1999) ได้สรุปแนวคิดของความตั้งใจว่า ความตั้งใจก่อให้เกิดพฤติกรรมในการใช้งานระบบนอกจากการใช้งานระบบขั้นพื้นฐานที่ผู้ใช้คนนั้นต้องใช้ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการยอมรับ และใช้งานระบบของผู้ใช้

Fitzsimons และ Morzitz (1996) กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะใช้บริการของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการใช้ และประสบการณ์ที่ได้รับของการใช้บริการนั้น ๆ ซึ่งอาจรวมไปถึงทัศนคติที่มีต่อตราสินค้านั้น ๆ ด้วย

Chun-Hua, Jung-Jung และ Kai-Yu (2016) กล่าวว่า ความตั้งใจที่พยายามจะใช้เทคโนโลยีเชิงพฤติกรรม จะเป็นบ่งชี้ได้ว่าบุคคลนั้นมีความทุ่มเท และความพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำสิ่งนั้น

Ajzen (1988) กล่าวว่า ความตั้งใจเป็นข้อบ่งชี้ในการทำนายพฤติกรรมที่สำคัญได้ และใช้ในการศึกษาและวิจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความตั้งใจที่จะใช้ เป็นกระบวนการในเรื่องของจิตใจของลูกค้าซึ่งเกี่ยวข้องกับความเป็นเหตุเป็นผลที่สามารถอธิบายได้ถึงการตัดสินใจเพื่อเลือกใช้บริการของของลูกค้า ด้วยการพิจารณาถึงประโยชน์ของบริการนั้น ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความมั่นใจของลูกค้าต่อบริการ และส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการในอนาคตของลูกค้า (Zelthaml, 1990)

2.6 สมมติฐานการวิจัย

1) ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

2) ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

3) ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

4) ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนมีอิทธิพลทางลบต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

5) ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

6) ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

7) ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

8) ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

9) ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

10) ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีอิทธิพลทางบวกการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

11) ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนมีอิทธิพลทางลบต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

12) ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

13) ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

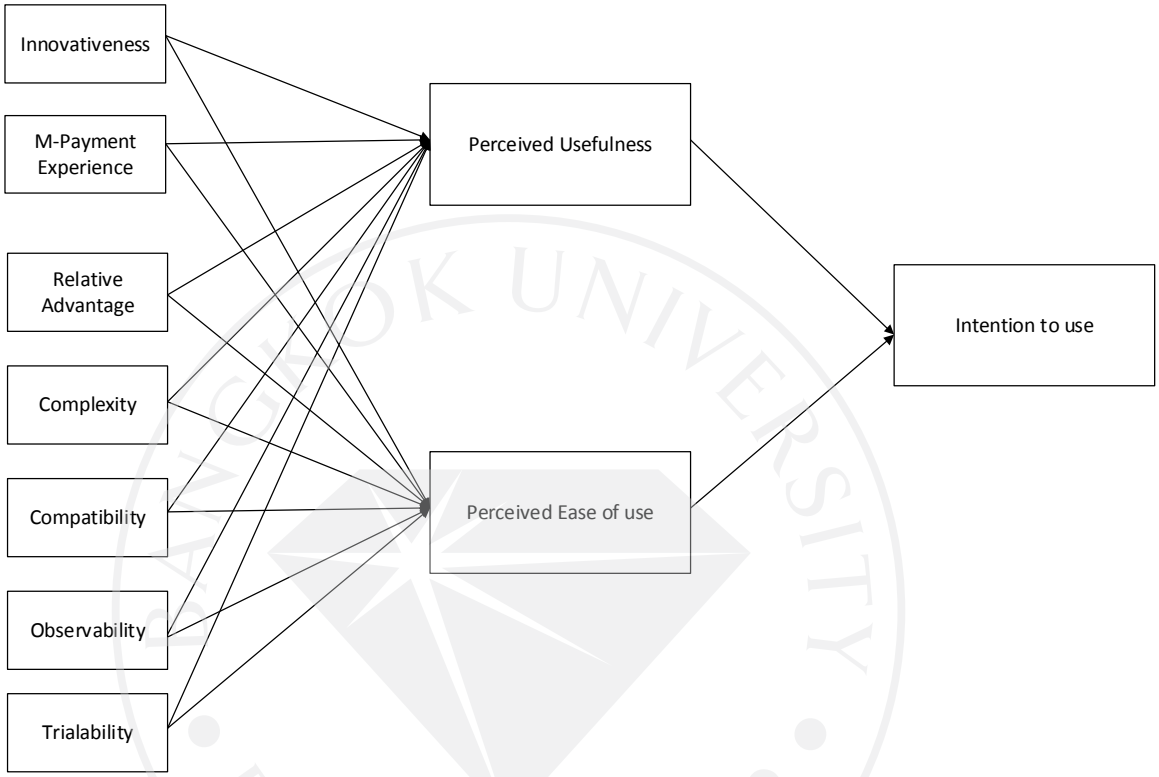
14) ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

15) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจ

16) การรับรู้ความมีประโยชน์มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจ

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.2: กรอบแนวคิดการวิจัย



Innovativeness ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม

M-Payment Experience ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน

Relative Advantage ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

Complexity ความสลับซับซ้อน

Compatibility ความเข้ากันได้กับผู้ใช้

Observability การสังเกตเห็นได้

Trialability การทดลองได้

Perceived Usefulness การรับรู้ความมีประโยชน์

Perceived Ease of Use การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

Intension to Use ความตั้งใจใช้

บทที่ 3
วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

3.1 ประเภทของงานวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครเป็นการวิจัยเชิงประมาณ (Quantitative Research) โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

3.2 ประชากร และการเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1973) ซึ่งเป็นตารางที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจของกลุ่มประชากร ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และระดับความเชื่อมั่น 95% ได้เท่ากับ 383 คน แต่เพื่อให้สะดวกต่อการกระจายการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

การเลือกตัวอย่าง

ตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกตัวอย่างด้วยวิธีแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างด้วยเทคนิควิธีอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยการเลือกแจกแบบสอบถามให้กับเฉพาะคนที่ที่ใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY และในรอบเดือนที่ผ่านมาเคยชำระเงินผ่านระบบ SAMSUNG PAY

3.3 นิยามเชิงปฏิบัติการ

ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลในด้านความชอบในการที่จะทดลองใช้ระบบสารสนเทศใหม่ ๆ (Chang, Chung & Lai, 2005) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ดังนี้

1) ฉันรู้ถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีก่อนคนอื่นเสมอ

2) ฉันมักจะเป็นกลุ่มคนแรก ๆ ที่ทดลองสินค้าและบริการใหม่ ๆ

3) ฉันชื่นชอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment Experiences) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลในด้านประสบการณ์ในการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Rieh, 2004) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ ดังนี้

1) ฉันชอบซื้อสินค้าและบริการผ่านทางสมาร์ทโฟน

2) ฉันใช้บริการผ่านธนาคารออนไลน์ บัตรเครดิต หรือใช้สมาร์ทโฟนเพื่อซื้อสินค้าและบริการ

3) ฉันมักชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเมื่อซื้อสินค้าและบริการ

4) บ่อยครั้งที่ฉันจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ หรือค่าใช้จ่ายประจำอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

5) ฉันรู้สึกมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Relative Advantage) หมายถึง การรับรู้ด้านนวัตกรรมในเรื่องของประโยชน์ที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับนวัตกรรมอื่น ที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน (Rogers, 1995) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ดังนี้

1) การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าระบบชำระเงินอื่น ๆ

2) การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น

3) การใช้ระบบ Samsung Pay เป็นวิธีที่สะดวกในการชำระเงิน

ความสลับซับซ้อน (Complexity) หมายถึง การรับรู้นวัตกรรมในเรื่องการเข้าใจนวัตกรรมได้อย่างง่ายดาย ประกอบไปด้วยข้อคำถาม (Rogers, 1995) 3 ข้อ ดังนี้

1) การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนยุ่งยากและเข้าใจยาก

2) การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่วุ่นวายจนน่าผิดหวัง

3) การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Samsung Pay มีความซับซ้อนเกินไปสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ

ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ (Compatibility) หมายถึง การรับรู้ว่านวัตกรรมมีลักษณะคล้ายคลึงสอดคล้องกับความเข้าใจของบุคคล หรือมีแนวทางที่ใกล้เคียงกันกับนวัตกรรมที่ผ่านมาในอดีต (Rogers, 1995) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ดังนี้

1) การใช้ระบบ Samsung Pay เข้ากับไลฟ์สไตล์ของฉันในปัจจุบัน

2) การใช้แอปพลิเคชัน Samsung Pay เหมาะสมกับการใช้เพื่อชำระเงิน

3) การใช้แอปพลิเคชัน Samsung Pay เพื่อซื้อสินค้าและบริการเหมาะสมกับลักษณะการทำงานของฉัน

