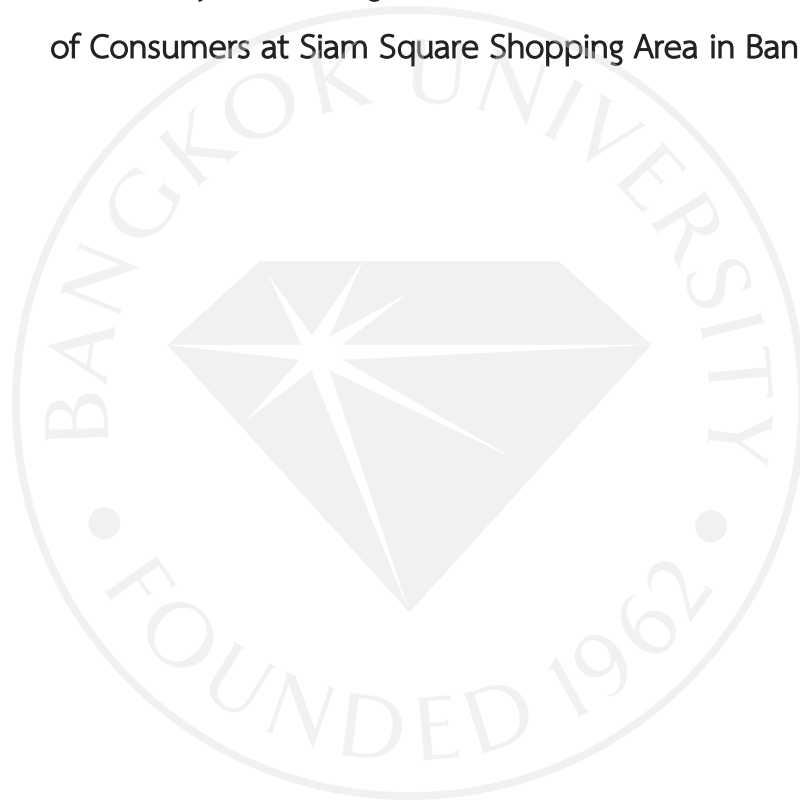


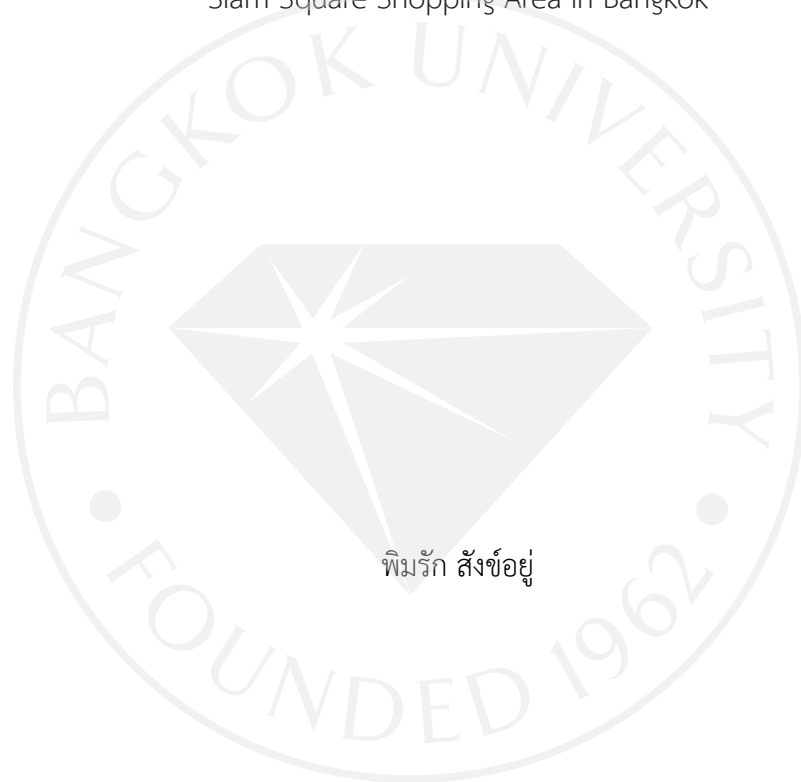
ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของ
ผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Factors Positively Influencing Intention to Use Electronic Payment A
of Consumers at Siam Square Shopping Area in Bangkok



ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่
ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร

Factors Positively Influencing Intention to Use Electronic Payment A of Consumers at
Siam Square Shopping Area in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2559



© 2561

พิมรัก สังข์อยู่

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ แรบบิท
ไลน์เพย์ (Rabbit LINE Pay) ของผู้บริโภคนในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย พิมรภัค สังข์ข่อย

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

3 มีนาคม 2561

พิมพ์รัก สังข์อยู่. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มีนาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่
ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร (59 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงิน A ซึ่งได้แก่ ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความเพลิดเพลิน ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองและปัจจัยอิทธิพลทางสังคมด้วยแบบสอบถาม ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครจำนวน 338 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาโท รายได้ 20,001 – 30,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง ผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุด คือ แรบบิทไลน์เพย์ (Rabbit Line Pay) สินค้าหรือบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามน่าจะใช้จ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคใช้จ่ายเงินมากกว่า 500 บาทในการชำระเงิน สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังหรือต้องการได้รับจากผู้ให้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ และพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.342 และปัจจัยด้านทัศนคติ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.165 ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงิน A ได้ร้อยละ 40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นผู้บริหารด้านการตลาดควรวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคใช้การชำระเงิน A โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยด้านทัศนคติ เพื่อก่อให้เกิดความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงิน A ของผู้บริโภคได้

คำสำคัญ: เงินอิเล็กทรอนิกส์, ความเพลิดเพลิน, การรับรู้ความสามารถของตนเอง

Sangyu, P. M.B.A., March 2018, Graduate School, Bangkok University.

Factors Positively Influencing Intention to Use Electronic Payment A of Consumers at Siam Square Shopping Area in Bangkok (59 pp.)

Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

ABSTRACT

The objective of this research was to study the positively influence of perceived usefulness, security, privacy concerns, trust, hedonism, attitude, perceived self-efficacy, and social influence affecting intention to use electronic payment A at Siam Square area in Bangkok during 16 October – 19 November 2017 of consumers at Siam Square Shopping area in Bangkok with 338 sets of questionnaire. The researcher found that majority of sample respondents who answered the questionnaire were females aged 26 – 30 years old, singles, with education in master degrees, average incomes from 20,001 – 30,000 baht per month. Most of them were company's officer and freelance. Most of them knew Rabbit Line Pay more than other electronic payment systems. Clothes, Bag and shoes are the categories that they would purchase by electronic payment with amount more than 500 Baht each purchase. They expected the most for free of charge in using electronic payment. The data were analyzed using Multiple Regression Analysis and found that only social influence ($\beta = 0.342$) and attitude ($\beta = 0.165$) explaining 40.0% of the positive influence towards intention to use electronic payment A of the consumers with the significant level at .01 Therefore, entrepreneurs or marketers should plan and develop strategies for consumers use electronic payment A by emphasizing on social influence and attitude in order for consumers to intend to use electronic payment A.

Keywords: e-Money, Hedonism, Perceived Self-efficacy

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเพราะได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากหน่วยงาน องค์กร รวมถึงบุคคลต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้คำปรึกษารวมถึงถ่ายทอดวิชาความรู้ ประสบการณ์ และให้กำลังใจในการทำงานมาโดยตลอด อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้วิจัยส่งผลงานเข้าร่วมงานประชุมวิชาการระดับชาติเพื่อมาตรฐาน ความน่าเชื่อถือ และเพื่อให้ผู้วิจัยได้เพิ่มพูนประสบการณ์มากขึ้น

คุณสิริวรรณ ชินวัฒน์ ผู้จัดการเขต ธนาคารกสิกรไทย และ คุณสาวิตรี วิฑิตหิรัณยกุล ผู้จัดการร้านแมคโดนัลด์ สาขาสยามพารากอน ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์พิจารณาข้อความที่ใช้นี้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

คุณพ่อ คุณแม่ และ เพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในการทำงานวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จด้วยดี

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการศึกษาวิจัยนี้

คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษา หากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

พิมพ์รัก สังข์อยู่

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 สมมติฐานการวิจัย	10
2.3 กรอบแนวความคิด	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 การออกแบบงานวิจัย	13
3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง	13
3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย	13
3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง	14
3.5 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	18
4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร	19
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน	22
4.4 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	25
บทที่ 5 การอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม	27
5.2 การอภิปรายผล	28
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) การอภิปรายผล	
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	31
บรรณานุกรม	32
ภาคผนวก	36
ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย	37
ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม	45
ประวัติผู้เขียน	59
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: จุดแข็งและจุดอ่อนของการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A	3
ตารางที่ 1.2: จุดแข็งและจุดอ่อนของเอไอเอสเอ็มเพย์ (AIS mPay)	4
ตารางที่ 1.3: จุดแข็งและจุดอ่อนของทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet)	5
ตารางที่ 1.4: วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 ราย ได้แก่ การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เอไอเอสเอ็มเพย์ (AIS mPay) และทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet)	5
ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)	15
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n =338	16
ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลิตเพลิน ทศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A	20
ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลิตเพลิน ทศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A	22
ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลิตเพลิน ทศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A	23

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิด	12
ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	26



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบการชำระเงินได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะระบบการชำระเงินนับเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศเคลื่อนไปข้างหน้า โดยธนาคารแห่งประเทศไทย แบ่งระบบการชำระเงินไว้ทั้งสิ้น 2 ประเภท ได้แก่ ระบบการชำระเงินด้วยเงินสด และระบบการชำระเงินที่ไม่ใช่เงินสด (Bank of Thailand, 2558) ในปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วนมากยิ่งขึ้น อาทิ เช่นการศึกษา สังคม รวมถึงระบบเศรษฐกิจ เรื่องที่เห็นได้ชัดคือเรื่องของบริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ จัดอยู่ในระบบการชำระเงินที่ไม่ใช่เงินสด ซึ่งเป็นเรื่องที่ได้ได้รับความสนใจอย่างมาก

นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้แบ่งประเภทของบริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ออกเป็น 8 ประเภท คือ บัตรเดบิต (Debit) บัตรเครดิต (Credit) การชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) เช็ค (Cheque) บริการโอนเงิน แบ่งเป็น การโอนเงินรายย่อยระหว่างธนาคาร การโอนเงินรายใหญ่ผ่านระบบบาทเน็ต (Bahtnet) การหักเงินจากบัญชีบุคคลอื่นอัตโนมัติ (Debit Transfer / Direct Debit) การนำเงินเข้าบัญชีบุคคลอื่นอัตโนมัติ (Credit Transfer / Direct Credit) และการโอนเงินระหว่างประเทศ (Remittance) การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment) การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) การศึกษาวิจัยเล่มนี้จะขอยกมากล่าวเฉพาะความหมายของบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องเท่านั้น การชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment) เป็นการทำการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่ว่าจะผ่านบริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ของธนาคารหรือการชำระผ่านเว็บไซต์ของร้านค้าด้วยบัตรเดบิต บัตรเครดิต หรือ เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) ข้อดีของการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Payment) คือ ทำรายการ 24 ชั่วโมง เป็นต้น การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) เป็นการทำการผ่านเครือข่ายระบบโทรศัพท์โดยใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์สำคัญในการโอนหรือชำระเงินข้อดีของการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) คือ ช่วยลดค่าลดภาระการพกพาเงินสดและบัตรต่างๆ สำหรับร้านค้า สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้าที่รับชำระ เป็นต้น เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) คือ จำนวนเงินซึ่งบรรจุอยู่ในสื่อการชำระเงินประเภทบัตรพลาสติก หรืออยู่ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้สำหรับชำระค่าสินค้าหรือบริการตามร้านค้าที่ผู้ออก E-Money แจกไว้ โดยผู้ใช้ต้องชำระเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ออกเงินไว้ก่อน ข้อดี คือ ไม่ต้องถือเงินสดและไม่ต้องรอนเงินทอน (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558)

ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ เงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Money (E-Money) จะมีความหมายเดียวกับ ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังที่รัฐบาลไทยประกาศนโยบาย Thailand 4.0 โดยมุ่งจะผลักดันให้เกิด “สังคมไร้เงินสด” แต่ประเทศไทยยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นต่างจากเกาหลีใต้ซึ่งถือเป็นต้นแบบสังคมไร้เงินสดที่โดดเด่น ประชาชนใช้ชีวิตออนไลน์เต็มรูปแบบ มีบัตรเครดิตถึง 1.9 บัตรต่อคนถือว่าสูงที่สุดในโลกการซื้อขายและชำระเงินในเกาหลีใต้มีการทำรายการทางการเงินออนไลน์ด้วยสมาร์ตโฟนจำนวนมาก อีกทั้งยังวางแผนจะเลิกใช้เงินกระดาษและเงินเหรียญทั้งหมดในปี 2563 ส่วนเศษเงินที่ตกค้างอยู่ให้นำไปใส่ในบัตรเติมเงิน E-Money สำหรับซื้อสินค้าและชำระค่าโดยสารได้ (“เงินอิเล็กทรอนิกส์มาแรง”, 2560)

การชำระเงินด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ Mobile Payment ถือเป็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ ชนิดหนึ่งที่เข้ามาแก้ไขจุดอ่อนของเงินสด โดยกลุ่ม Mobile Wallet หรือ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นกระเป๋าเงินเสมือนผ่านวิธีการต่างๆ เช่น ชื่อบัตรเติมเงิน โอนเงินจากบัญชีธนาคาร-บัตรเครดิต และนำมูลค่าเงินเหล่านั้นไปใช้สอยซื้อสินค้าตามแต่ที่ร้านค้าแต่ละรายจะรองรับบริการการจ่ายเงินนั้นๆ ซึ่งผู้ให้บริการกลุ่มนี้มีจำนวนมาก เช่น True Money, AIS mPay, AirPay, PaySocial, และ Rabbit Line Pay โดยกลุ่มผู้ใช้บริการ Mobile Wallet มักจะให้ลูกค้าจ่ายเงินให้บริษัทไว้เป็น เครดิตก่อน จากนั้นค่อยนำเครดิตไปซื้อสินค้าหรือบริการ เช่น ผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ สำหรับกรณีของ AIS, Dtac, True มีระบบ Wallet ทั้ง 3 ราย ส่วนผู้ให้บริการเกมออนไลน์ เช่น AirPay ของบริษัท Garena ก็เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ดี ไปจนถึงผู้ให้บริการสาธารณูปโภคอย่าง แรบบิทไลน์เพย์ (Rabbit Line Pay) ที่ผูกบัตรแรบบิท (Rabbit) ของรถไฟฟ้า BTS เพราะบริษัทเหล่านี้มีสายสัมพันธ์ทางการเงินกับผู้บริโภคอยู่แล้ว การขยายนำเงินที่ไหลผ่านระบบเติมให้มาอยู่ใน Wallet จึงไม่ยาก (Digital Ventures Company Limited, 2560)

การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เป็นบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money หรือ Mobile Wallet) เกิดจากการร่วมทุนกันระหว่างบริษัทที่ทำธุรกิจระบบขนส่งมวลชนของไทย กับบริษัท ที่ทำธุรกิจแพลตฟอร์มการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือผ่านแอปพลิเคชันสนทนาของประเทศไทย ญี่ปุ่น เมื่อปี 2559 เป้าหมายเพื่อขยายฐานลูกค้าผ่านผู้ใช้แอปพลิเคชันสนทนาในประเทศไทย ซึ่งมีผู้ลงทะเบียนใช้งานอยู่ประมาณ 33 ล้านคน (“ต่อไปแอป LINEฯ”, 2559)

การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A สามารถโอนเงิน แשרเงิน ส่งค่าขอเงิน และใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการได้ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ผ่าน Line โดยไม่ต้องใช้เลขที่บัญชีธนาคาร โดยผู้ใช้สามารถผูกบัตรเครดิตหรือบัตรเครดิต หรือสามารถเติมเงินผ่านช่องทางอื่นได้ เช่น จุดบริการบนสถานีรถไฟฟ้า BTS ร้านแมคโดนัลด์ เป็นต้น (“เกี่ยวกับ Rabbit LINE Pay”, 2560) ปัจจุบันร้านค้าตามสถานีรถไฟฟ้า BTS หลายๆ ร้านรับชำระค่าสินค้าด้วยการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ทั้งสิ้น เช่น ร้านชาตรามือ, ร้านมิสเตอร์เชค, แมคโดนัลด์ เป็นต้น ซึ่งร้านค้าเหล่านี้มีโปรโมชั่น คือ ส่วนลด ซึ่งถือ

เป็นการดึงดูดผู้ใช้จ่ายการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A นอกจากร้านค้าตามสถานีรถไฟแล้ว ห้างสรรพสินค้าในเครือเดอะมอลล์กรุ๊ปและเครือเซ็นทรัลก็รองรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A นี้แล้วเช่นกัน การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ยังสามารถใช้สำหรับชำระค่าขนส่งสินค้าอย่าง Kerry Express และ Line Man ได้ อีกทั้งยังสามารถเติมเงินเกมออนไลน์และโทรศัพท์มือถือ AIS One-2-Call และ Dtac Happy, ซื้อตั๋วภาพยนตร์ของเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์ และ เอสเอฟซีเนมา, บริจาคเงิน เช่น มูลนิธิรามาริบัติ ศิริราชมูลนิธิ เป็นต้น การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A มีผู้ลงทะเบียนใช้แล้วมากกว่า 2 ล้านคน ("เปิดข้อมูล LINEฯ", 2560)

การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ยังเป็นการชำระเงินเสมือนมีเหรียญออนไลน์ที่นิยมอันดับหนึ่งในประเทศไทย เพราะได้ทำการประชาสัมพันธ์เป็นวงกว้างและมีการส่งเสริมการขายกับลูกค้าที่มีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ("3 ระบบชำระเงินฯ", 2560)

ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Money (E-Money) ธนาคารแห่งประเทศไทย แบ่งออกเป็นประเภท ก, ข และ ค รวมแล้วมีจำนวน 30 ราย ผู้ให้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A จัดอยู่ในประเภท ค คือ เป็นบริการชำระเงินที่ใช้ชำระได้โดยไม่มีข้อกำหนดในเรื่องของสถานที่ และใช้ได้กับผู้ค้าหลายราย (Jenpasit, 2018) ผู้วิจัยจึงเลือกผู้ให้บริการชำระเงิน 3 ราย ได้แก่ ผู้ให้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เอไอเอสเอ็มเพย์ (AIS mPay) และ ของทรูมันนี่ วอลเล็ท (True Money Wallet) มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เนื่องจากเป็นผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ประเภท ค เหมือนกัน อีกทั้งไม่ได้เป็นผู้ให้บริการทางการเงินโดยตรง เช่น ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น และกำลังทำการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน ดังนี้

ตารางที่ 1.1: จุดแข็งและจุดอ่อนของการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

จุดแข็ง	จุดอ่อน
คนไทยส่วนใหญ่ใช้ Line อยู่แล้ว จึงไม่ต้องโหลด แอปพลิเคชันเพิ่ม ลงทะเบียนใช้งานได้ทันที	การชำระบิลค่าสาธารณูปโภคและค่าโทรศัพท์ยังมีข้อจำกัด
จุดรับชำระและบริการเติมเงินมีจำนวนมาก ทั้งในพื้นที่ศูนย์การค้า, ตามสถานีรถไฟ และอื่นๆ	ยังไม่สามารถชำระค่าเดินทางได้
ไม่จำเป็นต้องมีบัญชีธนาคาร, บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิตก็สามารถใช้ได้	หากพบปัญหาติดต่อ Call Center ได้ในช่วงเวลาจำกัด
มีสิทธิประโยชน์จากร้านค้า อาทิ ส่วนลด เป็นต้น	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): จุดแข็งและจุดอ่อนของการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ร้านค้าที่เข้าร่วมรายการเป็นร้านค้าที่ลูกค้ารายย่อยเข้าถึงได้ง่าย	

ที่มา: *เลือกใช้ตัวไหนดี? 6 บริการจ่ายเงินออนไลน์ ข้อดีข้อเสีย ใช้จ่ายผ่าน App มือถือและไวซ์อป.* (2560). สืบค้นจาก <https://promotions.co.th/โปรโมชั่นอื่นๆ/investment/finance/เลือกใช้ตัวไหนดี-6-ปรึกา.html>.

ตารางที่ 1.2: จุดแข็งและจุดอ่อนของเอไอเอสเอ็มเพย์ (AIS mPay)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ไม่จำเป็นต้องมีบัญชีธนาคาร, บัตรเครดิต หรือบัตรเดบิตก็สามารถใช้ได้	ผู้ใช้บริการต้องโหลดแอปพลิเคชันเพิ่ม ทำให้เสียพื้นที่ความจำของโทรศัพท์
หากพบปัญหาในการใช้งาน ขอความช่วยเหลือได้จากพนักงานผู้ให้บริการหรือระบบ Call Center ได้ 24 ชม.	ชำระค่าโทรศัพท์มือถือได้เฉพาะของเอไอเอส
มีสิทธิประโยชน์จากร้านค้าชั้นนำ	
บริการชำระบิลต่างๆ อย่างครอบคลุม	
ฟรีค่าธรรมเนียมในการชำระบิล 5 ครั้ง/เดือน ถึง 30 มิถุนายน 2561	

ที่มา: *จ่ายบิลผ่าน mPAY "สะดวกทุกที".* (2561). สืบค้นจาก <http://www.ais.co.th/mpay/Bill.html>.

ตารางที่ 1.3: จุดแข็งและจุดอ่อนของทรูมันนี่วอลเล็ท (True Money Wallet)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
ไม่จำเป็นต้องมีบัญชีธนาคาร, บัตรเครดิต หรือ บัตรเดบิตก็สามารถใช้ได้	ผู้ใช้บริการต้องโหลดแอปพลิเคชันเพิ่ม ทำให้เสียหน่วยความจำของโทรศัพท์
สามารถเติมเงินและใช้ชำระค่าสินค้าได้ที่ 7-11 ซึ่งจำนวนสาขามีปริมาณมาก ทั่วประเทศ	ชำระค่าโทรศัพท์มือถือได้เฉพาะของทรู
หากพบปัญหาในการใช้งาน ขอความช่วยเหลือได้จากพนักงานผู้ให้บริการหรือระบบ Call Center ได้ 24 ชม.	มีค่าธรรมเนียมในการถอนเงินเข้าบัญชีธนาคารครั้งละ 15 บาท
ฟรีค่าธรรมเนียมในการชำระบิล	

ที่มา: บริการจาก TrueMoney. (2561). สืบค้นจาก <http://www.truemoney.com/>.

ส่วนในด้านโอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 ผู้ให้บริการมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.4: วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของทั้ง 3 ราย ได้แก่ การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เอไอเอสเอ็มเปย์ (AIS mPay) และทรูมันนี่วอลเล็ท (True Money Wallet)

โอกาส	อุปสรรค
ภาครัฐสนับสนุนและผลักดันการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment)	ความไม่ครอบคลุมของสัญญาณอินเทอร์เน็ตในไทย
คนไทยยังใช้จ่ายด้วยเงินสด ดังนั้นยังมีช่องว่างให้ธุรกิจ E-Money ขยายได้อีก	พฤติกรรมคนไทยเคยชินกับระบบการชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต อีกทั้งความกังวลที่มีต่อเงินบนอินเทอร์เน็ต

ที่มา: E-wallet อนาคตการชำระเงิน จริงหรือ. (2561). สืบค้นจาก

<https://thanawat.co/2018/01/02/e-wallet-future-payment/>.