การสังเกตเห็นได้ (Observability) หมายถึง ความสามารถในการมองเห็นถึงประโยชน์ของนวัตกรรม (Rogers, 1995) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ดังนี้

1) ฉันมองเห็นถึงประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชัน Samsung Pay จากผู้อื่น

2) ฉันไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชัน Samsung Pay จากผู้อื่น

3) บุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ใช้งานแอปพลิเคชัน Samsung Pay ของฉัน

การทดลองได้ (Trialability) หมายถึง การเข้าถึงตัวนวัตกรรมเพื่อการทดลองก่อนการตัดสินใจใช้งานจริง (Rogers, 1995) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ ดังนี้

1) ฉันต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Samsung Pay ก่อนตัดสินใจที่จะใช้งาน

2) ฉันต้องการทดลองชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน Samsung Pay ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก

3) การเปิดโอกาสได้ทดลองใช้งานแอปพลิเคชัน Samsung Pay จะสามารถโน้มน้าวให้ฉันตัดสินใจที่จะใช้บริการ

การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง การที่ผู้ใช้เชื่อว่านวัตกรรมนี้จะสามารถช่วยปรับปรุงสิทธิภาพ หรือชีวิตประจำวันให้เป็นเรื่องที่ง่ายขึ้นได้ (Davis, 1989) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ ดังนี้

1) ฉันรู้สึกได้ว่าการชำระเงินจะรวดเร็วยิ่งขึ้นเมื่อชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay

2) การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้เร็วยิ่งขึ้น

3) การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น

4) การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายมากขึ้น

5) โดยรวมแล้วฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay มีประโยชน์สำหรับการชำระเงิน

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง ขอบเขตที่ผู้ใช้เชื่อว่าการใช้งานระบบผู้ใช้ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้พยายามมากนักในการใช้งาน (Davis, 1989) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ ดังนี้

1) การเรียนรู้ที่จะใช้งานระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน

2) การใช้งานระบบ Samsung Pay มีขั้นตอนที่ชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย

3) การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน

4) ขั้นตอนการใช้งานระบบ Samsung Pay มีความยืดหยุ่น

5) ฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay ใช้งานง่าย

ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) หมายถึง ความมุ่งมั่น กระตือรือร้น และความตั้งใจที่จะใช้บริการ SAMSUNG PAYปรับใช้จาก (Anderson, Fornell & Lehmann, 1994) ประกอบไปด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ ดังนี้

1) ฉันตั้งใจจะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ในอนาคต

2) ฉันพยายามที่จะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการอยู่เสมอ

3) ฉันมักจะแนะนำผู้อื่นให้ใช้ชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการ

4) ระบบ Samsung Pay เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่ฉันชื่นชอบสำหรับการชำระเงิน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การออกแบบแบบสอบถามในการวิจัย ในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวมรวมข้อมูล และมีขั้นตอนในการออกแบบเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามได้ออกแบบขึ้นจากการสำรวจวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ โดยเป็นคำถามแบบเป็นตัวเลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ลักษณะบุคคลด้านการประเมินความมีนวัตกรรม และประสบการณ์การใช้งานระบบการชำระเงินของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 8 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนดังต่อไปนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบประเมินลักษณะบุคคลอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบประเมินลักษณะบุคคลอยู่ในระดับน้อย

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบประเมินลักษณะบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบประเมินลักษณะบุคคลอยู่ในระดับมาก

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบประเมินลักษณะบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ที่มีต่อลักษณะนวัตกรรมระบบ SAMSUNG PAY จำนวน 15 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนดังต่อไปนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบลักษณะนวัตกรรม อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบลักษณะนวัตกรรม อยู่ในระดับน้อย

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบลักษณะนวัตกรรม อยู่ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบลักษณะนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบลักษณะนวัตกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ที่มีต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ระบบ SAMSUNG PAY จำนวน 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนดังต่อไปนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบการรับรู้ความมีประโยชน์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบการรับรู้ความมีประโยชน์อยู่ในระดับน้อย

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบการรับรู้ความมีประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบการรับรู้ความมีประโยชน์ อยู่ในระดับมาก

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบการรับรู้ความมีประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ที่มีต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY จำนวน 5 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนดังต่อไปนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบความง่ายในการใช้งาน ในระดับน้อย

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับรู้ที่มีต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบ SAMSUNG PAY จำนวน 4 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตรส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนดังต่อไปนี้

1 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบอยู่ในระดับน้อย

3 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบ อยู่ในระดับปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบอยู่ในระดับมาก

5 คะแนน หมายถึง ผู้ตอบมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบ อยู่ในระดับมากที่สุด

โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยตามแนวทางของ Best (1978, p. 174) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
1.00–1.49	ระดับต่ำมาก
1.50–2.49	ระดับต่ำ
2.50–3.49	ระดับปานกลาง
3.50–4.49	ระดับสูง
4.50–5.00	ระดับสูงมาก

3.5 การทดสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและขอความร่วมมือจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 2 ท่าน ได้แก่ คุณจุติพันธุ์ มงคลสุธี กรรมการผู้จัดการ บริษัท พริซึ่ม โซลูชั่นส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านนวัตกรรม และโซลูชั่นส์ทางด้านระบบไอที และอาจารย์ปริวรรต องค์ศุลี หัวหน้าภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาลัยวิทยาลัยสยาม ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านแอพพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟน เพื่อตรวจความตรงของเนื้อหาโดยนำนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ รวมถึงโครงสร้างในการสร้างข้อคำถามให้กับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาความตรงของเนื้อหา ซึ่งสามารถคำนวณได้จากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจะต้องประเมินโดยมีคะแนนทั้งหมด 3 ระดับ คือ

ให้คะแนน 1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

หลังจากนั้นทางผู้วิจัยได้นำผลคะแนนที่ได้รับมาคำนวณหาค่า IOC ตามสมการ

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนตามความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อคำถาม

n = จำนวนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

เกณฑ์ในการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่กำหนด

1) ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความตรงผ่านเกณฑ์

2) ข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 ไม่ผ่านเกณฑ์ ต้องแก้ไข หรือตัดข้อคำถาม

ผลการตรวจสอบข้อคำถามทุกข้อมีคะแนน 0.6 - 1.0 ผ่านเกณฑ์ทุกข้อ

การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบความเที่ยง โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาฯ ของคำถามทุกส่วนมีค่าในระดับ .70 ขึ้นไป ทุกส่วนผ่านเกณฑ์ทั้งหมดดังนี้ (Rovinelli & Hambleton, 1977)

ตารางที่ 3.1: การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแบบสอบถาม

ส่วนของคำถาม	**ค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟ่า (Cronbach's Alpha Coefficient)**
	กลุ่มทดลอง (n=30)
ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม (Innovativeness)	.700
ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment Experiences)	.729
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Relative Advantage)	.779
ความสลับซับซ้อน (Complexity)	.782
ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ (Compatibility)	.725
การสังเกตเห็นได้ (Observability)	.752
การทดลองได้ (Trialability)	.723
การรับรู้ความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness)	.705
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)	.870
ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use)	.895
ค่าความเชื่อมั่นรวม	.742

3.6 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY

3.7 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

รายละเอียดของขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 เริ่มจากทำหนังสือเพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขั้นตอนที่ 2 ขอความร่วมมือจากผู้ที่ใช้บริการระบบ SAMSUNG PAY โดยเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยเขตบางแค เขตบางบอน เขตจตุจักร และเขตสาธร เพื่อแจกแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 3 ทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY จำนวน 400 ชุด

ขั้นตอนที่ 4 ทำการรวบรวมแบบสอบถาม และประเมินแบบสอบถามที่ได้กลับมาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ว่ามีความสมบูรณ์ โดยได้รับกลับมาทั้งสิ้น 400 ชุด

3.8 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องดังต่อไปนี้

1) ตัวแปรด้านคุณสมบัติของตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ

2) ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็น ได้แก่ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ความสลับซับซ้อน ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ การสังเกตเห็นได้ การทดลองได้ การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจที่จะใช้ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดแบบอันตรภาค

และใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ผลเพื่อทดสอบความมีอิทธิพลหรือการส่งต่อกันระหว่างตัวแปร ได้แก่ ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ความสลับซับซ้อน ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ การสังเกตเห็นได้ การทดลองได้ การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจที่จะใช้ของผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY โดยใช้สถิติ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

บทที่ 4
บทวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมีผลวิจัยที่สามารถอธิบายได้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติแบบพหุตัวแปร (Multivariate Statistics) ทางผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม n = 400

ตัวแปร/ ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	155	38.80
หญิง	245	61.20
รวม	400	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	19	4.80
21-30 ปี	221	55.10
31-40 ปี	109	27.30
41-50 ปี	34	8.50
51-60 ปี	11	2.80
61 ปีขึ้นไป	6	1.50
รวม	400	100.0
3. สถานภาพ		
โสด	167	41.60
สมรส/ แต่งงาน/ อยู่กิน-อยู่ร่วมกัน	207	51.60
อื่น ๆ (อย่าร้าง/ หม้าย/ แยกทาง/ แยกกันอยู่)	27	6.80
รวม	400	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม n = 400

ตัวแปร/ ตัวชี้วัด	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	7	1.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.	14	3.50
อนุปริญญา/ ปวส.	109	27.10
ปริญญาตรี	239	59.90
ปริญญาโท	28	7.00
ปริญญาเอก	3	0.80
รวม	400	100.00
5. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	28	7.00
15,001 - 30,000 บาท	276	68.90
30,001 - 50,000 บาท	75	18.80
50,000 - 100,000 บาท	12	3.00
100,001 บาทขึ้นไป	9	2.30
รวม	400	100.00
6. อาชีพ		
รับราชการ/ พนักงานรัฐ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	132	32.80
พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน	165	41.40
นักเรียน/ นักศึกษา	19	4.80
รับจ้าง	31	7.80
วิชาชีพอิสระ/ เจ้าของกิจการ/ ค้าขาย	40	10.00
ข้าราชการบำนาญ/ เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ อยู่ระหว่างรองาน	11	2.80
อื่น ๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

ผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจากตารางที่ 4.1 พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 38.80 เป็นเพศชาย จำนวน 155 คน และร้อยละ 61.20 เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามนั้นมีอายุ 21-30 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.10 จำนวน 221 คน รองลงมามีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.30 จำนวน 109 คน อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.50 จำนวน 34 คน อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.80 จำนวน 19 คน อายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.80 จำนวน 11 คน และอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.50 จำนวน 6 คน

ด้านสถานภาพนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/ แต่งงาน/ อยู่กิน-อยู่ร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 51.60 จำนวน 207 คน โสด คิดเป็นร้อยละ 41.60 จำนวน 167 คน และ อื่น ๆ (อย่าร้าง/ หม้าย/ แยกทาง/ แยกกันอยู่) คิดเป็นร้อยละ 6.80 จำนวน 27 คน

ด้านระดับการศึกษานั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.90 จำนวน 239 คน อนุปริญญา/ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 27.10 จำนวน 109 คน ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 7.00 จำนวน 28 คน มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 3.50 จำนวน 14 คน มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 1.80 จำนวน 7 คน และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 0.80 จำนวน 3 คน

ด้านรายได้ต่อเดือนพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.90 จำนวน 276 คน รองลงมาคือในระดับรายได้ต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.80 จำนวน 75 คน รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.00 จำนวน 28 คน รายได้ต่อเดือน 50,000 - 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 จำนวน 12 คน และรายได้ต่อเดือน 100,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.30 จำนวน 9 คน

ด้านอาชีพพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.40 จำนวน 165 คน รองลงมาคือรับราชการ/ พนักงานรัฐ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 32.80 จำนวน 132 คน วิชาชีพอิสระ/ เจ้าของกิจการ/ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 10.00 จำนวน 40 คน รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 7.80 จำนวน 31 คน นักเรียน/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4.80 จำนวน 19 คน ข้าราชการบำนาญ/ เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ อยู่ระหว่างรองาน คิดเป็นร้อยละ 2.80 จำนวน 11 คน และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50 จำนวน 2 คน

4.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างของ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 10 กลุ่มได้แก่ 1) ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม (IN) 2) ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ (MPE) 3) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RA) 4) ความสลับซับซ้อน (CPX) 5) ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ (CPB) 6) การสังเกตเห็นได้ (OPB) 7) การทดลองได้ (TA) 8) การรับรู้ความมีประโยชน์ (PU) 9) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PE) 10) ความตั้งใจที่จะใช้ (ITU)

ตารางที่ 4.2: ระดับความคิดเห็นลักษณะของบุคคลด้านนวัตกรรม

ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ฉันรู้ถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีก่อนคนอื่นเสมอ	3.93	0.958	มาก
ฉันมักจะเป็นกลุ่มคนแรก ๆ ที่ทดลองสินค้าและบริการใหม่ ๆ	3.76	1.093	มาก
ฉันชื่นชอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ	3.64	1.135	มาก
รวม	**3.77**	**1.062**	**มาก**

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมของผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY นั้น ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.77, S.D. = 1.062) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า การรู้ถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีก่อนคนอื่น ๆ เสมออยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.93, S.D. = 0.958) รองลงมาคือ เป็นกลุ่มคนแรก ๆ ที่ทดลองสินค้าและบริการใหม่ ๆ ($\bar{X}$ = 3.76, S.D. = 1.093) อยู่ในระดับมาก และความชื่นชอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ($\bar{X}$ =3.64, S.D. = 1.135) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

จากข้อมูลในตารางพบว่าข้อคำถาม ฉันชื่นชอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ นั้น มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.135) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ฉันรู้ถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีก่อนคนอื่นเสมอ (S.D. = 0.958)

ตารางที่ 4.3: ระดับความคิดเห็นลักษณะของบุคคลด้านประสบการณ์

ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ฉันชอบซื้อสินค้าและบริการผ่านทางสมาร์ทโฟน	3.65	1.180	มาก
ฉันใช้บริการผ่านธนาคารออนไลน์ บัตรเครดิต หรือใช้สมาร์ทโฟนเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	3.70	1.171	มาก
ฉันมักชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเมื่อซื้อสินค้าและบริการ	3.62	1.210	มาก
บ่อยครั้งที่ฉันจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ หรือค่าใช้จ่ายประจำอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	3.49	1.023	ปานกลาง
ฉันรู้สึกมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน	3.65	1.044	มาก
รวม	**3.62**	**1.12**	**มาก**

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นถึงลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ของผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.62, S.D. = 1.12) เมื่อพิจาณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า ใช้บริการผ่านธนาคารออนไลน์ บัตรเครดิต หรือใช้สมาร์ทโฟนเพื่อซื้อสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.70, S.D. = 1.171) รองลงมาคือ ชอบซื้อสินค้า และบริการผ่านทางสมาร์ทโฟน ($\bar{x}$ = 3.65, S.D. = 1.180) และ รู้สึกมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน ($\bar{x}$ = 3.65, S.D. = 1.044) อยู่ในระดับมากที่ระดับเดียวกัน มักจะชำระเงินผ่านสมารทโฟนเมื่อซื้อสินค้า และบริการ ($\bar{x}$ = 3.62, S.D. = 1.210) อยู่ในระดับมาก และบ่อยครั้งที่จ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ หรือค่าใช้จ่ายประจำอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางนี้พบว่าข้อคำถาม ฉันมักชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเมื่อซื้อสินค้าและบริการ นั้นมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.210) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ บ่อยครั้งที่ฉันจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ หรือค่าใช้จ่ายประจำอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (S.D. = 1.023)

ตารางที่ 4.4: ระดับความคิดเห็นด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าระบบชำระเงินอื่น ๆ	3.27	1.221	ปานกลาง
การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น	3.04	1.251	ปานกลาง
การใช้ระบบ Samsung Pay เป็นวิธีที่สะดวกในการชำระเงิน	3.04	1.297	ปานกลาง
รวม	**3.11**	**1.25**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้ถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.11, S.D. = 1.25) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าระบบชำระเงินอื่น ๆ ($\bar{x}$ = 3.27, S.D. = 1.221) อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น ($\bar{x}$ = 3.04, S.D. = 1.251) และการใช้ระบบ Samsung Pay เป็นวิธีที่สะดวกในการชำระเงิน ($\bar{x}$ = 3.04, S.D. = 1.297) อยู่ระดับปานกลางในระดับเดียวกัน

จากตารางนี้พบว่า ข้อคำถามการใช้ระบบ Samsung Pay เป็นวิธีที่สะดวกในการชำระเงินนั้นมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.297) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าระบบชำระเงินอื่น ๆ (S.D. = 1.221)

ตารางที่ 4.5: ระดับความคิดเห็นด้านความสลับซับซ้อน

ความสลับซับซ้อน	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนยุ่งยากและเข้าใจยาก	3.30	1.280	ปานกลาง
การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่วุ่นวายจนน่าผิดหวัง	3.04	1.333	ปานกลาง
การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนเกินไปสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ	3.04	1.315	ปานกลาง
รวม	**3.12**	**1.30**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้ถึงความสลับซับซ้อนของระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.12, S.D. = 1.30) เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนยุ่งยากและเข้าใจยาก ($\bar{X}$ = 3.04, S.D. = 1.333) อยู่ในระดับปานกลาง การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่วุ่นวายจนน่าผิดหวัง ($\bar{X}$ = 3.04, S.D. = 1.315) และการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนเกินไปสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ ($\bar{X}$ = 3.04, S.D. = 1.315) อยู่ในระดับปานกลางที่ระดับเดียวกัน

จากตารางนี้พบว่าข้อคำถาม การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่วุ่นวายจนน่าผิดหวัง นั้นมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.333) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนเกินไปสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ (S.D. = 1.315)