การศึกษาวิจัยในอดีต Ainsworth, Iryna, Aditya & Mohammed (2017) ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคชาวอเมริกา : ในเรื่องความกังวลในการใช้ เทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีอิทธิพลต่อทัศนคติ (Attitude) ในการใช้บริการชำระเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ นั้นแสดงว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อบริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัย ที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญ งานวิจัยของ Nidhi, Shalini & Neena (2017) ศึกษาวิจัยเรื่องความชื่น ชอบและความพึงพอใจต่อกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคชาวอินเดียตอนเหนือ โดยศึกษา เกี่ยวกับ 3 ปัจจัยหลัก คือ การรับรู้ (Perception), ความชื่นชอบ (Preference) และความพึงพอใจ (Satisfaction) สัมภาษณ์ผู้บริโภคจำนวน 204 คน โดยส่วนใหญ่อายุ 20 -30 ปี เพศชาย และ รายได้มากกว่า 50,000 พบว่า ความชื่นชอบ (Preference) และความพึงพอใจ (Satisfaction) มี อิทธิพลต่อกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือและพบว่าการรับรู้ (Perceptiion) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความ ชื่นชอบ (Preference) กระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ โดยที่ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use), ด้านความเชื่อมั่น (Trust), ด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) และด้านทัศนคติ (Attitude) มีผลต่อระดับความชื่นชอบ (Preference) จะเห็นได้ว่าผลของงานวิจัยนี้ทำให้เพิ่มน้ำหนัก ให้กับปัจจัยด้านทัศนคติว่าเป็นเรื่องที่ควรศึกษาอย่างมาก ในงานวิจัยของ Junadi & Sfenrianto (2015) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความใส่ใจของผู้บริโภคในการใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ใน ประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture) และ การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Preceived Security) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความใส่ใจของผู้บริโภคในการใช้การชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซียทั้งนี้ปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อเรื่องของการ ชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

จากข้อมูลที่น่าเสนอข้างต้น จากความสำคัญและมูลค่าตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นของเงิน อิเล็กทรอนิกส์ทั้งในระดับนานาชาติและในประเทศไทย ประกอบกับความนิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ใน การใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ และการให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังเป็นที่นิยมมากในไทย ผู้วิจัย จึงต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร เพราะในพื้นที่ศูนย์การค้าสยาม- สแควร์ ถือเป็นศูนย์รวมของผู้ใช้รถไฟฟ้า BTS จุดสำคัญจุดหนึ่งของกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้นำ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผู้ศึกษาวิจัยในต่างประเทศ มาทำการปรับใช้กับการศึกษาในครั้งนี้ ดังปรากฏใน หัวข้อ 2.3 กรอบแนวคิด ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่าข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาและตอบสนองของผู้บริโภคได้ตรงตามความ ต้องการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทำการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร

โดยผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปวางแผนการตลาดสำหรับพัฒนากลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสามารถเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการ คือ ขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความเพลิดเพลิน ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม เป็นต้น เพื่อเป็นพื้นฐานของงานวิจัยในอนาคต

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness) หมายถึง การที่ผู้บริโภคเชื่อว่าจะได้รับประโยชน์จากการใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการชำระเงินแบบเดิมๆ เช่น สะดวก ทำให้ชีวิตประจำวันง่ายขึ้น จัดการใบแจ้งหนี้ต่างๆ ง่ายขึ้น ลดภาระในการถือเงินสดหรือบัตรอื่นๆ (Ainsworth, et al., 2017) ตรงกับงานวิจัยของ Jinnan, Lin & Lihua (2017) พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ (Perceived Usefulness) ส่งผลต่อการยอมรับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคชาวจีน

2.1.2 กลุ่มนักวิจัยในอดีตกล่าวถึงทฤษฎีด้านความปลอดภัย (Security) หมายถึง การป้องกันข้อมูลการทำรายการจากการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคจากทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อไม่ให้เกิดการฉ้อฉลหรือการโกงจากการใช้งาน (Nidhi, et al., 2017) และการสร้างมาตรฐานเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดบุคคลที่ไม่หวังดีบุกรุกและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้ (“กรุงเทมหานคร – วิถีพิเศษ”, 2560) ดังนั้น ความปลอดภัย สำหรับงานวิจัยนี้หมายถึง การที่ผู้บริโภคเชื่อว่าการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีความปลอดภัยจากไวรัส ควรปกป้องข้อมูลส่วนตัว รหัสผู้ใช้งาน ตลอดจนรหัสผ่านของผู้ใช้งานได้ และการสร้างมาตรฐานเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดบุคคลที่ไม่หวังดีบุกรุกเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้ซึ่งตรงกับการศึกษาเรื่องการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้ธนาคารทางมือถือของผู้บริโภคในอินเดีย พบว่า ความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก (Sindhu & Srivastava, 2017)

2.1.3 ทฤษฎีด้านความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) หมายถึง การที่ผู้บริโภคใช้ประสบการณ์และบรรทัดฐานของสังคมมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลใดควรเปิดเผยหรือไม่ควรเปิดเผย หากผู้บริโภครับรู้ได้ถึงการรุกรานข้อมูลโดยไม่เหมาะสมจะส่งผลให้ความกังวลเพิ่มระดับมากขึ้น (Ainsworth, et al., 2017) ดังนั้น ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว สำหรับงานวิจัยนี้หมายถึง ความเชื่อของผู้บริโภคที่เชื่อว่า ข้อมูลที่ผู้บริโภคจะใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อาจจะไม่เป็นความลับ หรือมีความเสี่ยงที่ข้อมูลจะตกไปอยู่กับบุคคลที่สาม เป็นต้น (Ainsworth, et al., 2017) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chiung-Wen (2006) ได้ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคชาวจีนและไต้หวันมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวอย่างมากหากข้อมูลส่วนตัวหลุดรอดออกไปอยู่กับกลุ่มคนที่ไม่เกี่ยวข้อง

2.1.4 ผลงานวิจัยในอดีตได้เสนอทฤษฎีความเชื่อมั่น (Trust) หมายถึง ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำรายการทางการเงินและความเชื่อมั่นช่วยในการลดความเสี่ยงที่ผู้บริโภคเป็นกังวล ซึ่ง

นำไปสู่ความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Nidhi, et al., 2017) ซึ่งในที่นี้หมายถึง ผู้บริโภคควรไว้วางใจระบบ เชื่อว่าเป็นระบบปิด เชื่อว่าจะสามารถทำการทางการเงินได้ปลอดภัย เป็นต้นจากการศึกษาของ Irfan & Chendragiri (2015) พบว่า ความเชื่อมั่นสามารถลดทอนการรับรู้ ความเสี่ยงซึ่งส่งผลให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

2.1.5 ส่วนทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความเพลิดเพลิน (Hedonism) คือ สภาวะทางอารมณ์สนุก และชื่นชอบของผู้บริโภคที่แสดงออกมา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้เกิดพฤติกรรม (Nidhi, et al., 2017) ในที่นี้หมายถึง ระบบความใช้ได้ได้อย่างสนุก สบาย ดึงดูดใจให้ใช้งาน ตลอดจนมีข้อดีมากกว่า การใช้จ่ายด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้เกิดพฤติกรรม (Chiu, 2009 และ Asad, Obaidur & Naved, 2017) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Asad, et al., (2017) พบว่า ความเพลิดเพลินมีบทบาทในการรับรู้คุณภาพของเว็บไซต์ และความเพลิดเพลินยังเป็น ตัวชี้วัดความพึงพอใจซึ่งส่งผลความจงรักภักดีของผู้ใช้งานด้วย

2.1.6 สำหรับแนวคิดทฤษฎีด้านทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงทางบวกหรือ ทางลบซึ่งดูได้จากการแสดงออกให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Nidhi, et al., 2017) ปัจจุบันการเลือกใช้สินค้า หรือบริการเรื่องของทัศนคติก็เป็นเรื่องที่ธุรกิจควรศึกษาเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้น ในที่นี้คือ การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ดี ใช้งานได้ดีกว่าเงินสด ควรทำหน้าที่ จ่ายเงินได้หลากหลายโดยใช้แอปพลิเคชันเดียว เป็นระบบที่รวดเร็ว ไว้วางใจได้ มีความล้าสมัย เป็นต้น การศึกษาของ Irfan & Chendragiri (2015) พบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะใช้ บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งอีกทั้งช่วยส่งเสริมปัจจัยอื่นๆ ด้วย

2.1.7 ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-efficacy) คือ การที่ ผู้บริโภคพิจารณาความสามารถของตนเองว่าสามารถปฏิบัติตามความต้องการที่ถูกออกแบบไว้เพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ (Ainsworth, Iryna, Aditya & Mohammed, 2017) ในที่นี้ หมายถึง ผู้บริโภค ควรมีความมั่นใจว่าสามารถเรียนรู้วิธีการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง ด้วยข้อมูล พื้นฐานที่ว่า ผู้บริโภคคุ้นเคยกับแอปพลิเคชันที่ต้องใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่แล้ว เป็นต้น และ สุพรรณิการ์ กงภูธร (2553) ได้สรุปความหมายไว้ว่า คือ คุณลักษณะของแต่ละบุคคลที่ประเมิน ความสามารถของตนเองเพื่อจัดการกับสถานการณ์เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยสามารถ คาดการณ์ได้ว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์มากน้อยในระดับใด ซึ่งความสามารถนี้ส่งผลต่อความพยายามใน การจัดการสถานการณ์ด้วย การศึกษาของ Wendy, et al. (2013) พบว่า การรับรู้ความสามารถของ ตนเองมีอิทธิพลต่อการยอมรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

2.1.8 อีกทั้งทุกวันนี้ปฏิเสธไม่ได้เลยว่ากระแสทางสังคมมีผลต่อการดำเนินชีวิต ดังนั้น อิทธิพลทางสังคมย่อมส่งผลในการเลือกสินค้าหรือบริการด้วยกลุ่มนักวิจัยในอดีต จึงเสนอแนวคิด ทฤษฎีอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากบุคคลสำคัญ

เช่น สมาชิกในครอบครัว เพื่อนสนิทหรือคนรัก หรือสมาชิกในองค์กรเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งผู้คนเหล่านี้สามารถกระตุ้นหรือสนับสนุนให้ผู้บริโภคทำธุรกรรมผ่านการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Junadi & Sfenrianto, 2015) ซึ่งตรงกับการศึกษาของ Junadi & Sfenrianto (2015) พบว่า อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย

2.1.9 ทุกแนวคิดทฤษฎีที่กล่าวมามีอิทธิพลต่อทฤษฎีความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) โดยให้หมายความว่า เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่พร้อมจะแสดงหรือกระทำการบางอย่างตามที่ถูกคาดหวังไว้ (Junadi & Sfenrianto, 2015) ในที่นี้ หมายถึง ผู้บริโภคตั้งใจ มีแนวโน้ม มีแนวโน้มที่จะบอกต่อ ในการจะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เป็นต้น และ นภัสสร จิระอุดมรัตน์ (2558) ได้สรุปไว้ว่า คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ผ่านการวิเคราะห์ด้วยทัศนคติและความเชื่อของตนเองแล้ว จึงจะเลือกที่จะใช้บริการ

จากการศึกษางานวิจัยอื่นในอดีตที่เกี่ยวข้องกับระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ นภัสสร จิระอุดมรัตน์ และเพ็ญจิรา คันธวงค์ (2560) พบว่า มีเพียงปัจจัยการรับรู้การใช้งานด้วยกัน ปัจจัยการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยความคาดหวังในผลการปฏิบัติ ปัจจัยสภาพเครื่องอำนวยความสะดวก และปัจจัยจำนวนการรับรู้ของผู้ใช้ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค

ส่วนงานวิจัยที่พบว่าปัจจัยอิทธิพลทางสังคมมีผลเชิงบวกซึ่งตรงกับการศึกษาวิจัยเล่มนี้ ของ ดารารัตน์ เทียงธรรม และเพ็ญจิรา คันธวงค์ (2560) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้เข้าชมงานโมบายเอ็กซ์โป 2559 พบว่า มีเพียงปัจจัยการส่งต่อข้อมูล ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยความจงรักภักดีในตราสินค้า และปัจจัยนวัตกรรมส่วนบุคคลด้านเทคโนโลยีด้านสารสนเทศ ที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้เข้าชมงาน

ทุกแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้นล้วนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่า ปัจจัยที่ใช้ในงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในอดีต อาจจะยังไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงได้นำงานวิจัยดังกล่าว มาใช้เป็นเพียงแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษา

2.2 สมมติฐานการวิจัย

2.2.1 ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

2.2.2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

2.2.3 ปัจจัยด้านความกังวลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบ

อิเล็กทรอนิกส์ A

2.2.4 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

2.2.5 ปัจจัยด้านความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

2.2.6 ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

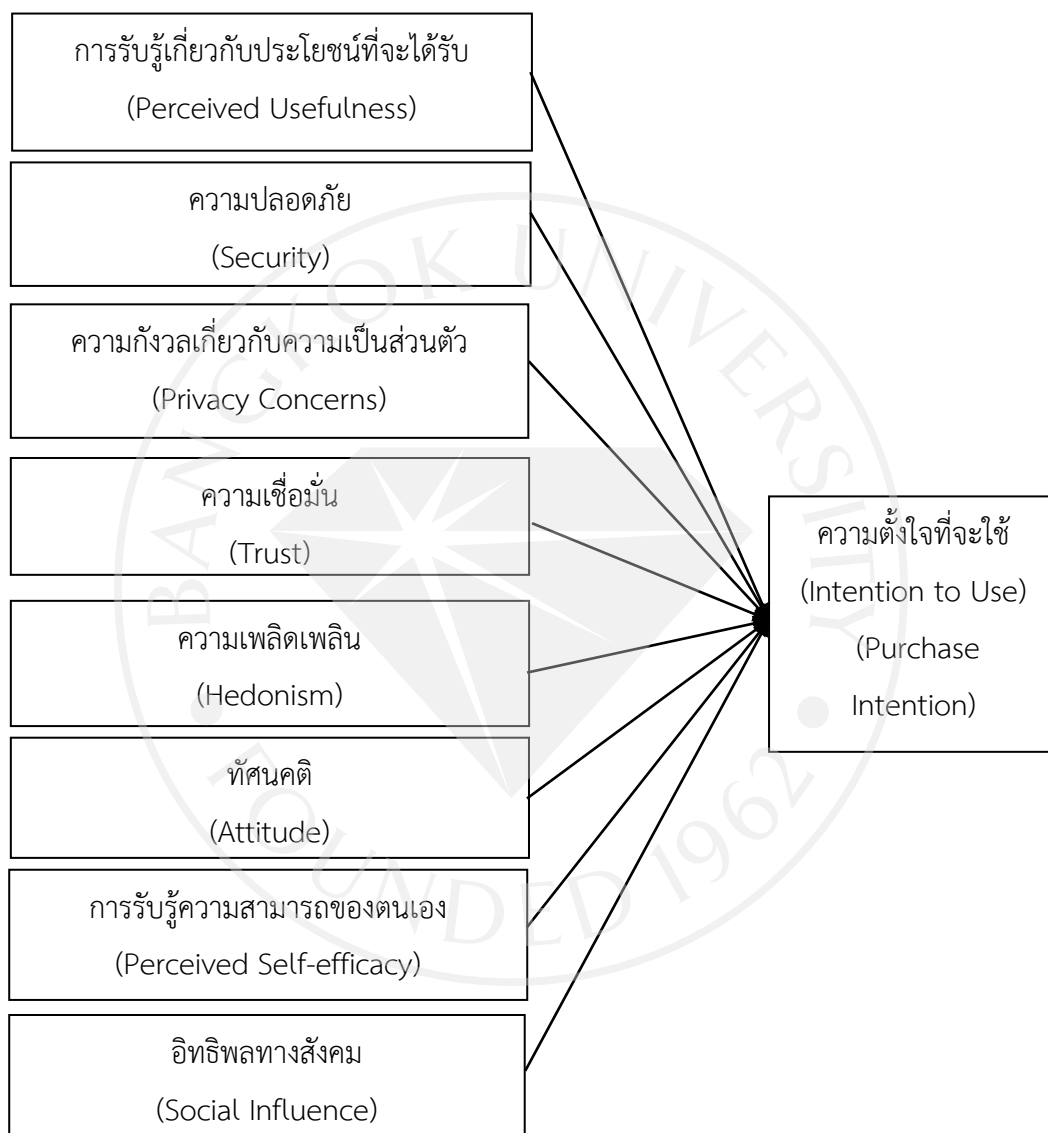
2.2.7 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

2.2.8 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

2.2.9 ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความกังวล ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความเพลิดเพลินปัจจัยด้านทัศนคติปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร

2.3 กรอบแนวความคิด

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิด



บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 การออกแบบงานวิจัย

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

3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มประชากรคือ ผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ คือประมาณ 400,000 คนต่อวัน ถือเป็นจุดเชื่อมต่อเส้นทางสัญจรหลักของกรุงเทพมหานคร (ปิยพร อรุณเกรียงไกร, 2560) โดยเฉพาะกับผู้บริโภคไฟฟ้า BTS ซึ่งมีโอกาสที่จะใช้ระบบ Rabbit Line Pay ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้หลักการคำนวณของ (Cohen, 1997) จากแบบสอบถามที่เป็น Pilot Test จำนวน 40 ชุด โดยใช้โปรแกรม G*Power เวอร์ชัน 3.1.9.2 เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่พัฒนาขึ้นจากสูตรของ (Cohen, 1977) และผ่านการรับรองและตรวจสอบจากนักวิจัยหลายท่าน (Buchner, 2010; Erdfelder, 1996 และ นางลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ในการคำนวณได้กำหนดค่าเพาเวอร์ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.80 ค่าอัลฟา (α) เท่ากับ 0.20 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 8 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.028 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R^2 เท่ากับ 0.0273) จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยจำนวน 338 (Cohen, 1977) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บขนาดตัวอย่างเพิ่มเติมรวมเป็น 338 ตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น เป็นการเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2557) โดยกำหนดคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างต้องเป็นผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A นั่นคือ ก่อนแจกแบบสอบถามมีการสอบถามผู้บริโภคก่อนว่าเคยใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A หรือไม่ ถ้าเคยใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ก็จะไม่ทำการแจกแบบสอบถาม โดยจะแจกแบบสอบถามให้กับผู้บริโภคที่มาเดินในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ ในช่วงเดือนตุลาคม – เดือนพฤศจิกายน 2560

3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

เริ่มศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา หลังจากนั้นจึงสร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบบถามที่สร้างขึ้น

ประกอบด้วย 11 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (CheckList) จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ท่านรู้จักผู้ให้บริการการบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ใดบ้าง สินค้าหรือบริการใดที่ท่านน่าจะใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ท่านน่าจะใช้จ่ายเงินจำนวนเท่าไรในการชำระค่าสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้ง และสิ่งที่ท่านคาดหวังหรือต้องการได้รับจากผู้ให้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความปลอดภัย จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความเชื่อมั่น จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับความเพลิดเพลีน จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 7 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 8 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 9 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 10 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 11 คำถามสำหรับให้คำแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

โดยในส่วนที่ 2 – 10 เป็นคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (จาก 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด)

3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง

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

1. คุณสิริวรรณ ชินวัฒน์ ผู้จัดการเขต ธนาคารกสิกรไทย

2. คุณสาวิตรี วิทิตหรือณกุล ผู้จัดการร้านแมคโดนัลด์ สาขาสยามพารากอน ซึ่งเป็นลูกค้าที่รับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่าน มาทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.682 – 0.876 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ คือ มีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำ 0.65 (Nunnally, 1978)

ตารางที่ 3.1: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนของคำถาม	n = 40	n = 338
ตัวแปรอิสระ		
การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness)	.802	.762
ความปลอดภัย (Security)	.813	.755
ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว(Privacy Concerns)	.874	.732
ความเชื่อมั่น (Trust)	.699	.682
ความเพลิดเพลิน (Hedonism)	.697	.712
ทัศนคติ (Attitude)	.747	.729
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-efficacy)	.786	.693
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	.833	.876
ตัวแปรตาม		
ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Intention to Use)	.899	.845

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้จัดทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถามต่าง ๆ ว่า มีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ก็จะจัดให้อยู่ในองค์ประกอบนั้น โดยแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548) โดยมีปัจจัยที่ใช้ได้แก่การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness: PU) ความปลอดภัย (Security: SE) ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns: PC) ความเชื่อมั่น (Trust: TR) ความเพลิดเพลิน (Hedonism: HD) ทัศนคติ (Attitude: AT) การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-efficacy: PS) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI) และความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Intention to Use:

IU) ที่ n = 338

ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n =338

	PU	SE	PC	TR	HD	AT	PS	SI	IU
PU1	0.580								
PU2	0.642								
PU3	0.691								
PU4	0.680								
PU5	0.661								
SE1		0.489							
SE2		0.402							
SE3		0.755							
SE4		0.809							
SE5		0.666							
PC1			0.725						
PC2			0.794						
PC3			0.626						
PC4			0.594						
PC5			0.572						
TR1				0.666					
TR2				0.553					
TR3				0.754					
TR4				0.483					
TR5				0.499					
HD1					0.606				
HD2					0.669				
HD3					0.662				
HD4					0.668				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n =338

	PU	SE	PC	TR	HD	AT	PS	SI	IU
AT1						0.795			
AT2						0.646			
AT3						0.650			
AT4						0.484			
AT5						0.593			
PS1							0.582		
PS2							0.675		
PS3							0.607		
PS4							0.475		
SI1								0.807	
SI2								0.795	
SI3								0.792	
SI4								0.781	
IU1									0.784
IU2									0.698
IU3									0.722
IU4									0.744

3.5 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล

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

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานครผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยวย่านสยามสแควร์ระหว่างวันที่ 16 ตุลาคม – 19 พฤศจิกายน 2560 จำนวน 338 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.682 – 0.876 ดังตารางที่ 3.1 ซึ่งถือว่ามี ความเชื่อผ่านเกณฑ์ เนื่องจากค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จากนั้นจึง นำข้อมูลมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.7 อายุ 26 – 30 ปี ร้อยละ 47.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 65.4 การศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 35.2 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 35.2 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง ร้อยละ 40.8

โดยผู้ให้บริการการบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุด คือ แรบพิทไพล์เพย์ (Rabbit Line Pay) รองลงมาคือ เคพลัส (K Plus) และบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง (BualuangmBanking)

สินค้าหรือบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามน่าจะใช้จ่ายชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า รองลงมาคือ เติมเงิน/ชำระเงิน เช่น ค่าโทรศัพท์มือถือ เกมออนไลน์ เป็นต้น และอาหารและเครื่องดื่ม เช่น แมคโดนัลด์ โอชายะ เป็นต้น

จำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะใช้สำหรับชำระค่าสินค้าหรือบริการที่มีจำนวนมากกว่า 500 บาท คือ เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า รองลงมาจำนวนตั้งแต่ 100 – 500 บาท คือ อาหารและเครื่องดื่ม บริการขนส่งสินค้า เติมเงิน/ชำระเงิน ตัวภาพยนตร์ และบริจาคเงินแก่องค์กรต่างๆ

สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังหรือต้องการได้รับจากผู้ให้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ รองลงมา คือ ส่วนลดจากร้านค้า และ ใช้ได้ทุกที่ร้านในแอปพลิเคชันเดียว

4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพิดเพลิน ทักษะคิด การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A



ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของข้อมูลการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพ็ดเพลิน ทัศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