ตารางที่ 4.6: ระดับความคิดเห็นด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้

ความเข้ากันได้กับผู้ใช้	$\bar{X}$	**S.D.**	**การแปลผล**
การใช้ระบบ Samsung Pay เข้ากับไลฟ์สไตล์ของฉันในปัจจุบัน	3.88	1.142	มาก
การใช้ระบบ Samsung Pay เหมาะสมกับการใช้เพื่อชำระเงิน	3.59	0.902	มาก
การใช้ระบบ Samsung Pay เพื่อซื้อสินค้าและบริการเหมาะสมกับลักษณะการทำงานของฉัน	2.33	1.330	น้อย
รวม	**3.23**	**1.12**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นถึงความเข้ากันได้กับผู้ใช้ของระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.23, S.D. = 1.12) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า การใช้ระบบ Samsung Pay เข้ากับไลฟ์สไตล์ในปัจจุบัน ($\bar{X}$ = 3.88, S.D. = 1.142) อยู่ในระดับมากการใช้ระบบ Samsung Pay เหมาะสมกับการใช้เพื่อชำระเงิน ($\bar{X}$ = 3.59, S.D. = 0.902) อยู่ในระดับมากการใช้ระบบ Samsung Pay เพื่อซื้อสินค้าและบริการเหมาะสมกับลักษณะการทำงาน ($\bar{X}$ = 2.33, S.D. = 1.330) อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางนี้พบว่าข้อคำถามการใช้ระบบ Samsung Pay เพื่อซื้อสินค้าและบริการเหมาะสมกับลักษณะการทำงานของฉัน นั้นมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.330) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ การใช้ระบบ Samsung Pay เหมาะสมกับการใช้เพื่อชำระเงิน (S.D. = 0.902)

ตารางที่ 4.7: ระดับความคิดเห็นด้านการสังเกตเห็นได้

การสังเกตเห็นได้	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ฉันมองเห็นถึงประโยชน์ในการใช้ระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น	2.55	.980	ปานกลาง
ฉันไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้การใช้ระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น	3.80	1.068	มาก
บุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ใช้ระบบ Samsung Pay ของฉัน	3.01	1.200	ปานกลาง
รวม	**3.12**	**1.08**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นถึงการสังเกตเห็นได้ของผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.12, S.D. = 1.08) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า ไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้การใช้ระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 1.068) อยู่ในระดับมาก บุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ใช้งานระบบ Samsung Pay ของฉัน ($\bar{x}$ = 3.01, S.D. = 1.200) อยู่ในระดับปานนกลาง และการมองเห็นถึงประโยชน์ในการใช้ระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น ($\bar{x}$ = 2.55, S.D. = 0.980) อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางนี้พบว่าข้อคำถามบุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ใช้ระบบ Samsung Pay ของฉัน มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.200) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ฉันมองเห็นถึงประโยชน์ในการใช้ระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น (S.D. = 0.980)

ตารางที่ 4.8: ระดับความคิดเห็นด้านการทดลองได้

การทดลองได้	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ฉันต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบ Samsung Pay ก่อนตัดสินใจที่จะใช้งาน	3.42	0.886	ปานกลาง
ฉันต้องการทดลองชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก	3.14	0.967	ปานกลาง
การเปิดโอกาสได้ทดลองใช้งานระบบ Samsung Pay จะสามารถโน้มน้าวให้ฉันตัดสินใจที่จะใช้บริการ	2.41	1.020	น้อย
รวม	**2.99**	**0.587**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นถึงการทดลองได้ของระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 2.99, S.D. = 0.587) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า ต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบ Samsung Pay ก่อนตัดสินใจที่จะใช้งาน ($\bar{x}$ = 3.42, S.D. = 0.886) อยู่ในระดับปานกลาง ต้องการทดลองชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก ($\bar{x}$ = 3.14, S.D. = 0.967) อยู่ในระดับปานกลาง และการเปิดโอกาสได้ทดลองใช้งานระบบ Samsung Pay จะสามารถโน้มน้าวให้ตัดสินใจที่จะใช้บริการได้ ($\bar{x}$ = 2.41, S.D. = 1.020) อยู่ในระดับน้อย

จากตารางนี้พบว่าข้อคำถามการเปิดโอกาสได้ทดลองใช้งานระบบ Samsung Pay จะสามารถโน้มน้าวให้ฉันตัดสินใจที่จะใช้บริการ นั้นมีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.020) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ฉันต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบ Samsung Pay ก่อนตัดสินใจที่จะใช้งาน (S.D. = 0.886)

ตารางที่ 4.9: ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ความมีประโยชน์

การรับรู้ความมีประโยชน์	$\bar{x}$	**S.D.**	**การแปลผล**
ฉันรู้สึกได้ว่าการชำระเงินจะรวดเร็วยิ่งขึ้นเมื่อชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay	3.11	1.057	ปานกลาง
การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้เร็วยิ่งขึ้น	3.27	0.928	ปานกลาง
การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น	3.38	0.782	ปานกลาง
การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายมากขึ้น	3.41	1.156	ปานกลาง
โดยรวมแล้วฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay มีประโยชน์สำหรับการชำระเงิน	3.91	1.281	มาก
รวม	**3.39**	**1.04**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.39, S.D. = 1.04) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า โดยรวมแล้วรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay มีประโยชน์สำหรับการชำระเงิน ($\bar{x}$ = 3.91, S.D. = 1.281)อยู่ใน

ระดับมาก รองลงมาคือการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้สามารถตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายมากขึ้น ($\bar{X}$ = 3.41, S.D. = 1.156) อยู่ในระดับปานกลาง การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้สามารถซื้อสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น ($\bar{X}$ = 3.38, S.D. = 0.782) อยู่ในระดับปานกลาง การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้สามารถซื้อสินค้าและบริการได้เร็วยิ่งขึ้น ($\bar{X}$ = 3.27, S.D. = 0.928) อยู่ในระดับมาก และรู้สึกได้ว่าการชำระเงินจะรวดเร็วยิ่งขึ้นเมื่อชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ($\bar{X}$ = 3.11, S.D. = 1.057) อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางนี้พบว่า ข้อคำถามโดยรวมแล้วฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay มีประโยชน์สำหรับการชำระเงิน มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.281) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น (S.D. = 0.782)

ตารางที่ 4.10: ระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	$\bar{X}$	**S.D.**	**การแปลผล**
การเรียนรู้ที่จะใช้งานระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน	3.93	1.072	มาก
การใช้งานระบบ Samsung Pay มีขั้นตอนที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย	3.44	1.034	ปานกลาง
การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน	3.77	1.165	มาก
ขั้นตอนการใช้งานระบบ Samsung Pay มีความยืดหยุ่น	3.60	1.237	มาก
ฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay ใช้งานง่าย	4.00	.959	มาก
รวม	**3.74**	**1.09**	**มาก**

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นถึงการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74, S.D. = 1.09) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า รู้สึกว่าระบบ Samsung Pay ใช้งานง่าย ($\bar{X}$ = 4.00, S.D. = 0.959) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การเรียนรู้ที่จะใช้งานระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่ง่าย ($\bar{X}$ = 3.93, S.D. = 1.072) อยู่ในระดับมาก การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องง่าย ($\bar{X}$ = 3.77, S.D. = 1.165) อยู่ในระดับมาก ขั้นตอนการใช้งานระบบ Samsung Pay มีความยืดหยุ่น ($\bar{X}$ = 3.60, S.D. = 1.237) อยู่ในระดับมาก และการใช้งานระบบ Samsung Pay มีขั้นตอนที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ($\bar{X}$ = 3.44, S.D. = 1.034) อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางนี้พบว่า ข้อคำถามขั้นตอนการใช้งานระบบ Samsung Pay มีความยืดหยุ่น มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.237) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay ใช้งานง่าย (S.D. = 0.959)

ตารางที่ 4.11: ระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจ

ความตั้งใจ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ฉันตั้งใจจะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ในอนาคต	3.51	1.148	มาก
ฉันพยายามที่จะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการอยู่เสมอ	3.40	1.142	ปานกลาง
ฉันมักจะแนะนำผู้อื่นให้ใช้ชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการ	2.57	0.862	ปานกลาง
ระบบ Samsung Pay เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่ฉันชื่นชอบสำหรับการชำระเงิน	2.66	0.976	ปานกลาง
รวม	**3.03**	**1.032**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะใช้ระบบ SAMSUNG PAY ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.03, S.D. = 1.032) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า ความตั้งใจจะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ในอนาคต ($\bar{x}$ = 3.51, S.D. = 1.148) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือความพยายามที่จะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการอยู่เสมอ ($\bar{x}$ = 3.40, S.D. = 1.142) อยู่ในระดับปานกลางระบบ Samsung Pay เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่มีความชื่นชอบสำหรับการชำระเงิน ($\bar{x}$ = 2.66, S.D. = 0.976)อยู่ในระดับปานกลาง และจะแนะนำผู้อื่นให้ใช้ชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการ ($\bar{x}$ = 2.57, S.D. = 0.862) อยู่ในระดับปานกลาง

จากตารางนี้พบว่า ข้อคำถามฉันตั้งใจจะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ในอนาคต มีการกระจายตัวของข้อมูลมากที่สุดโดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 1.148) และข้อคำถามที่มีการกระจายตัวของข้อมูลน้อยที่สุดคือ ฉันมักจะแนะนำผู้อื่นให้ใช้ชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการ (S.D. = 0.862)

4.3 การรายงานผลด้วยสถิติแบบพหุตัวแปร (Multivariate Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) ได้ผลลัพธ์ดังนี้

ตารางที่ 4.12: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY

ปัจจัย	B	Std. Error	β	T	Sig (P-Value)
(Constant)	3.530	.301	-	11.735	0.000
ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม	-.024	0.39	-0.031	-0.607	0.544
ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน	0.094	0.041	0.115	2.294	0.022*
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	-0.19	0.040	-0.049	-0.474	0.636
ความสลับซับซ้อน	0.012	0.38	0.033	0.321	0.748
ความเข้ากันได้กับผู้ใช้	0.013	0.037	0.018	0.350	0.727
การสังเกตเห็นได้	-0.017	0.037	-0.023	-0.464	0.643
การทดลองได้	-0.001	0.042	-0.001	-0.018	0.986

$R = 0.125$, $R^2 = 0.016$, F-Value = 0.890, * P-Value < 0.05

จากตารางที่ 4.12 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลกระทบต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY พบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน ($\beta = 0.115$) ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY มากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.016) พบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 1.6 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 98.4 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.13: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ปัจจัย	B	Std. Error	β	T	Sig (P-Value)
(Constant)	1.905	0.329	-	5.795	0.000
ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม	0.056	0.043	0.063	1.307	0.172
ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน	0.172	0.045	0.184	3.831	0.000*
ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	0.078	0.044	0.175	1.779	0.076
ความสลับซับซ้อน	-0.014	0.042	-0.034	-0.343	0.732
ความเข้ากันได้กับผู้ใช้	-0.057	0.040	-0.067	-1.399	0.163
การสังเกตเห็นได้	0.156	0.040	0.188	3.893	0.000*
การทดลองได้	0.059	0.046	0.062	1.274	0.203

$R = 0.312$, $R^2 = 0.097$, F-Value = 0.081, * P-Value < 0.05

จากตารางที่ 4.13 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน (Sig. = 0.000) และการสังเกตเห็นได้ (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY พบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน (β = 0.184) ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY มากที่สุด รองลงมาคือ การสังเกตเห็นได้ (β = 0.188) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.097) พบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน และการสังเกตเห็นได้ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY ร้อยละ 9.7% ส่วนอีกร้อยละ 90.3 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.14: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY

ปัจจัย	B	Std. Error	β	T	Sig (P-Value)
(Constant)	1.533	0.244	-	6.288	0.000
การรับรู้ความมีประโยชน์	0.306	0.047	0.311	6.564	0.000*
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.121	0.053	0.108	2.275	0.023*

$R = 0.340$, $R^2 = 0.115$, F-Value = 25.861, * P-Value < 0.05

จากตารางที่ 4.14 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ ดังนี้ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ (Sig. = 0.000) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Sig. = 0.023) ส่งผลต่อการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY พบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ (β = 0.311) ส่งผลต่อการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (β = 0.108) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เมื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R Square = 0.115) พบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการใช้งานของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่ใช้งานระบบ SAMSUNG PAY ร้อยละ 11.5 ส่วนที่เหลืออีก 88.5 มาจากปัจจัยด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.15: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 2 ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 3 ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 4 ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 5 ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 6 ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 7 ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 8 ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 9 ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 10 ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีอิทธิพลทางบวกการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 11 ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนมีอิทธิพลทางลบต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 12 ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 13 ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 14 ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY	ไม่สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 15 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจ	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 16 การรับรู้ความมีประโยชน์มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจ	สอดคล้อง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และการรับรู้ความมีประโยชน์มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้ระบบ SAMSUNG PAY ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และนำไปประมวลผลสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

5.1 สรุปผลการวิจัยและผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่นั้นเป็น เพศหญิง รองลงมาคือ เพศชาย (2) ด้านอายุมากสุดคือช่วงอายุ 21-30 ปี รองลงมาคือ 31-40 ปี ถัดมา 41-50 ปี ถัดมา ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และน้อยที่สุดคือ 61 ปีขึ้นไป (3) สถานภาพส่วนใหญ่ สมรส/ แต่งงาน/ อยู่กิน-อยู่ร่วมกัน รองลงมาคือ โสด และน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ (อย่าร้าง/ หม้าย/ แยกทาง/ แยกกันอยู่) (4) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับ ปริญญาตรี รองมาลงคือ อนุปริญญา/ ปวส. ถัดมา ปริญญาโท ถัดมา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. ถัดมา มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า และน้อยที่สุดคือ ปริญญาเอก (5) รายได้ต่อเดือนมากที่สุดคือ 15,001 - 30,000 บาท รองลงมาคือ 30,000 - 50,000 บาท ถัดมา ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ถัดมา 50,000 - 100,000 บาท และน้อยที่สุดคือ 100,001 บาทขึ้นไป (6) อาชีพส่วนใหญ่เป็น พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน รองลงมาคือ รับราชการ/ พนักงานรัฐ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ถัดมา วิชาชีพอิสระ/ เจ้าของกิจการ/ ค้าขาย ถัดมา รับจ้าง ถัดมา นักเรียน/ นักศึกษา ถัดมา ข้าราชการบำนาญ/ เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ อยู่ระหว่างรองานและน้อยที่สุดคือ อื่น ๆ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็น

จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า

ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า “ฉันรู้ถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีก่อนคนอื่นเสมอ” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “ฉันมักจะเป็นกลุ่มคนแรก ๆ ที่ทดลองสินค้าและบริการใหม่ ๆ” และ “ฉันชื่นชอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ”

ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรม โดยรวมมีระดับคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า “ฉันชอบซื้อสินค้าและบริการผ่านทางสมาร์ทโฟน” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “ฉันใช้บริการผ่านธนาคารออนไลน์ บัตรเครดิต หรือใช้สมาร์ทโฟนเพื่อซื้อสินค้าและบริการ” ถัดมา “ฉันมักชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเมื่อซื้อสินค้าและบริการ” ถัดมา “บ่อยครั้งที่ฉันจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ หรือค่าใช้จ่ายประจำอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่” และ “ฉันรู้สึกมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน”

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า “การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าระบบชำระเงินอื่น ๆ” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น” และ “การใช้ระบบ Samsung Pay เป็นวิธีที่สะดวกในการชำระเงิน”

ความสลับซับซ้อน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่า “การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนยุ่งยากและเข้าใจยาก” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่วุ่นวายจนน่าผิดหวัง” และ “การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนเกินไปสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ”

ความเข้ากันได้กับผู้ใช้ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า “การใช้ระบบ Samsung Pay เข้ากับไลฟ์สไตล์ของฉันในปัจจุบัน” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “การใช้ระบบSamsung Pay เหมาะสมกับการใช้เพื่อชำระเงิน” และ “การใช้ระบบ Samsung Pay เพื่อซื้อสินค้าและบริการเหมาะสมกับลักษณะการทำงานของฉัน”

การสังเกตเห็นได้ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า “ฉันมองเห็นถึงประโยชน์ในการใช้ระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “ฉันไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้การใช้ระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น” และ “บุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่ใช้ระบบ Samsung Pay ของฉัน”

การทดลองได้ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า “ฉันต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบ Samsung Pay ก่อนตัดสินใจที่จะใช้งาน” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “ฉันต้องการทดลองชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก” และ “การเปิดโอกาสได้ทดลองใช้งานระบบ Samsung Pay จะสามารถโน้มน้าวให้ฉันตัดสินใจที่จะใช้บริการ”

การรับรู้ความมีประโยชน์ โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า “ฉันรู้สึกได้ว่าการชำระเงินจะรวดเร็วยิ่งขึ้นเมื่อชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้เร็วยิ่งขึ้น” ถัดมา “การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น” ถัดมา “การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายมากขึ้น” และ “โดยรวมแล้วฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay มีประโยชน์สำหรับการชำระเงิน”

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า “การเรียนรู้ที่จะใช้งานระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “การใช้งานระบบ Samsung Pay มีขั้นตอนที่ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย” ถัดมา “การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน” ถัดมา “ขั้นตอนการใช้งานระบบ Samsung Pay มีความยืดหยุ่น และฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay ใช้งานง่าย”