Variable	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha	PU	SE	PC	TR	HD	AT	PS	SI	IU
การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (PU)	4.33	0.492	0.762	1.00								
ความปลอดภัย (SE)	4.41	0.469	0.755	0.275**	1.00							
ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (PC)	4.21	0.532	0.732	0.297**	0.194**	1.00						
ความเชื่อมั่น (TR)	4.36	0.458	0.682	0.411**	0.445**	0.199**	1.00					
ความเพ็ดเพลิน (HD)	4.36	0.509	0.712	0.393**	0.178**	0.263**	0.335**	1.00				
ทัศนคติ (AT)	4.36	0.484	0.729	0.384**	0.472**	0.229**	0.488**	0.407**	1.00			
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (PS)	4.36	0.501	0.693	0.459**	0.367**	0.274**	0.481**	0.355**	0.497**	1.00		
อิทธิพลทางสังคม (SI)	4.36	0.847	0.876	0.274**	-0.175**	0.214**	-0.012**	0.329**	-0.002**	0.159**	1.00	
ความตั้งใจที่จะใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (IU)	4.36	0.653	0.845	0.407**	0.143**	0.288**	0.328**	0.437**	0.365**	0.393**	0.444**	1.00

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.444) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน

ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลิดเพลิน ทักษะคิด การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	การถดถอย Regression	57.856	8	7.232		0.000 ^b
	ความคลาดเคลื่อน Residual	86.172	329	0.262		
	Total	144.028	337			

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (ANOVA) ของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลิดเพลิน ทักษะคิด การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลิดเพลีน ทักษะคิด การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

Dependent Variable : Intention to use, R = 0.634, R ² = 0.402, Constant(a) = -0.609						
Independent Variables	β	Std Error	T	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)		0.385	-1.582	0.115		
การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (PU)	0.089	0.070	1.677	0.095	0.649	1.540
ความปลอดภัย (SE)	-0.028	0.073	-0.526	0.599	0.662	1.510
ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (PC)	0.069	0.057	1.483	0.139	0.847	1.181
ความเชื่อมั่น (TR)	0.121	0.078	2.212	0.028	0.612	1.633
ความเพลิดเพลีน (HD)	0.133	0.066	2.572	0.011	0.678	1.475
ทักษะคิด (AT)	0.165**	0.076	2.923	0.004	0.571	1.752
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (PS)	0.102	0.072	1.859	0.064	0.605	1.653
อิทธิพลทางสังคม (SI)	0.342**	0.038	6.927	0.000	0.747	1.339

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.3 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้ จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A และชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านทักษะคิด (Sig = 0.004) และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (Sig = 0.000) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (Sig = 0.095) ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Sig = 0.662) ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Sig = 0.139) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น (Sig = 0.028) ปัจจัยด้านเพลิตเพลิน (Sig = 0.011) และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Sig = 0.064) ปัจจัยทั้ง 6 ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านทัศนคติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.165 และปัจจัยอิทธิพลทางสังคมโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.342 ทำให้ตัวแปรทั้งสองสามารถอธิบายความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ได้ร้อยละ 40 และอีกร้อยละ 60 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.385 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y (\text{ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A}) = (-0.609) + 0.165 (\text{ทัศนคติ}) + 0.342 (\text{อิทธิพลทางสังคม})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากเพิ่มปัจจัยด้านทัศนคติ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.165 หน่วย หากเพิ่มปัจจัยอิทธิพลทางสังคม 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.342 หน่วย

จากตารางที่ 4.3 สามารถนำไปอธิบายสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 9 จากการที่ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านความกังวล ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น ปัจจัยด้านความเพลิตเพลิน และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

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

ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อยก็จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระ

จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง คือ ไม่เกิด Multicollinearity ("ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ", 2554)

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

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

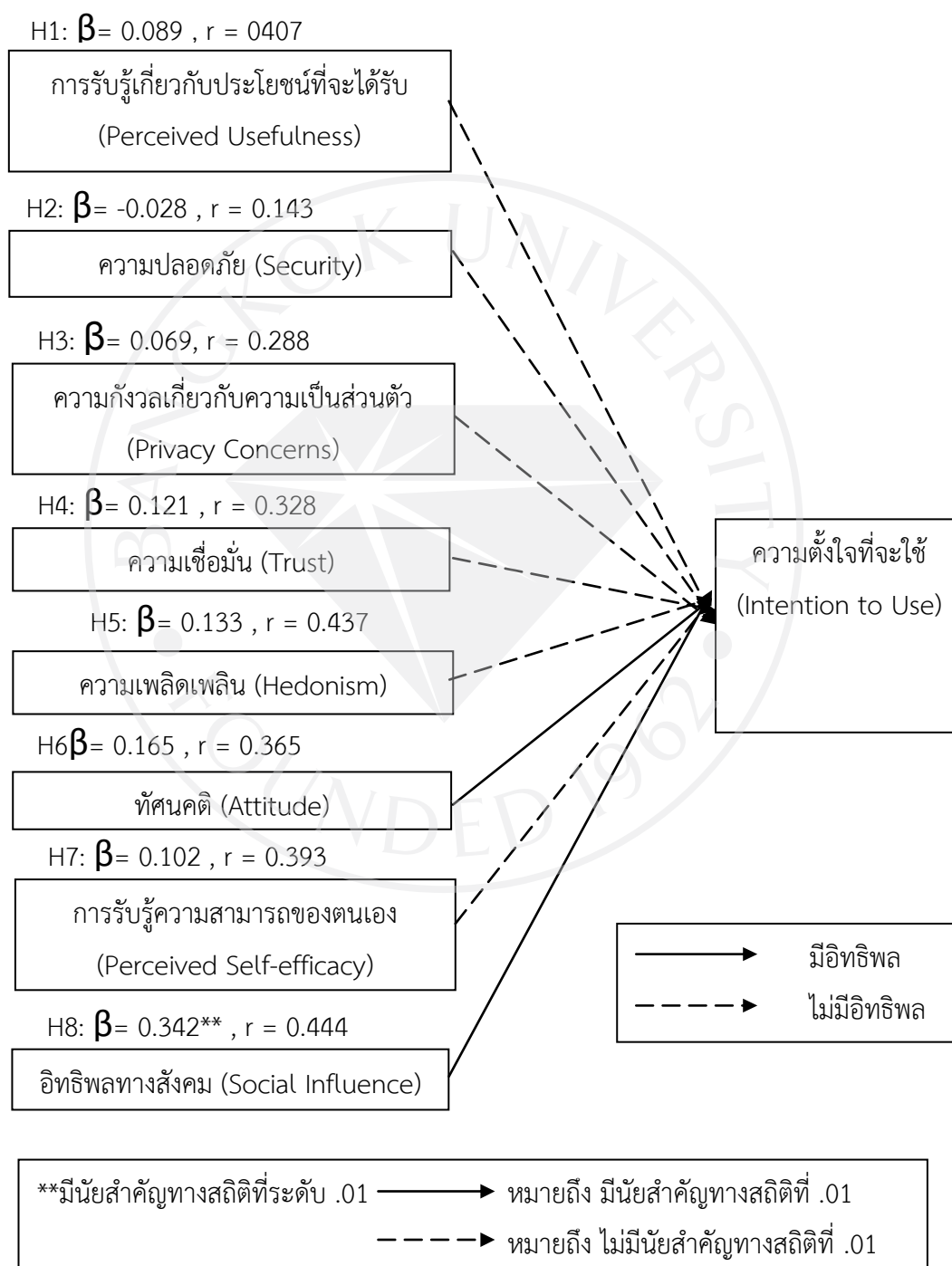
Tolerance หากค่า Tolerance < 0.2 (O'Brien, 2001) หรือ Tolerance < 0 (Pedhazur, 1997) แสดงว่าเกิด Multicollinearity

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.3 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.571 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 1.752 ซึ่งน้อยกว่า 4 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั้นเอง

4.4 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลาดพิน และการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ



บทที่ 5 การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อหาปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพิดเพลิน ทศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มาท่องเที่ยวสยามสแควร์ ระหว่างวันที่ 16 ตุลาคม - 19 พฤศจิกายน 2560 โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 338 คน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.7 อายุ 26 - 30 ปี ร้อยละ 47.3 สถานภาพโสด ร้อยละ 65.4 การศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 35.2 รายได้ 20,001 - 30,000 บาท ร้อยละ 35.2 อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง ร้อยละ 40.8 โดยผู้ให้บริการการบริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุด คือ แรบบิทไลน์เพย์ (Rabbit Line Pay) สินค้าหรือบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามน่าจะใช้จ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า จำนวนเงินที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คาดว่าจะใช้สำหรับชำระค่าสินค้าหรือบริการที่มีจำนวนมากกว่า 500 บาท คือ เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดหวังหรือต้องการได้รับจากผู้ให้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน แต่มีเพียงปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude) ($\beta = 0.165$) และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ($\beta = 0.342$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลที่มีต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ได้ ร้อยละ 40 และอีกร้อยละ 60 เกิดจากอิทธิพลตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.385 ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับความปลอดภัยความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่นความเพิดเพลิน และการรับรู้ความสามารถของตนเองไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของ

ผู้บริโภคนในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 4 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (Miles & Shevlin, 2001) ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$Y (\text{ความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A}) = (-0.609) + 0.165 (\text{ทัศนคติ}) + 0.342 (\text{อิทธิพลทางสังคม})$$

5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ ความปลอดภัย ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่น ความเพลาดเลิน ทัศนคติ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคนในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร โดยเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้การรับรู้ประโยชน์เป็นตัวกระตุ้นความตั้งใจจะใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Jinnan, et al. (2017) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีอิทธิพลต่อการยอมรับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคชาวจีน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ความปลอดภัยของข้อมูลเป็นสิ่งผู้บริโภคน่าจะให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ โดยเฉพาะเมื่อเป็นเรื่องของการเงิน ซึ่งตรงกับการศึกษาเรื่องการพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้ธนาคารทางมือถือของผู้บริโภคในอินเดีย พบว่า ความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก (Sindhu & Srivastava, 2017)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านความ

กังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้บริโภคย่อมมีความกังวลในเรื่องของความเสียหายที่ข้อมูลส่วนตัวอาจตกไปอยู่กับบุคคลที่สาม ซึ่ง Chiung-Wen (2006) ได้ศึกษาเรื่อง“Privacy concerns, privacy practices and web site categories: Toward a situational paradigm” พบว่า ผู้บริโภคชาวจีนและไต้หวันมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวอย่างมากหากข้อมูลส่วนตัวหลุดรอดออกไปอยู่กับกลุ่มคนที่ไม่เกี่ยวข้องหรือจากเว็บไซต์ที่ได้ให้ข้อมูลไว้ และในการศึกษาครั้งนี้มีงานวิจัยของ Chiung-Wen (2006) สนับสนุนว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวมากกว่าความสะดวกสบาย ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นว่าความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมออนไลน์

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หากการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นว่าธุรกรรมทางการเงินนั้นจะเป็นไปอย่างปลอดภัย ผู้บริโภคย่อมใช้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์นั้น โดยการศึกษาของ Irfan & Chendragiri (2015) เรื่องทัศนคติและความตั้งใจที่จะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของผู้บริโภคในอินเดีย ใช้วิธีส่งแบบสำรวจทางออนไลน์ ด้วยจำนวนผู้บริโภคทั้งหมด 697 คน โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปและต้องมีบัญชีธนาคารอย่างน้อย 1 บัญชี พบว่า ความเชื่อมั่นมีส่วนช่วยลดทอนการรับรู้ความเสี่ยงซึ่งจะทำให้เกิดการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านความเพลิดเพลินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หากผู้บริโภคเกิดความเพลิดเพลินและชื่นชอบจะทำให้เกิดพฤติกรรมตามมา ตรงกับการศึกษาของ Asad, et al., (2017) เรื่องการสำรวจคุณภาพและความเพลิดเพลินของรูปแบบเว็บไซต์ส่งผลต่อความพอใจและความจงรักภักดีของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในอินเดียหรือไม่ พบว่า ความเพลิดเพลินมีบทบาทในการรับรู้คุณภาพของเว็บไซต์ และความเพลิดเพลินยังเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจซึ่งส่งผลความจงรักภักดีของผู้ใช้งานด้วย