ความตั้งใจโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละข้อคำถามพบว่า “ฉันตั้งใจจะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ในอนาคต” มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ “ฉันพยายามที่จะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการอยู่เสมอ” ถัดมา “ฉันมักจะแนะนำผู้อื่นให้ใช้ชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการ” และ “ระบบ Samsung Pay เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่ฉันชื่นชอบสำหรับการชำระเงิน”

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ยอมรับสมมติฐานที่ 2 ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนมีอิทธิพลทางลบต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ยอมรับสมมติฐานที่ 6 ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 7 ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 8 ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

ยอมรับสมมติฐานที่ 9 ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 10 ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีอิทธิพลทางบวกการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 11 ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนมีอิทธิพลทางลบต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 12 ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 13 ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

ปฏิเสธสมมติฐานที่ 14 ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY

ยอมรับสมมติฐานที่ 15 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจ

ยอมรับสมมติฐานที่ 16 การรับรู้ความมีประโยชน์มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยขอสรุปการอภิปรายผล ดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Goldsmith (2001) ที่ได้สรุปว่าประสบการณ์ในการใช้งานที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น ๆ มีผลต่อทัศนคติในการรับรู้ถึงประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kim, Mirusmonov และ Lee (2010) ที่ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบสาเหตุเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการใช้ของระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ ซึ่งเป็นข้อบ่งชี้ว่าบุคคลที่มีประสบการณ์ในการใช้งานสมาร์ทโฟนนั้นสามารถประยุกต์การใช้งานระบบให้เหมาะสมได้ ซึ่งมีผลอย่างมากต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ

ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kim และคณะ (2010) ที่ศึกษาเรื่องการตรวจ สอบสาเหตุเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการใช้ของระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน จากการศึกษาพบว่า ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์การใช้งาน จะสามารถปรับตัวให้เข้ากันกับระบบได้โดยง่าย ซึ่งจะส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ

ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Rogers (1995) ในเรื่องของทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ในเรื่องของลักษณะของนวัตกรรมที่ทำให้ผู้เกิดการยอมรับได้ง่าย คือลักษณะของนวัตกรรมที่สามารถมองเห็น และเข้าใจได้ง่าย หรือสามารถที่จะสัมผัสเข้าถึง กระบวนการทำงานเข้าใจถึงข้อดี ข้อเสีย และประโยชน์ของนวัตกรรมได้ง่าย

การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัย Venkatesh และ Davis (2000) ที่พบว่า การรับรู้ว่าเทคโนโลยีที่ใช้นั้นมีความง่ายต่อการใช้งาน ก็จะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน จนกลายเป็นพฤติกรรม และส่งผลไปถึงการยอมรับ และการใช้งานเทคโนโลยีจริงในที่สุดและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chong, Chan และ Ooi (2012) ที่ศึกษาเรื่อง การคาดคะเนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการนำอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) ข้ามประเทศโดยใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ในการตรวจสอบระหว่างประเทศจีนและอินเดีย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ความมีประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะใช้งานอีคอมเมิร์ซของคนในประเทศจีน

การรับรู้ความมีประโยชน์ส่งผลต่อความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ HaliloviĆ และ Cicic (2001) และ Saadé (2007) ที่อธิบายเอาไว้ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์จะเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินการที่จะเกิดขึ้นกับผลที่คาดหวังไว้ ซึ่งส่งผลถึงความพึงพอใจ และการใช้งานของระบบสารสนเทศ และสอดคล้องกับ Venkatesh และ Davis (2000) ที่กล่าวว่า หากเทคโนโลยีนั้นมีความง่ายต่อการใช้งาน ก็จะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน ทำให้ผู้ใช้ยอมรับเทคโนโลยี และเกิดการใช้งานจริงที่สุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pham และ Ho (2015) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และความน่าสนใจของทางเลือกในการยอมรับของผู้บริโภคที่ชำระเงินด้วยเทคโนโลยี NFC ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ของการชำระเงินด้วยเทคโนโลยี NFC มีผลต่อความตั้งใช้งานระบบนั้น ๆ

ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kim และคณะ (2010) ที่ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบสาเหตุเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการใช้ของระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน จากการศึกษาพบว่า นวัตกรรมนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้ไม่มีผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเนื่องจาก

เมื่อเปรียบเทียบกับการชำระเงินในรูปแบบดั้งเดิมแล้วนั้น นวัตกรรมยังไม่ทำให้เกิดความเข้ากันได้กับผู้ใช้มากเพียงพอ

ลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kim และคณะ (2010) ที่ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบสาเหตุเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการใช้ของระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน จากการศึกษาพบว่าลักษณะนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้ไม่มีผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์เนื่องจาก ผู้ใช้ระบบชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนนั้นยังมองไม่เห็นถึงความเข้ากันได้กับผู้ใช้ของนวัตกรรมนั้น

ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hong, Lin และ Hsieh (2017) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านลักษณะบุคคลนวัตกรรมการรับรู้ความสะดวก ส่งผลต่อการเรียนรู้ผ่านสมาร์ทโฟน จากการศึกษาพบว่า ลักษณะบุคคลด้านนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างของประชากรในงานวิจัยดังกล่าวเป็นกลุ่มของนักเรียน/ นักศึกษา เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นลักษณะนวัตกรรมจึงไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์

ลักษณะบุคคลด้านความมีนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kim และคณะ (2010) ที่ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบสาเหตุเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจการใช้ของระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน จากการศึกษาพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างประชากรส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมได้ช้า (Late Majority) ดังนั้นลักษณะของนวัตกรรมจึงไม่ส่งผลต่อการรับรู้ง่ายในการใช้งานนวัตกรรมนั้น ๆ ได้

ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ John (2015) ที่ศึกษาเรื่อง การควบรวมเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับการศึกษาขั้นสูง กรณีศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับกระบวนการสอน จากการศึกษาพบว่า ลักษณะนวัตกรรมด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากนวัตกรรมที่ศึกษานั้น เป็นนวัตกรรมที่มีลักษณะคล้าย ๆ กันกับนวัตกรรมอื่น ๆ ที่มีอยู่ จึงไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานนวัตกรรมนั้น

ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Veloo และ Masood (2014) ที่ศึกษาเรื่อง การยอมรับและความตั้งใจใช้ระบบ iLearn สำหรับธุรกิจยานยนต์ทางเหนือของประเทศมาเลเซีย จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของนวัตกรรมที่ทำการศึกษาเป็นลักษณะนวัตกรรมที่ไม่สามารถที่จะทดลองได้ หรือทดลองได้ยาก ซึ่งการทดลองไม่สามารถทำให้มองเห็นถึงความยากง่ายในการใช้งานได้ ส่งผลให้ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ลักษณะนวัตกรรมด้านการทดลองได้ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Md Nor, Moga และ Yoruk (2010) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้บริโภคกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จากการศึกษาพบว่า การทดลองใช้เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นไม่มีผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์

ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ibrahim (2014) ที่ศึกษาเรื่อง โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อขยายไปสู่ทัศนคติการบริโภคทางด้านกีฬาจากการศึกษาพบว่า ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เนื่องจากทัศนคติของของผู้บริโภคด้านกีฬาเกี่ยวกับลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนไม่มีผลต่อความง่าย และการยอมรับเทคโนโลยี

ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความประโยชน์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hasan (2007) ที่ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบผลกระทบของการใช้คอมพิวเตอร์เพื่อประสิทธิภาพและความซับซ้อนของระบบในการยอมรับเทคโนโลยี จากการศึกษาพบว่า ลักษณะนวัตกรรมด้านความสลับซับซ้อนของระบบส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน แต่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษายังมีความเชื่อว่าระบบนั้นมีความซับซ้อนอาจส่งผลต่อการได้รับประโยชน์จากการใช้งานมากกว่าระบบที่ไม่ซับซ้อน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลไปใช้ทางธุรกิจ

5.3.1 ลักษณะบุคคลด้านประสบการณ์ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบ SAMSUNG PAY ดังนั้นผู้พัฒนาระบบ SAMSUNG PAY รวมถึงผู้พัฒนาระบบอื่น ๆ ที่มีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินผ่านแอพพลิเคชั่นบนสมาร์ทโฟนควรพิจารณากำหนดกลุ่มเป้าหมาย ออกแบบรวมถึงพัฒนาระบบให้สอดคล้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

5.3.2 ลักษณะนวัตกรรมด้านการสังเกตเห็นได้ส่งผลต่อการรับรู้ความมีประโยชน์ของระบบ SAMSUNG PAY โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ และการมองเห็นถึงประโยชน์ในการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY จากบุคคลอื่น ดังนั้น การพัฒนาระบบจึงต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบหน้าจอ เพื่อการสื่อสาร และความเป็นมิตรกับผู้ใช้ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ทางบวกให้กับผู้ใช้ เพื่อให้ผู้อื่นเมื่อมองเห็นบุคคลอื่นใช้งานระบบการชำระเงินแล้วนั้น สามารถรับรู้ได้ถึงความมีประโยชน์ในการใช้งานระบบชำระเงิน

5.3.3 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าระบบ SAMSUNGPAY สามารถใช้งานได้ง่าย ยืดหยุ่น สามารถเข้าใจได้ง่าย ซึ่งผลส่งผลต่อความตั้งใจโดยตรง ดังนั้นผู้พัฒนาระบบ SAMSUNG PAY รวมถึงผู้พัฒนาระบบอื่น ๆ ที่มีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินผ่านแอพพลิเคชั่นบน

สมาร์ทโฟน ควรพัฒนาระบบโดยพัฒนาหน้าจอการใช้งาน (User Interface) และออกแบบประสบการณ์การใช้งาน (User Experiences) ให้เหมาะสมกับระบบ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของความเข้าใจง่าย ใช้งานง่าย มีลำดับขั้นตอนที่ชัดเจน ตอบโจทย์กับลักษณะการใช้งาน และมีความยืดหยุ่น

5.3.4 การรับรู้ความมีประโยชน์ จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ส่งผลต่อความตั้งใจ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ภาพรวมค่อนข้างพึงพอใจกับระบบ SAMSUNG PAY เพราะรู้สึกว่าระบบ SAMSUNG PAY เป็นประโยชน์สำหรับในการชำระเงิน ดังนั้นผู้พัฒนาระบบ SAMSUNG PAY รวมถึงผู้พัฒนาระบบอื่น ๆ ที่มีลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ควรพัฒนาระบบโดยคำนึงถึงความสามารถหลักของระบบเป็นอย่างแรก ซึ่งก็คือความสามารถในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟน ไม่ว่าจะเป็นในด้าน การใช้งาน หรือความสะดวกรวดเร็วของระบบการชำระเงิน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อ ๆ ไปดังนี้

5.4.1 ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY โดยใช้ตัวแปรอื่น ๆ ที่คาดว่าจะเป็นปัจจัยสำคัญเพิ่มเติม เช่น คุณภาพของสารสนเทศ ความน่าเชื่อถือ หรือความไว้วางใจ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อการใช้งานระบบ SAMSUNG PAY อันจะนำมาซึ่งผลวิจัยเพื่อวางแผนกลยุทธ์ของระบบต่อไป

5.4.2 ควรใช้สถิติอื่น ๆ เพื่อวิเคราะห์สมมติฐานเพิ่มเติม เพื่อให้โมเดลของงานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เช่น การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบอิทธิพลของตัวแปรกลาง เป็นต้น

5.4.3 ควรนำโมเดลงานวิจัยนี้ไปวิเคราะห์เพิ่มเติมในลักษณะกลุ่มพหุ (Multiple Group) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ใช้ระบบ SAMSUNG PAY ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เทียบกับจังหวัดอื่น ๆ เพิ่มเติม

บรรณานุกรม

กิตตินันท์ นาคทอง. (2559). *สังคมไร้บัตรพลาสติก*. สืบค้นจาก https://mgronline.com/columnist/detail/9590000100887.

กิตตินันท์ นาคทอง. (2557). *เปรียบเทียบบัตรเสมือน*. สืบค้นจาก http://www.manager.co.th/Columnist/ViewNews.aspx?NewsID=9570000105619.

Growth Bee. (2560). *พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ผู้มีรายได้สูง*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/scoop/article_13341.

ซัมซุง อิเล็กทรอนิกส์. (2559). *นวัตกรรมการชำระเงินรูปแบบใหม่*. สืบค้นจาก http://www.samsung.com/th/samsungpay/.

Nuttaputch. (2559). *เหลียวมองสถิติที่น่าสนใจกับพฤติกรรมออนไลน์*. สืบค้นจาก http://www.nuttaputch.com/thailand-internet-user-profile-2017/.

ศูนย์วิจัยกสิกร. (2560). *ภาพรวมบัตรเครดิตปี 2560*. สืบค้นจาก http://www.newsdatatoday.com/images/News/OO1-9-17/400.pdf.

สุชา จันทร์เอม. (2527). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

Aggelidis, P., & Chatzoglou, D. (2016). Using a modified technology acceptance model in hospitals. *International Journal of Medical Informatics*, 78.

Agarwal, R., & Prasad, J. (1999). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies. *Decision Sciences, 30*(2), 361–390.

Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality and behavior*. Chicago: Dorsey Press.

Alavi, M., & Henderson, J. C. (1981). An evolutionary strategy for implementing a decision support system. *Management Science, 27*(11), 1309-1323.

Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehman, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing, 58*(3), 53-67.

Blake, B. F., Neuendorf, K. A., & Valdiserri, C. M. (2003). Innovativeness and variety of internet shopping. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy, 13*(3), 156-169.

Bloomfield, R., Libby, R., & Nelson, M. W. (2003). Confidence and the welfare of less-informed inventors. *Accounting: Organizations and Society, 24*, 623-647.

Chong, A. Y.-L., Chan, F. T. S., & Ooi, K.-B. (2012). Predicting consumer decisions to adopt mobile commerce: Cross country empirical examination between China and Malaysia. *Decision Support Systems, 53*(1), 34-43.

Chun-Hua, H., Jung-Jung, C., & Kai-Yu, T. (2016). Exploring the influential factors in continuance usage of mobile social apps: Satisfaction, habit, and customer value perspectives. *Telematics and Informatics, 33*(2), 342-355.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness perceived ease of use and user acceptance of information technology. *Management Information Systems Quarterly, 13*(3), 319-339.

DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. J. (1996). *Theories of mass communication*. London: Longman.

Farag, S., Schwanen, T., Dijst, M., & Faber, J. (2007). Shopping online and/ or in-store? A structural equation model of the relationships between e-shopping and in-store shopping. *Transportation Research Part A: Policy and Practice, 41*(2), 125-141.

Fitzsimons, G. J., & Morwitz, V. G. (1996, June). The effect of measuring intent on brand level purchase behavior. *Journal of Consumer Research, 23*, 1-11.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Philippines: Addison-Wesley.

Foster, G. M. (1973). *Tradition societies and technological change*. New York: Harper & Row.

Goldsmith, R. E. (2001). Using the domain specific innovativeness scale to identify innovative Internet consumers. *Internet Research: Electronic Networking Application and Policy, 11*, 149-158.

HalilovиĆ, S., & Cicic, M. (2011). *Antecedents of information systems user behavior: Extended expectation confirmation model*. Retrieved from http://dx.doi.org/10.1080/0144929X.2011.554575.

Hart, A. O., Nwibere, B. M., & Inyang, B. J. (2015). The uptake of electronic commerce by SMEs: A meta theoretical framework expanding the determining constructs of TAM and TOE frameworks. *Journal of Global Business Technology, 6*(1), 1-27.

Hasan, B. A. (2007). Examining the effects of computer self-efficacy and system complexity on technology acceptance. *Journal of Information Resources Management, 20*(3), 76-88.

Hong, J.-C., Lin, P.-H., & Hsieh, P.-C. (2017). The effect of consumer innovativeness on perceived value and continuance intention to use smartwatch. *Computers in Human Behavior, 67*, 264-272.

Howard, J. A. (1994). *Buyer behavior in marketing strategy* (2nd ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.

Ibrahim, H. (2014). Technology acceptance model: Extension to sport consumption. *Procedia Engineering, 69*, 1534-1540.

John, S. P. (2015). The integration of information technology in higher education: A study of faculty's attitude towards IT adoption in the teaching process. *Contaduría y Administración, 60*, 230-252.

Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior, 26*(3), 310-322.

Kotler, P. (2000). *Marketing management* (The Millennium Edition). New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P. (1994). *Marketing management analysis, planning, implementation and control* (8th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Md Nor, K., Moga, L. M., & Yoruk, D. (2010). Consumer Attitudes regarding information technology usage. *Economics and Applies Information's*, 13-18.

Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Nord, W. R., & Tucker, S. (1987). *Implementing routine and radical innovations*. MA: Lexington Books.

Pham, T.-T. T., & Ho, J. C. (2015). The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payments. *Technology in Society, 43*, 159-172.

Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovation* (3rd ed.). New York: Free Press.

Rogers, E. M., & Schumaker, F. S. (1971). *Communication of innovation: A Cross Cultural Approach*. New York: Free.

Rogers, T. B. (1974). An analysis of two central stages underlying responding to personality items: The self-referent decision and response selection. *Journal of Research in Personality, 8*(2), 128-138.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations* (3rd ed.). New York: The Free Press of Glence.

Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovation* (4th ed.). New York: Free Press.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovation* (5th ed.). New York: Free Press.

Rogers, C. R. (2012). *Self theory*. Retrieved from http://library.vu.ac.th/km/?p=357.

Sorebo, O., Halvari, H., Gulli, V. F., & Kristiansen, R. (2009). The role of self–determination theory in explaining teachers' motivation to continue to use e–learning technology. *Computers & Education, 53*(4), 1177–1187.

Taylor, S., & Tood, P. A. (1995). Assessing IT usage: The role of prior experience. *Management Information Systems Quarterly, 19*(2), 561-570.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science, 46*(2), 186–204.