สมมติฐานข้อที่ 6 ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ

เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทัศนคติเป็นเรื่องส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นมาแล้วจะหาอะไรมาลบล้างได้ยาก ทั้งทัศนคติทางบวกหรือลบก็ตาม ซึ่งการศึกษาของ Irfan & Chendragiri (2015) เรื่องทัศนคติและความตั้งใจที่จะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของผู้บริโภคในอินเดีย พบว่า ทัศนคติเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลอย่างมากในความตั้งใจที่จะใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดปัจจัยอื่นๆ ตามมา

สมมติฐานข้อที่ 7 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หากต้องจัดการกับสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งผู้บริโภคย่อมต้องประเมินความสามารถของตนเองก่อนว่าทำได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด ซึ่ง Wendy, et al. (2013) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคชาวมาเลเซีย พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อการยอมรับการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ กล่าวได้ว่าหากผู้บริโภคพิจารณาแล้วว่าตนเองมีทักษะและความสามารถเพียงพอ่อมเกิดการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 8 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทุกวันนี้ไม่ว่าผู้บริโภคจะใช้หรือซื้อสินค้าหรือบริการย่อมศึกษาหาข้อมูลก่อน ซึ่งอิทธิพลทางสังคมเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย (Junadi & Sfenrianto, 2015)

สมมติฐานข้อที่ 9 จากการทดสอบสมมติฐานโดย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอำนาจพยากรณ์ความตั้งใจที่จะใช้ ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับของ Junadi & Sfenrianto (2015) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย และ การศึกษาของ Irfan & Chendragiri (2015) พบว่า

ทัศนคติของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งอีกทั้งช่วยส่งเสริมปัจจัยอื่นๆ ด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร ผู้บริหารด้านการตลาด ควรนำผลการวิจัยนี้ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดทั้งนี้ควรให้ความสำคัญ ดังนี้

5.3.1 อิทธิพลทางสังคม โดยเน้นให้ผู้บริโภค สมาชิกในครอบครัว ญาติ เพื่อน ผู้เชี่ยวชาญ สนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A โดยอาจจะจัดการส่งเสริมการขายการได้มูลค่าเงินเพิ่มขึ้นเมื่อมีการแนะนำสมาชิกใหม่ เป็นต้น

5.3.2 ทัศนคติ ควรแนะนำให้เห็นว่าการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A นั้นดีกว่าระบบเงินสด ทำหน้าที่ได้หลากหลายโดยใช้แอปพลิเคชันเดียว อีกทั้งให้มีความเชื่อว่าเป็นระบบที่ไว้วางใจได้ รวดเร็ว มีความล้ำทันสมัย

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรพิจารณาศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

5.4.1 ศึกษาโดยมีการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามเพศหรืออายุว่ามีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A หรือไม่ อย่างไร รวมถึงสิ่งที่คาดหวัง เพื่อที่จะได้ปรับหรือวางแผนกลยุทธ์ในการเข้าถึงผู้บริโภคแต่ละเพศ หรือแต่ละช่วงอายุให้ได้มากที่สุด

5.4.2 ศึกษาถึงความพึงพอใจ ความจงรักภักดีในกลุ่มผู้ใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อยู่แล้ว เพื่อรักษาฐานลูกค้าและเพิ่มระดับความพึงพอใจให้การชำระเงินนี้

5.4.3 ศึกษาเรื่องการยกเว้นค่าธรรมเนียมของธนาคารพาณิชย์ว่ามีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A หรือบริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ หรือไม่ อย่างไร

บรรณานุกรม

- กรุงเทพมหานคร – วิกิพีเดีย. (2560). สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การรักษาความปลอดภัยทางข้อมูล>.
- เกี่ยวกับ Rabbit LINE Pay. (2560). สืบค้นจาก <https://line.me/th/pay>.
- ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ. (2554). สืบค้นจาก http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview_doc/econometrics_intro.htm.
- เงินอิเล็กทรอนิกส์มาแรง นักท่องเที่ยวหันหาเดบิต การ์ด บัตรเติมเงิน. (2560). *ประชาชาติ*. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/breaking-news/news-2604>.
- จ่ายบิลผ่าน mPAY "สะดวกทุกที". (2561). สืบค้นจาก <http://www.ais.co.th/mpay/Bill.html>.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2557). *การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/Elearning/res22.html>.
- ดรรารัตน์ เทียงธรรม และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสมาร์ตโฟนของผู้ใช้งานโมบายเอ็กซ์ไป 2559. ใน *การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 55, 31 ม.ค. -3 ก.พ. 2560* (หน้า 467). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ตอนนี้ ประเทศไทยมีผู้ให้บริการ e-Money ทั้งหมดกี่รายแล้ว?. (2561). สืบค้นจาก <https://techsauce.co/fintech/amount-of-thailand-mobile-payment-licenses/>.
- ต่อไปแอป LINE จะใช้ผ่านประตูรถไฟฟ้าได้ เมื่อ BTS เข้าร่วมทุน. (2559). สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/news/it-thai-news/91167>.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). *การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- นภัสสร จิระอุตมรัตน์ และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยขอนแก่น, 10 มี.ค. 2560* (หน้า 1495). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บริการจาก TrueMoney. (2561). สืบค้นจาก <http://www.truemoney.com/>.
- ปรากฏการณ์ LINE. (2555). *Online, M*. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=9550000119220>.
- ปิยพร อรุณเกรียงไกร. (2560). *สยามสแควร์กับกระแสการเปลี่ยนผ่านแห่งยุคสมัย*. สืบค้นจาก <http://www.tcdc.or.th/creativethailand/article/CreativeCity/27388>.

เปิดข้อมูล LINE ในประเทศไทย บริการอะไรบ้างที่คนไทยนิยมใช้งาน. (2560). สืบค้นจาก

<https://brandinside.asia/line-in-thailand/>.

เลือกใช้ตัวไหนดี? 6 บริการจ่ายเงินออนไลน์ ข้อดีข้อเสีย ใช้จ่ายผ่าน App มือถือและไวซ์อป.

(2560). สืบค้นจาก <https://promotions.co.th/โปรโมชั่นอื่นๆ/investment/finance/เลือกใช้ตัวไหนดี-6-บริกา.html>.

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). บริการชำระเงินทาง

อิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นจาก <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/payment/Pages/payment.aspx>.

3 ระบบชำระเงิน AirPay + Rabbit Line + WeChat Pay นำใช้ที่สะดวกตอนนี้. (2560). สืบค้นจาก

<https://promotions.co.th/โปรโมชั่นอื่นๆ/investment/finance/3-ระบบชำระเงิน-airpay-rabbit-line-wechat-pay-นำใช้.html>.

Ainsworth, A.B., Iryna, P., Aditya, S.M., & Mohammed, S.B.M. (2017). Mobile payments adoption by US consumers: an extended TAM. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 626-640.

Asad, A., Obaidur, R., & Naved, K.M. (2017). Exploring the role of website quality and hedonism in the formation of e-satisfaction and e-loyalty: Evidence from internet users in India. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(3), 246-267.

Bank of Thailand. (2558). คำถาม-คำตอบระบบการชำระเงิน. สืบค้นจาก

https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Others/FAQ_PaymentSystem/Pages/default.aspx.

Chiung-Wen, H. (2006). Privacy concerns, privacy practices and web site categories:

Toward a situational paradigm. *Online Information Review*, 30(5), 569-586.

Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.

Collinearity. (2012). Retrieved from www.nitiphong.com/paper_word/phd/Collinearity.doc.

Collinearity.doc.

Digital Ventures Company Limited. (2560). ภาพรวมบริการ Mobile Payment ในประเทศ

ไทย. สืบค้นจาก <http://dv.co.th/blog-th/mobile-payment-landscape-mark-blognone>.

- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). G*POWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods Instruments & Computers*, 28(1), 1-11.
- Esther, S. (2010). Technology rejection: the case of the wallet phone. *Journal of Consumer Marketing*, 27(4), 304-312.
- E-wallet อนาคตการชำระเงิน จริงหรือ. (2561). สืบค้นจาก <https://thanawat.co/2018/01/02/e-wallet-future-payment/>.
- Hella, C., & Hajer, B.l. (2013). Resistance, motivations, trust and intention to use mobile financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 31(7), 574-592.
- Irfan, B., & Chendragiri, M. (2015). Consumer attitude and behavioural intention towards Internet banking adoption in India. *Journal of Indian Business Research*, 7(1), 67-102.
- Janeen, O., Liz, T., & Liz, H. (2012). The impact of environmental protection and hedonistic values on organic wine purchases in the US. *International Journal of Wine Business Research*, 24(1), 47-67.
- Jenpasit P. (2018). ตอนนี้ประเทศไทยมีผู้ให้บริการ e-Money ทั้งหมดกี่รายแล้ว?. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/fintech/amount-of-thailand-mobile-payment-licenses/>.
- Jinnan, W., Lin, L., & Lihua, H. (2017). Consumer acceptance of mobile payment across time: Antecedents and moderating role of diffusion stages. *Industrial Management & Data Systems*, 117(8), 1761-1776.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Supplement C), 214-220.
- Manon, A., Sandrine, P., Isabelle, B., & Lova, R. (2017). Mobile banking service quality and customer relationships. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1068-1089.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation: A guide for students and researchers*. London: Stage.
- Nidhi, S., Shalini, S., & Neena, S. (2017). Consumer preference and satisfaction of M-Wallets: a study on North Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 00-00.

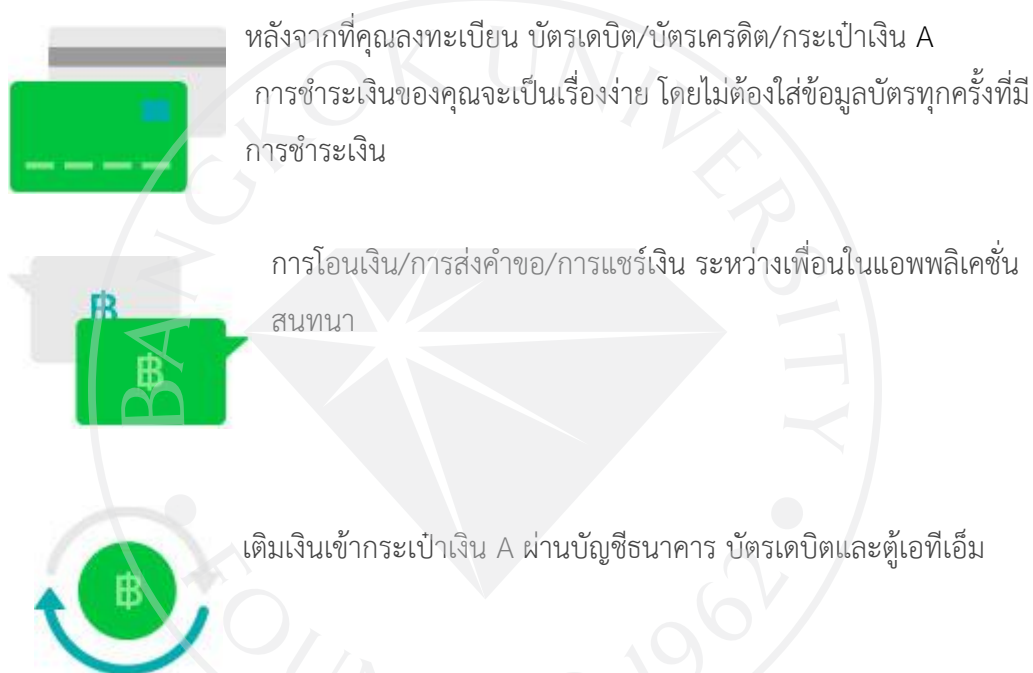
- Nunnally, C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- O'Brien, J.A. (2001). *Introduction to information systems*. Boston, Massachusetts: McGraw-Hill.
- Pedhazur, E.J. (1997). *Multiple regression in behavioral research: Explanation and prediction*. FortWorth, TX: Harcourt BraceCollege.
- Sevgi, Ö., Gayani, B., & Ray, H. (2010). Facilitating the adoption of e-payment systems: theoretical constructs and empirical analysis. *Journal of Enterprise Information Management*, 23(3), 305-325.
- Sindhu, S., & Srivastava, R.K. (2017). Predicting the intention to use mobile banking in India. *International Journal of Bank Marketing*, 39(1), 00-00.
- Top Non-Game Apps by Revenue and Downloads in 2017*. (2018). Retrieved from <https://sensortower.com/blog/top-apps-and-publishers-2017>.
- Wendy, M.Y.T., Siong, C.C., Binshan, L., & Jiat, W.C. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465-485.



ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย

การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A คือ การชำระเงินด้วยบัตรเดบิต/บัตรเครดิต/กระเป๋าเงิน A กับร้านค้าที่ร่วมรายการผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Code) หรือ โอนเงิน/แชร์เงินให้เพื่อนในแอปพลิเคชัน สันทนาการของคุณผ่านกระเป๋าเงิน A





BANGKOK
UNIVERSITY
THE CREATIVE UNIVERSITY

แบบสอบถามเรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อการจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ดังนั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย พิมรภัค สังข์อยู่ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

คำชี้แจง : ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดโดยเลือกตอบเพียงช่องเดียว

1. เพศ

1.ชาย

2.หญิง

2. อายุ

1. ไม่เกิน 25 ปี

2. 26-30 ปี

3. 31-35 ปี

4. 36-40 ปี

5. 41 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. อนุปริญญา/ปวส.

3. ปริญญาตรี

4. ปริญญาโท

5. ปริญญาเอก

6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

2. 20,001 – 30,000 บาท

3. 30,001 – 40,000 บาท

4. 40,001 – 50,000 บาท

5. 50,000 บาทขึ้นไป

6. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ /รับราชการ | <input type="checkbox"/> 2. พนักงานบริษัทเอกชน / รับจ้าง |
| <input type="checkbox"/> 3. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย | <input type="checkbox"/> 4. นักเรียน / นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 5. แม่บ้าน/พ่อบ้าน | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

7. ท่านรู้จักผู้ให้บริการการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. แรบพิทไลน์เพย์(Rabbit Line Pay) | <input type="checkbox"/> 2. 7-11 (7-11 Wallet) |
| <input type="checkbox"/> 3. ทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet) | <input type="checkbox"/> 4. เอไอเอสเอ็มเพย์ (AIS mPay) |
| <input type="checkbox"/> 5. ดีแทค แจ๋ว วอลเล็ต (DtacJaew Wallet) | <input type="checkbox"/> 6. ซัมซุง เพย์ (Samsung Pay) |
| <input type="checkbox"/> 7. บัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง(BualuangmBanking) | <input type="checkbox"/> 8. เคพลัส(K Plus) |
| <input type="checkbox"/> 9. เอสซีบี อีซีซี (SCB Easy) | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

8. สินค้าหรือบริการใดที่ท่านน่าจะใช้บริการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> 1. อาหารและเครื่องดื่ม เช่น แมคโดนัลด์, โอชายะ เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 2. บริการขนส่งสินค้า เช่น เคอรี่ เอ็กซ์เพรส, ไลน์แมน เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 3. เติมเงิน/ชำระเงิน เช่น ค่าโทรศัพท์มือถือ, เกมออนไลน์ เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 4. ตัวภาพยนตร์ เช่น เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์, เอสเอฟซีเนมา เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 5. เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า |
| <input type="checkbox"/> 6. บริจาคเงินแก่องค์กรต่างๆ เช่น มูลนิธิรามาริบัติ, ศิริราชมูลนิธิ เป็นต้น |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

9. จากคำถามข้อที่ 8 ท่านน่าจะใช้จ่ายเงินจำนวนเท่าไรในการชำระค่าสินค้าหรือบริการในแต่ละครั้ง (กรุณาเลือกตอบเฉพาะประเภทที่ท่านได้เลือกในข้อที่8)

9.1 อาหารและเครื่องดื่ม

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 2)100 -500 บาท | <input type="checkbox"/> 3) มากกว่า 500 บาท |
|--|---|---|

9.2 บริการขนส่งสินค้า

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 2)100 -500 บาท | <input type="checkbox"/> 3) มากกว่า 500 บาท |
|--|---|---|

9.3 เติมเงิน/ชำระเงิน

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 2) 100 -500 บาท | <input type="checkbox"/> 3) มากกว่า 500 บาท |
|--|--|---|

9.4 ตัวภาพยนตร์

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 2)100 - 500 บาท | <input type="checkbox"/> 3) มากกว่า 500 บาท |
|--|--|---|

9.5 เสื้อผ้า/กระเป๋า/รองเท้า

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 100 บาท | <input type="checkbox"/> 2)100 - 500 บาท | <input type="checkbox"/> 3) มากกว่า 500 บาท |
|--|--|---|

9.6 บริจาคเงินแก่องค์กรต่าง ๆ

- 1) น้อยกว่า 100 บาท 2) 100 - 500 บาท 3) มากกว่า 500 บาท

9.7 อื่น ๆ

- โปรดระบุ.....

10. สิ่งที่ท่านคาดหวังหรือต้องการได้รับจากผู้ให้บริการการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. ส่วนลดจากร้านค้า
2. ชำระค่าเดินทาง เช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส, รถไฟฟ้าใต้ดิน, แท็กซี่ เป็นต้น
3. สะสมยอดการใช้เพื่อแลกของพรีเมียม
4. ใช้ได้กับทุกร้านค้าในแอปพลิเคชันเดียว
5. ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ
6. อื่นๆ โปรดระบุ.....

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ เพียงข้อละหนึ่งคำตอบ และโปรดทำให้ครบทุกข้อ

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness)						
1.1	การใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระเงินควรเป็นความสะดวกสำหรับผู้ใช้งาน					
1.2	การใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A น่าจะมีส่วนช่วยให้การจ่ายเงินในชีวิตประจำวันของฉันท้ง่ายขึ้น					
1.3	การใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระเงินควรจะทำให้ผู้ใช้งานจัดระเบียบการชำระเงินใบแจ้งหนี้ต่างๆ ได้ง่ายขึ้น					
1.4	ฉันพบว่า การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีประโยชน์ในด้านการจ่ายเงินของฉัน					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.5	การใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรลดภาระในการถือเงินสดหรือบัตรอื่นๆ					
2.ความปลอดภัย (Security)						
2.1	แอปพลิเคชันในการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีความปลอดภัยจากไวรัส					
2.2	ข้อมูลส่วนตัวของฉันในการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีความปลอดภัย					
2.3	ชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านในการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของฉันไม่ควรถูกมองเห็นโดยผู้ใช้อื่นๆ					
2.4	ฉันควรจะเชื่อว่าข้อมูลส่วนตัวของฉันที่เก็บในการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A มีการเข้ารหัสเป็นความลับไว้อย่างปลอดภัย					
2.5	ฉันควรจะเชื่อว่าข้อมูลส่วนตัวของฉันที่เก็บในการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A จะไม่ถูกกลุ่มบุคคลที่ 3 นำไปใช้ในทางเสียหาย					
3.ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว(Privacy Concerns)						
3.1	ข้อมูลที่ฉันใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A อาจจะไม่เป็นความลับ					
3.2	น่าจะมีความเสี่ยงมากที่ข้อมูลส่วนตัวของฉันจะหลุดรั่วออกไปถ้าหากใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					
3.3	ฉันกลัวว่าถ้าฉันใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A แล้วจะทำให้ข้อมูลส่วนตัวของฉันถูกนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3.4	ฉันกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของการใช้การชำระ เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					
3.5	ฉันอาจจะไม่สามารถควบคุมข้อมูลส่วนตัวของฉันได้ ถ้าฉันใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					
4.ความเชื่อมั่น (Trust)						
4.1	เงินของฉันในระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรจะมีความปลอดภัย					
4.2	ฉันควรจะมั่นใจได้ว่าระบบชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบปิดที่ฉันจะไว้วางใจได้					
4.3	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรจะมีวิธีใช้ งานเป็นภาษาไทย					
4.4	ฉันควรจะพึงระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ในการทำธุรกรรมของฉันได้					
4.5	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบ ที่ไว้วางใจได้					
5.ความเพลิดเพลิน (Hedonism)						
5.1	การทำธุรกรรมด้วย ระบบชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีความสุข					
5.2	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบ ที่ดึงดูดใจให้ใช้งาน					
5.3	ฉันควรรู้สึกสะดวกสบายในการใช้การชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ A					
5.4	หน้าที่การใช้งานต่างๆ ของระบบชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ A ควรใช้งานได้เท่ากับหรือดีกว่าการ ชำระเงินแบบอื่นๆ เช่น เงินสดหรือบัตรเครดิต เป็น ต้น					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6.ทัศนคติ(Attitude)						
6.1	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ดี					
6.2	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ทำงานได้ดีกว่าระบบเงินสดหรือระบบบัตรเครดิต					
6.3	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรทำหน้าที่จ่ายเงินได้หลากหลายแบบโดยใช้แอปพลิเคชันเดียว					
6.4	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่เร็วและไวใจได้					
6.5	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ล้ำนำสมัย					
7.การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Perceived Self-efficacy)						
7.1	ฉันควรจะง่ายสำหรับฉันในการเรียนรู้วิธีการใช้ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ					
7.2	ฉันควรจะง่ายสำหรับฉันในการเรียนรู้วิธีการใช้ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านโทรศัพท์มือถือของฉัน					
7.3	ฉันเชื่อมั่นว่าฉันจะสามารถหาวิธีการใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการได้					
7.4	ฉันคุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน					
8.อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)						
8.1	สมาชิกในครอบครัวของฉันแนะนำให้ฉันใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
8.2	ญาติของฉันใช้การชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					
8.3	เพื่อนของฉันสนับสนุนให้ฉันใช้การชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					
8.4	ผู้เชี่ยวชาญต่างๆสนับสนุนให้ฉันใช้การชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					
9.ความตั้งใจที่จะใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Intention to Use)						
9.1	ฉันตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ในอนาคต					
9.2	ฉันอาจจะแนะนำหรืออาจจะบอกต่อให้ผู้อื่นใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A					
9.3	การใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรทำให้ฉันรู้สึกเป็นเรื่องสนุก					
9.4	ฉันมีแนวโน้มจะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เป็นประจำ					

คำชี้แจง: ขอให้ท่านแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การจ่ายเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A

โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

น.ส.พิมรค์ สังข์อยู่

E-Mail: pimrak.sang@bumail.net

ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

1443 ซอยเขตศโท 35 แขวงตลาดพลู

เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600

โทรศัพท์ 09-3565-0649

Email : pimraksang@bumail.net

7 ตุลาคม 2560

เรื่อง โทรขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญที่จบมาค้าถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
(Independent Study) นักศึกษานิเทศศาสตร์ สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
เรียน ดร.เทัญจิรา ศันตวงค์

ดิฉัน นางสาวพิมพ์กัญ สังข์อยู่ นักศึกษานิเทศศาสตร์ สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง
ดำเนินการศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์
A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามพารากอน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญใน
ธุรกิจที่ใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ดี ดิฉัน ปะหลุมการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้
แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคจริงเป็นอย่างไร ดิฉัน หวังเป็นอย่างยิ่ง
ท่าน วิจารณ์ว่าประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC)
ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคจริงเป็นอย่างดี "0"
หมายถึง ไม่แน่ใจหรือคิดสงสัยได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่อาจจะถูกต้อง หรือไม่
สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคจริง

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ 

(ดร.เทัญจิรา ศันตวงค์)
ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ 

(พิมพ์กัญ สังข์อยู่)
นักศึกษา

1443 ซอยเทอดไท 35 แขวงตลาดพลู
 เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600
 โทรศัพท์ 09-3565-4649
 Email : pimrak.sang@bumail.net

12 มีนาคม 2561

เรื่อง โคร่งขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
 เรียน คุณสิริวรรณ ชินวัฒน์
 ผู้จัดการเขต ธนาคารกสิกรไทย

ดิฉัน นางสาวพิมพ์รัก สังข์อยู่ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง
 ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์
 A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญใน
 ธุรกิจใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์นี้ดี ดังนั้น ประสบการณ์ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้
 แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้
 ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of Item Objective Conguence : IOC)
 ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0"
 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่
 สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....
 (คุณสิริวรรณ ชินวัฒน์)
 ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ..... พิมพ์ รัก สังข์อยู่
 (พิมพ์รัก สังข์อยู่)
 นักศึกษา

1443 ซอยเทอดไท 35 แขวงตลาดพลู
 เขตธนบุรี กรุงเทพฯ 10600
 โทรศัพท์ 09-3565-4649
 Email : pimrak.sang@bumail.net

14 ตุลาคม 2560

เรื่อง โคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณสาวตรี วิฑิตหรือณกุล
 ผู้จัดการร้านแมคโดนัลด์ สาขาสยามพารากอน

ดิฉัน นางสาวพิมพ์รัก สังก่ออยู่ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง
 ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์
 A ของผู้บริโภคนในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉันทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญใน
 ธุรกิจใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ประสิทธิภาพ ความคิดเห็น ของท่านจะช่วยให้
 แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี ดังนั้น ดิฉันใคร่ขอให้
 ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC)
 ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคนี้อย่างดี "0"
 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่
 สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคนี้อย่างดี

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....สาวตรี วิฑิตหรือณกุล
 (สาวตรี วิฑิตหรือณกุล)
 ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....พิมพ์รัก สังก่อ
 (พิมพ์รัก สังก่อ)
 นักศึกษา

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Perceived Usefulness		การรับรู้เกี่ยวกับ ประโยชน์ที่ได้รับ			
(Ainsworth Anthony, Iryna, Aditya Shankar, & Mohammed Slim Ben, 2017)	PU1 : Using a smartphone to pay for purchases provides convenience to consumers	การใช้การชำระเงิน แบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระเงินควรเป็น ความสะดวกสำหรับ ผู้ใช้งาน			
	PU2 : Using a smartphone to pay for purchases simplifies a consumer's bill- paying life	การใช้การชำระเงิน แบบอิเล็กทรอนิกส์ A น่าจะมีส่วนช่วยให้การ จ่ายเงินใน ชีวิตประจำวันของฉัน ง่ายขึ้น			
	PU3 : Using a smartphone to pay for purchases makes it easier for consumers to settle their bills	การใช้การชำระเงิน แบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระเงินควรจะทำ ให้ผู้ใช้งานจัดระเบียบ การชำระเงินใบแจ้งหนี้ ต่างๆ ได้ง่ายขึ้น			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	PU4 : I would find it useful to use a smartphone to pay for my purchases	ฉันพบว่าการใช้เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีประโยชน์ในด้านการจ่ายเงินของฉัน			
	PU5 : Being able to pay for purchases with a smartphone relieves me of the burden of carrying cash and cards	การใช้เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ความสะดวกในการถือเงินสดหรือบัตรอื่นๆ			
Security		ความปลอดภัย			
(nidhi, Shalini, & Neena, 2017)	SE1 : App is not secure from virus	แอปพลิเคชันในการใช้เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีความปลอดภัยจากไวรัส			
	SE2 : My personal and bank detail are secured in mobile wallet	ข้อมูลส่วนตัวของฉันในการใช้เงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรมีความปลอดภัย			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	SE3 : My ID and password is not visible to anyone	ชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่านในการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของฉันไม่ควรถูกมองเห็นโดยผู้ใช้อื่นๆ			
	SE4 : I believe my personal information is stored in a secure and encrypted database	ฉันควรจะเชื่อว่าข้อมูลส่วนตัวของฉันที่เก็บในการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A มีการเข้ารหัสเป็นความลับได้อย่างปลอดภัย			
	SE5 : I believe my personal information is not being exposed to unauthorized third party	ฉันควรจะเชื่อว่าข้อมูลส่วนตัวของฉันที่เก็บในการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A จะไม่ถูกกลุ่มบุคคลที่ 3 นำไปใช้ในทางเสียหาย			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
Privacy Concerns		ความกังวลเกี่ยวกับ ความเป็นส่วนตัว			
(Ainsworth Anthony et al., 2017)	PC1 : The information I provide when I use a smartphone to pay for purchases may not be confidential	ข้อมูลที่ฉันใช้ชำระค่า สินค้าหรือบริการผ่าน การชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ A อาจจะไม่เป็นความลับ			
	PC2 : There is a great risk of breach of privacy with payments using smartphones	น่าจะมีความเสี่ยงมาก ที่ข้อมูลส่วนตัวของฉัน จะหลุดรั่วออกไปถ้า หากใช้การชำระเงิน แบบอิเล็กทรอนิกส์ A			
	PC3 : I fear that if I make payments using a smartphone, my personal data may be used for other purposes	ฉันกลัวว่าถ้าฉันใช้การ ชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ A แล้ว จะทำให้ข้อมูลส่วนตัว ของฉันถูกนำไปใช้เพื่อ วัตถุประสงค์อื่น			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	PC4 : I have concerns about the security of paying for purchases using a smartphone	ฉันกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			
	PC5 : I may lose control of my personal information if I pay for purchases with a smartphone	ฉันอาจจะไม่สามารถควบคุมข้อมูลส่วนตัวของฉันได้ถ้าฉันใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			
Trust		ความเชื่อมั่น			
(nidhi et al., 2017)	TR1: My money is secured in mobile wallet	เงินของฉันในระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรจะมีความปลอดภัย			
	TR2: I trust this app because my closed ones trust it	ฉันควรจะมั่นใจได้ว่าระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบปิดที่ฉันจะไว้วางใจได้			
	TR3: Mobile wallet is available in my language	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรจะมีวิธีใช้งานเป็นภาษาไทย			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	TR4: I can't depend on mobile wallet for my financial transactions	ฉันควรจะพึ่งระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ในการทำธุรกรรมของฉันได้ (มีการปรับประโยคเป็นเชิงบวก)			
	TR5 : Mobile wallet is cheap to use	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ไว้ใจได้ (มีการปรับเนื้อหาให้ชัดเจนมากขึ้น)			
Hedonism		ความเพลิดเพลิน			
(nidhi et al., 2017)	HD1 : Banking is fun in mobile wallet	การทำธุรกรรมด้วยระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ให้ความสนุก			
	HD2 : App of mobile wallet is very attractive and explanatory	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ดึงดูดใจให้ใช้งาน			
	HD3 : I feel very comfortable in using mobile wallet	ฉันควรรู้สึกสะดวกสบายในการใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	HD4 : All the services are as good as normal banking	หน้าที่การใช้งานต่างๆ ของระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรใช้งานได้เท่ากับหรือดีกว่าการชำระเงินแบบอื่นๆ เช่น เงินสดหรือบัตรเครดิต เป็นต้น			
Attitude		ทัศนคติ			
(nidhi et al., 2017)	AT1 : Mobile wallet is a very good app	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ดี			
	AT2 : Mobile wallet is not better than normal banking channel	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ทำงานได้ดีกว่าระบบเงินสดหรือระบบบัตรเครดิต (มีการปรับเนื้อหาให้เป็นเชิงบวก)			
	AT3 : Mobile wallet doesn't provide all services under one app	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรทำหน้าที่จ่ายเงินได้หลากหลายแบบโดยใช้แอปพลิเคชันเดียว (มีการปรับเนื้อหาให้เป็นเชิงบวก)			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	AT4 : Mobile wallet services is very fast and reliable	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่เร็วและไวใจได้			
	AT5 : It is in the trend and we should follow the trend	ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรเป็นระบบที่ล้ำนำสมัย (มีการปรับเนื้อหาให้เป็นชัดเจน)			
Perceived Self-efficacy		การรับรู้ความสามารถ ของตนเอง			
(Ainsworth Anthony et al., 2017)	PS1 : It would be easy for me to learn how to use a smartphone to pay for purchases	มันควรจะง่ายสำหรับฉันในการเรียนรู้วิธีการใช้ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการ			
	PS2 : It is easy to learn how to use a smartphone to pay for purchases	มันควรจะง่ายสำหรับฉันในการเรียนรู้วิธีการใช้ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านโทรศัพท์มือถือของฉัน			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	PS3 : I am confident that I could figure out how to use a smartphone to pay for my purchases	ฉันเชื่อมั่นว่าฉันจะสามารถหาวิธีการใช้ระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A เพื่อชำระค่าสินค้าหรือบริการได้			
(nidhi et al., 2017)	PS4 : I am familiar with the technology used in mobile wallet	ฉันคุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ผ่านโทรศัพท์สมาร์ตโฟน			
Social Influence		อิทธิพลทางสังคม			
(Junadi & Sfenrianto, 2015)	SI1 : The important people (family/relatives /friend) recommends e-payment	สมาชิกในครอบครัวของฉันแนะนำให้ฉันใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			
	SI2: The important people (family/relatives /friend) use e-paymentn system	ญาติของฉันใช้การชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	SI3: The important people (family/relatives /friend) support the use of e-payment	เพื่อนของฉันสนับสนุนให้ฉันใช้การชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			
	SI4 :	ผู้เชี่ยวชาญต่างๆ สนับสนุนให้ฉันใช้การชำระเงินผ่านระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			
Intention to Use		ความตั้งใจที่จะใช้			
(Junadi & Sfenrianto, 2015)	IU1: Willing to use e-payment system in the future	ฉันตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ในอนาคต			
	IU2: Recommend others to use e-payment system	ฉันอาจจะแนะนำหรืออาจจะบอกต่อให้ผู้อื่นใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A			
	IU3: Using e-payment is fun	การใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ควรทำให้ฉันรู้สึกเป็นเรื่องสนุก			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
	IU4:	ฉันมีแนวโน้มจะใช้ การชำระเงินแบบ อิเล็กทรอนิกส์ A เป็น ประจำ			

บรรณานุกรมเฉพาะ Form to Expert

- Ainsworth, A.B., Iryna, P., Aditya, S.M., & Mohammed, S.B.M. (2017). Mobile payments adoption by US consumers: an extended TAM. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 626-640.
- Junadi, & Sfenrianto. (2015). A Model of Factors Influencing Consumer's Intention To Use E-payment System in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 59(Supplement C), 214-220.
- Nidhi, S., Shalini, S., & Neena, S. (2017). Consumer preference and satisfaction of M-Wallets: a study on North Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 00-00.

ประวัติผู้เขียน**ชื่อ-สกุล**

พิมรัก สังข์อยู่

อีเมล

pimrak.sang@bumail.net

วุฒิการศึกษา

ปริญญาตรีธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

เกียรตินิยมอันดับสอง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 3 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นิมรค์ ธีระพงษ์ อยู่บ้านเลขที่ 1443

ซอย 17001/ก 35 ถนน 17001/ก ตำบล/แขวง ๓๓๓๓๓

อำเภอ/เขต ๓๓๓3 จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 106๐๐

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 75992๑๐96

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบการประเมินผลแบบอิเล็กทรอนิกส์บนระบบ

CRabbit Line Pay ระบบอิเล็กทรอนิกส์บนระบบการประเมินผล การวางแผนงาน

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [Redacted] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(วัฒน ธีระพงษ์)

ลงชื่อ [Redacted] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อัญฉิภา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ [Redacted] พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลีมล่าวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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