Venkatesh, V., Davis, G. B., & Morris, M. G. (2003). User acceptance of information technology. *Toward a Unified View MIS Quarterly, 27*(3), 425-478.

Veloo, R., & Masood, M. (2014). Acceptance and intention to use the ilearn system in an automotive semiconductor company in the northern region of Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 116*, 1378-1382.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

Yi, M. Y., Jackson, J. D., Park, J. S., & Probst, J. C. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: Toward an integrative view. *Information & Management, 43*(3), 350-363.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่าย ความมีประโยชน์ และความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงิน SAMSUNG PAY ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามฉบับนี้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาโท บริหารธุรกิจของ นาย อัครภาส เกียรติเสริมขจร นักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่าน โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยข้อมูลทั้งหมดจะใช้เพื่อการวิเคราะห์ภาพรวมเท่านั้น และจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของท่าน รวมทั้งไม่นำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นใด ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ ที่นี้

อัครภาส เกียรติเสริมขจร

นิยาม ในการศึกษาครั้งนี้ **“ระบบการชำระเงิน Samsung Pay”** หมายถึง ระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ที่อำนวยความสะดวกในการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตโดยใช้สมาร์ทโฟนซัมซุงเป็นสื่อสารส่งข้อมูลการจ่ายเงินไปยังเครื่องรูดบัตรเครดิตที่อยู่ใกล้ (Near Field Communication: NFA หรือ Magnetic Secure Transmission: MST)

คำถามคัดคุณสมบัติ

คุณเคยใช้/ เคยชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay หรือเคยรู้จักระบบนี้มาก่อนหน้านี้หรือไม่

☐ เคยใช้

☐ ไม่เคยใช้แต่รู้จัก

☐ ไม่เคยใช้และไม่เคยรู้จักมาก่อน (จบการสัมภาษณ์)

ในรอบเดือนที่ผ่านมา ท่านใช้ระบบชำระเงิน Samsung Pay บ่อยเพียงใด

☐ ไม่ได้ใช้เลย (จบการสัมภาษณ์) ☐ 1-2 ครั้ง

☐ 3-4 ครั้ง ☐ 5 ครั้งหรือมากกว่านั้น

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ลักษณะบุคคล

ส่วนที่ 3 ลักษณะนวัตกรรม

ด้านความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ด้านความสลับซับซ้อน

ด้านความเข้ากันได้กับผู้ใช้

ด้านการสังเกตเห็นได้

ด้านการทดลองได้

ส่วนที่ 4 การรับรู้ความมีประโยชน์

ส่วนที่ 5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ส่วนที่ 6 ความตั้งใจที่จะใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ☐ 21-30 ปี

☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี

☐ 51-60 ปี ☐ 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส/ แต่งงาน/ อยู่กิน-อยู่ร่วมกัน

☐ อื่น ๆ (หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกทาง/ แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.

☐ อนุปริญญา/ ปวส. ☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

5. รายได้ต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ☐ 15,001 - 30,000 บาท

☐ 30,001 - 50,000 บาท ☐ 50,001 - 100,000 บาท

☐ 100,001 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

☐ รับราชการ/ พนักงานรัฐ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัท/ ลูกจ้างเอกชน

☐ นักเรียน/ นักศึกษา

☐ รับจ้าง

☐ วิชาชีพอิสระ/ เจ้าของกิจการ/ ค้าขาย

☐ ข้าราชการบำนาญ/ เกษียณอายุ/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน/ อยู่ระหว่างรองาน

☐ อื่น ๆ .....

<u>คำชี้แจง</u>: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง ท่านเห็นด้วย

3 หมายถึง ท่านมีความคิดเห็นกลาง ๆ / เฉย ๆ

2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 2 ลักษณะบุคคล

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ฉันรู้ถึงสินค้าและบริการใหม่ ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีก่อนคนอื่นเสมอ					
2. ฉันมักจะเป็นกลุ่มคนแรก ๆ ที่ทดลองสินค้าและบริการใหม่ ๆ					
3. ฉันชื่นชอบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ					
4. ฉันชื่นชอบซื้อสินค้าและบริการผ่านทางสมาร์ทโฟน					
5. ฉันใช้บริการผ่านธนาคารออนไลน์ บัตรเครดิต หรือใช้สมาร์ทโฟนเพื่อซื้อสินค้าและบริการ					
6. ฉันมักชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนเมื่อซื้อสินค้าและบริการ					
7. บ่อยครั้งที่ฉันจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ หรือค่าใช้จ่ายประจำอื่น ๆ ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่					
8. ฉันรู้สึกมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ทโฟน					

ส่วนที่ 3 ลักษณะนวัตกรรม

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าระบบชำระเงินอื่น ๆ					
2. การใช้ระบบ Samsung Pay ช่วยให้การชำระเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น					
3. การใช้ระบบ Samsung Pay เป็นวิธีที่สะดวกในการชำระเงิน					
4. การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay มีความซับซ้อนยุ่งยากและเข้าใจยาก					
5. การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่วุ่นวายจนน่าผิดหวัง					
6. การชำระเงินผ่านแอพพลิเคชัน Samsung Pay มีความซับซ้อนเกินไปสำหรับการซื้อสินค้าและบริการ					
7. การใช้ระบบการชำระเงิน Samsung Pay เข้ากับไลฟ์สไตล์ของฉันในปัจจุบัน					
8. การใช้ระบบการชำระเงิน Samsung Pay เหมาะสมกับการใช้เพื่อชำระเงิน					
9. การใช้ระบบ Samsung Pay เพื่อซื้อสินค้าและบริการเหมาะสมกับลักษณะการทำงานของฉัน					
10. ฉันมองเห็นถึงประโยชน์ในการใช้งานระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น					
11. ฉันไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้การใช้งานระบบ Samsung Pay จากผู้อื่น					
12. คนอื่นมีแนวโน้มที่จะสนใจในระบบ Samsung Pay เมื่อได้เห็นฉันใช้งาน					

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
13. ฉันต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบ Samsung Pay ก่อนตัดสินใจที่จะใช้งาน					
14. ฉันต้องการทดลองชำระเงินผ่านระบบการชำระเงิน Samsung Pay ด้วยสมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก					
15. การเปิดโอกาสได้ทดลองใช้งานระบบการชำระเงิน Samsung Pay จะสามารถโน้มน้าวให้ฉันตัดสินใจที่จะใช้บริการ					

ส่วนที่ 4 การรับรู้ความมีประโยชน์

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ฉันรู้สึกได้ว่าการชำระเงินจะรวดเร็วยิ่งขึ้นเมื่อชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay					
2. การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้เร็วยิ่งขึ้น					
3. การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถซื้อสินค้าและบริการได้มากยิ่งขึ้น					
4. การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ช่วยให้ฉันสามารถตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายมากขึ้น					
5. โดยรวมแล้วฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay มีประโยชน์สำหรับการชำระเงิน					

ส่วนที่ 5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. การเรียนรู้ที่จะใช้งานระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องที่ง่ายสำหรับฉัน					
2. การใช้งานระบบ Samsung Pay มีขั้นตอนที่ชัดเจน และเข้าใจได้ง่าย					
3. การชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน					
4. ขั้นตอนการใช้งานระบบ Samsung Pay มีความยืดหยุ่น					
5. ฉันรู้สึกว่าระบบ Samsung Pay ใช้งานง่าย					

ส่วนที่ 6 ความตั้งใจที่จะใช้

ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ฉันตั้งใจจะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay ในอนาคต					
2. ฉันพยายามที่จะใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการอยู่เสมอ					
3. ฉันมักจะแนะนำผู้อื่นให้ใช้ชำระเงินผ่านระบบ Samsung Pay เมื่อซื้อสินค้าและบริการ					
4. ระบบ Samsung Pay เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่ฉันชื่นชอบสำหรับการชำระเงิน					

ขอขอบพระคุณทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล	นาย อัครภาส เกียรติเสริมขจร
อีเมล	k_akarapas@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม คณะวิทยาศาสตร์ สาขาวิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์ - สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีการจัดการเพชรเกษม สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 13 เดือน เมษายน พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/~~นาง/นางสาว~~) อัครพล เกียรติเสโนมงคล อยู่บ้านเลขที่ 54/1
ซอย เลียงดอนน้ำจืด ถนน เอกชัย ตำบล/แขวง บางบัวทอง
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด สมุทรสาคร รหัสไปรษณีย์ 74000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590205588
ระดับบริญญา ☐ 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 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงอายุงาน ความคุ้มค่าประโยชน์ และความตั้งใจใช้บริการซักผ้าหยอดเหรียญ Samrong Pay ของผู้ประกอบในกรุงเทพมหานคร
.....
ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า **"สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์"**)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อัครพล เกี่ยวสำเร็จ)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์อัฏฐิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร