

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ ของ  
พนักงาน ในกรุงเทพมหานคร

Factors positively affecting intention to use Promptpay service of  
employees in Bangkok



ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงาน ในกรุงเทพมหานคร

Factors positively affecting intention to use Promtpay service of employees in  
Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2559



© 2560

พานิชภัค พันธุ์กำเนิด

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานใน  
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย พาณิภค พันธุ์กำเนิด

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

(ดร.คันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

11 พฤศจิกายน 2560

พานิชภัค พันธุ์กำเนิด. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พศกจิกายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (60 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

## บทคัดย่อ

ผู้วิจัยต้องการศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Usefulness) ปัจจัยการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ปัจจัยคุณค่าด้านราคา (Price Value) ปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) ปัจจัยความไว้วางใจในรัฐบาล (Trust of the Government) ปัจจัยการรับรู้การตระหนักรู้ (Perceived Awareness) ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บข้อมูลใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือน เมษายน – พฤษภาคม 2560 ด้วยแบบสอบถามจำนวน 215 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-30 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานองค์กรของรัฐบาล โดยมีรายได้ต่อเดือนรวม 20,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการพร้อมเพย์กับธนาคารไทยพาณิชย์ และสนใจข้อเสนอจากธนาคารไทยพาณิชย์ คือ การโอนฟรีทุกรายการทั้งในและต่างประเทศระยะเวลา 1 ปี (สามารถยกเลิก SCB Easy App ได้ทันที ไม่ต้องไปที่สาขา) มีพฤติกรรมการโอนไม่เกิน 5,000 บาท / ครั้ง มีปัญหาด้านการโอนเงิน คือ ไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคารเพื่อทำรายการโอนเงินด้วยตนเอง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยความไว้วางใจในรัฐบาล มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ  $= 0.235$  อิทธิพลทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ  $= 0.197$  คุณค่าด้านราคา มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ  $= 0.164$  ทั้ง 3 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถอธิบายอิทธิพลเชิงบวกได้ร้อยละ 34.60 ดังนั้นผู้ประกอบการธนาคารภาครัฐและธนาคารพาณิชย์ ควรวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากความไว้วางใจในรัฐบาล อิทธิพลทางสังคม และคุณค่าด้านราคา

คำสำคัญ: พร้อมเพย์, ความไว้วางใจในรัฐบาล, กรุงเทพมหานคร

Pankumnerd , P. M.B.A., November 2017, Graduate School, Bangkok University.

Factors positively affecting intention to use Promptpay service of employees in Bangkok (60 pp.)

Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

### ABSTRACT

Researcher aims to study the positive influence of perceived usefulness, perceived ease of use, social influence, price value, trust , trust of the government, perceived awareness and perceived risk affecting intention to use Promptpay service of employees in Bangkok. The data has been gathering between April and May 2017 with 215 samples and analyzing with multiple regression. This reveals most samples were females who graduated with Bachelor's degrees. They were between 25 and 30 and worked as the government employees. Their salaries were 20,000 up to 30,000. Most of them used the Siam Commercial bank's Promptpay service and were interested on the bank's offers which was free transferring for 1 year. (Users could cancel the service by using SCB Easy App.) Sample group normally transferred less than 5,000 Baht per time however they did not have enough time to go to a bank. The result showed the beta coefficients of trust of government, social influence, and price value were 0.235, 0.197 and 0.164 respectively. Three factors positively affected intention to use Promptpay service of employees in Bangkok at the significant level of .05 for 34.60%. Thus, Government bank and Commercial bank should plan and develop strategies which would positively affect intention to use Promptpay service of employees in Bangkok by considering the trust of the government, social influence and price value.

*Keywords: Promptpay, Trust of the Government, Bangkok*

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.เพ็ญจิรา คັນธวงค์ ที่สละเวลามาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ถ่ายทอด วิชาความรู้และประสบการณ์ และให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัย อีกทั้งยังส่งเสริมให้ผู้วิจัย ส่งผลงานในงานประชุมวิชาการ และให้การช่วยเหลือจนการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอบพระคุณ ท่านอมรรัตน์ กริยาผล หัวหน้าคณะศาลอุทธรณ์ คดีชำนาญการพิเศษ และคุณพงษ์ภา กริยาผลและ อาจารย์ ธนภรณ์ กริยาผล ผู้มอบทุนการศึกษา รวมถึงให้คำแนะนำใน ด้านการเรียนและการใช้ชีวิตแก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ข้อมูล และทำให้งานวิจัยใน ครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

หวังว่าการศึกษาเฉพาะบุคคลนี้อาจมีประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ

พาณิภักดิ์ พันธุ์กำเนิด



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	8
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.2 สมมติฐานการวิจัย	11
2.3 กรอบแนวความคิด	12
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 การออกแบบงานวิจัย	13
3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง	13
3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย	14
3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตามโครงสร้าง	15
3.5 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	19
4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร	19
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน	22
4.4 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	26
บทที่ 5 การอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม	28
5.2 การอภิปรายผล	29
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	32



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) การอภิปรายผล	
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	33
บรรณานุกรม	35
ภาคผนวก	39
ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย	40
ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม	48
ประวัติผู้เขียน	60
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบบริการพร้อมเพย์	3
ตารางที่ 1.2: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบรัฐบาลดิจิทัล สหราชอาณาจักร (Government Digital Service)	4
ตารางที่ 1.3: การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน ของระบบบริการ National Card Payment System (NSPK) แห่งสหพันธรัฐรัสเซีย	6
ตารางที่ 1.4: วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของของระบบบริการพร้อมเพย์	7
ตารางที่ 3.1: การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	14
ตารางที่ 3.2: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach’s Alpha Coefficient)	16
ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ $n = 215$	17
ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson’s Correlation Coefficient) ของ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจ ในรัฐบาล การรับรู้ การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร	20
ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านการรับรู้ถึง ประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจ ในรัฐบาล การรับรู้ การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร	22
ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ ความเสี่ยง และความตั้งใจในการใช้บริการ	23
ตารางที่ 4.4: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ	25

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิด	12
ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	27



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของเศรษฐกิจดิจิทัล และมีการนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการภาคการเงิน (Financial Technology) ทำให้ตั้งแต่ปี 2558 กระทรวงการคลังแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนโยบายการพัฒนากระบวนโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินของไทย หรือโครงการ National e-payment สำหรับการปฏิรูปและยกระดับโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินของไทย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวก ลดต้นทุน เพิ่มความไวและความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน อันจะเป็นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในยุคดิจิทัล ตามพิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน (พรชัย สุธีระเวช, 2560)

โดยวาระที่สำคัญคือ การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินของไทย หรือโครงการ National e-payment ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ National e-payment Master Plan ไว้ 5 โครงการ ได้แก่ โครงการที่หนึ่งระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ โครงการที่สองการขยายการใช้บัตรเครดิต โครงการที่สามระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โครงการที่สี่ e-payment ภาครัฐ และ โครงการที่ห้าการให้ความรู้และส่งเสริมการใช้อิเล็กทรอนิกส์ (กระทรวงการคลัง, 2560)

หนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ที่สำคัญของการพัฒนาพื้นฐานทางการเงินของไทย คือ โครงการระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ ซึ่งเป็นบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศและมีความเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วน เช่น การโอนเงินระหว่างบุคคลของประชาชน การโอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการของภาคธุรกิจ รวมถึงการโอนเงินสวัสดิการและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของภาครัฐ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้การดำเนินธุรกรรมทางการเงินและกิจกรรมทางเศรษฐกิจโดยรวม ลดต้นทุนของประเทศ โดยเฉพาะต้นทุนการบริหารจัดการเงินสดของประเทศ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ช่วยชักจูงให้เศรษฐกิจนอกระบบเข้าสู่ระบบ และช่วยให้มีการเก็บรวบรวมฐานข้อมูลการรับจ่ายเงินและสวัสดิการประชาชน สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจ โดยใช้เลขประจำตัวประชาชน หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางการเงินได้สะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นพื้นฐานของบริการทางการเงินต่างๆ ในอนาคต

ปัจจุบันหลายประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่พัฒนาแล้ว เริ่มมีการปรับเปลี่ยนโมเดลเศรษฐกิจให้สอดคล้องกับพลวัตของโลกในศตวรรษที่ 21 ยกตัวอย่างเช่น ไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน โครงการ A Nation of Maker ของ

สหรัฐอเมริกา โครงการ Design in Innovation ของสหราชอาณาจักร โครงการ Made in China 2025 ของสาธารณรัฐประชาชนจีน โครงการ Make in India ของอินเดีย โครงการ Smart Nation ของสิงคโปร์ โครงการ Creative Economy ของเกาหลีใต้ และ แผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจรัสเซีย 2020 (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2560)

โดยสหราชอาณาจักร (United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland) พระราชินีนาถ และรัฐบาล ให้การสนับสนุนก่อตั้งรัฐบาลดิจิทัล ในปี 2011 เพื่อดูแลบริหารจัดการเฉพาะในเรื่องการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ภายใต้กระทรวงแรงงานและสวัสดิการ ให้คำปรึกษาในด้านการลงทุน การทำธุรกรรม การเสียภาษี และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในภาคธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ดังเช่น การก่อตั้งระบบ Gov.uk pay คือ ระบบรัฐบาลดิจิทัล เพื่อให้บริการชำระเงินกับบริการของรัฐบาลกลาง เช่น ทำธุรกรรมการเงิน การจ่ายค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษี บริษัท ภาษีอากรแอสแตมป์ ภาษีเงินได้ การจ่ายค่าปรับ และการรับเงินค่ารักษาพยาบาลหรือประกันสังคมจากภาครัฐ การชำระเงินเบ็ดเตล็ด และชำระค่าบริการเครดิต (Government Digital Service, 2017) นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนให้ประชาชนมีการใช้ระบบ e-payment โดย สหราชอาณาจักร มีสัดส่วนมูลค่าการชำระเงินด้วยช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ที่ 89% เป็นอันดับที่หนึ่งของยุโรป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559)

และในสหพันธรัฐรัสเซียมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการธุรกรรมการเงิน ที่เรียกว่า National Card Payment System (NSPK) เพื่อดูแลบริหารจัดการเฉพาะในเรื่องการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ สำหรับประชาชนชาวรัสเซีย และผู้ทำงานในรัสเซีย เนื่องจากสหพันธรัฐรัสเซียมีพื้นที่ขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันหรือห่างไกลกันมาก ธนาคารเอกชนหรือบริการธุรกรรมจะไม่ได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ มีปัญหาด้านความปลอดภัยในระบบ และมีอัตราค่าบริการที่แตกต่างกัน รัฐบาลจึงพัฒนารูปแบบการทำธุรกรรมการเงินที่นอกเหนือจากทำธุรกรรมผ่านทางธนาคาร หรือ ระบบอิเล็กทรอนิกส์ ยังมีการจัดทำบัตร “MIR” รูปแบบบัตรเครดิตที่ช่วยให้ผู้ถือบัตรสามารถทำธุรกรรมมาตรฐานได้ทุกประเภทในบัตรเดียวในทุกพื้นที่ของประเทศ เช่น ถอนเงินสด ซื้อสินค้า บริการ และชำระเงิน สินค้า บริการ ภาษี ค่าปรับ แบบเคลื่อนที่ ซึ่งเป็นบริการที่ได้รับการยอมรับจากประชาชน ประชาชนได้รับความสะดวกรวดเร็ว ลดขั้นตอนในการทำธุรกรรม รวมถึงสามารถตรวจสอบรายการธุรกรรมย้อนหลัง ตรวจสอบค่าภาษี และรัฐบาลได้รับกำไรรวมถึงดอกเบี้ย จากการใช้จ่ายของประชาชน

โดยสหพันธรัฐรัสเซียเป็นประเทศลำดับต้นๆ ในการพัฒนาระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ในรูปแบบบัตรเครดิต นอกเหนือจากรูปแบบอื่นที่ใช้บัตรประชาชน หรือ หมายเลขประชาชน เพื่อแก้ปัญหาด้านพื้นที่ห่างไกลและการเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐาน National Card Payment System [NSPK], 2016)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้จัดทำจึงได้สนใจวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของระบบบริการ National e-payment ของประเทศไทย สหราชอาณาจักร และสหพันธรัฐรัสเซีย เนื่องจากสหราชอาณาจักรเป็นประเทศชั้นนำในด้าน National e-payment ของยุโรป หากนำมาวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน จะทำให้สามารถวางแผนพัฒนาระบบบริการพร้อมเพย์ของไทย และกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจและใช้บริการมากยิ่งขึ้น เหมือนกับประชาชนในสหราชอาณาจักร ที่มีสัดส่วนมูลค่าการชำระเงินด้วยช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ที่ 89% และใช้บริการรัฐบาลดิจิทัลเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี

และสหพันธรัฐรัสเซียเป็นประเทศที่มีการพัฒนาระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ในรูปแบบบัตรเครดิต ที่รัฐบาลสามารถให้บริการประชาชน และได้รับกำไรจากการบริหารดูแลระบบ นอกเหนือจากรูปแบบอื่นที่ใช้บัตรประชาชน ใบขับขี่ หมายเลขประจำตัวประชาชน ซึ่งนับว่าเป็นการต่อยอดและพัฒนารูปแบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติที่แตกต่างจากประเทศไทย หากนำมาวิเคราะห์จะสามารถเห็นโอกาสในการพัฒนาและจุดแข็ง จุดอ่อน ของรูปแบบที่การให้บริการแตกต่างกับประเทศไทย และเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนารูปแบบการให้บริการ ที่แก้ปัญหาด้านพื้นที่ห่างไกล ทุรกันดาร และการเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐาน

ตารางที่ 1.1: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบบริการพร้อมเพย์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ได้รับความไว้วางใจจากประชาชน</li> <li>● มีความปลอดภัยสูง</li> <li>● มีเงินทุนมาก และความมั่นคงสูง</li> <li>● บริหารงานภายใต้กฎหมายและรัฐบาล</li> <li>● สามารถผลักดันกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศได้</li> <li>● เกิดนโยบายใหม่ๆ ที่มาจากเสียงของประชาชน</li> <li>● เกิดการใกล้ชิดระหว่างรัฐบาลกับประชาชนมากขึ้น</li> <li>● ลดปัญหาธุรกรรมการเงินที่ไม่ถูกกฎหมาย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้นทุนในการวางระบบสูง</li> <li>● การดำเนินการต้องใช้ระยะเวลามาก</li> <li>● ข้อมูลในการจัดการดูแล มีจำนวนมาก</li> <li>● การบริหารจัดการเป็นไปตามกระบวนการของภาครัฐ (ใช้ระยะเวลาดำเนินมาก)</li> <li>● หากเกิดปัญหา จะทำสูญเสียความน่าเชื่อถือในระดับสากล</li> <li>● อัตราการนำเงินเข้าระบบมีจำนวนน้อย (จำนวนผู้เสียภาษีมีจำนวนน้อย)</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบบริการพร้อมเพย์

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● รักษาเสถียรภาพเศรษฐกิจภายในและภายนอกประเทศได้</li> <li>● ภาครัฐสามารถตรวจสอบหรือควบคุมดูแลในด้านธุรกรรมการเงินของประเทศ</li> <li>● รัฐบาลสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจหรือนโยบายได้</li> </ul> <p>สามารถตรวจสอบและนำเงินที่อยู่ภายนอกระบบกลับเข้ามาอยู่ในระบบอย่างถูกต้อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ประชาชนบางกลุ่มไม่ต้องการได้รับการตรวจสอบด้านการเงินจากภาครัฐ เช่น ขยายสินค้าออนไลน์ไม่อยากเสียภาษี</li> </ul>

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *บริการพร้อมเพย์ พร้อมใช้*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PSServices/PromptPay/Pages/default.aspx>.

ตารางที่ 1.2: วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบรัฐบาลดิจิทัล สหราชอาณาจักร (Government Digital Service)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● พระราชินีนาถ และรัฐบาล ให้การสนับสนุนก่อตั้งรัฐบาลดิจิทัล ปี 2011 เพื่อดูแลบริหารจัดการเฉพาะในเรื่องการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ภายใต้กระทรวงแรงงานและสวัสดิการ ให้มีความทันสมัยจากเดิมที่เป็นเว็บไซต์พลเมือง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้นทุนในการวางระบบสูง</li> <li>● การดำเนินการต้องใช้ระยะเวลานาน</li> <li>● หากเกิดปัญหาทำให้ประชาชนสูญเสียความไว้วางใจในการรักษาความปลอดภัยของรัฐบาล</li> </ul>

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.2 (ต่อ): วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของระบบรัฐบาลดิจิทัล สหราชอาณาจักร  
(Government Digital Service)

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● รัฐบาลดิจิทัลให้การสนับสนุนภาคธุรกิจในการให้คำปรึกษาในด้านการลงทุน การทำธุรกรรม การเสียภาษี และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในภาคธุรกิจ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน</li> <li>● ประชาชนชำระเงินด้วยช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ที่ 89% ของประชากรทั้งหมด</li> <li>● เกิดนโยบายและกลยุทธ์ที่มาจากเสียงของประชาชน และมีความใกล้ชิดระหว่างรัฐบาลกับประชาชนมากขึ้น</li> <li>● เว็บไซต์เดียวสามารถชำระสินค้าหรือบริการ เช่น การจ่ายค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีบริษัท ภาษีอากรแสตมป์ ภาษีเงินได้ การจ่ายค่าปรับ และการรับเงินค่ารักษาพยาบาลหรือประกันสังคมจากภาครัฐ การชำระเงินเบ็ดเตล็ด และชำระค่าบัตรเครดิต</li> <li>● ลดปัญหาการคอร์รัปชันและสามารถใช้ในการตรวจสอบทรัพย์สิน</li> </ul>	

ที่มา: Government Digital Service. (2017). *Take and process payment*. Retrieved from <https://www.payments.service.gov.uk/>.



ตารางที่ 1.3: การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน ของระบบบริการ National Card Payment System (NSPK) แห่งสหพันธรัฐรัสเซีย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ประชาชนได้รับความสะดวกในการรับชำระเงิน</li> <li>● สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกภาคส่วน</li> <li>● สามารถแก้ปัญหาด้านภูมิประเทศที่ห่างไกล และการเข้าถึงระบบโครงสร้างพื้นฐาน</li> <li>● ใช้ในการบริหารจัดการธุรกรรมการเงินที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ เช่น ค่าปรับ และการจัดเก็บภาษี</li> <li>● ระบบการชำระเงินแห่งชาติที่รับประกันการประมวลผลธุรกรรมในประเทศของธนาคารรัสเซียอย่างปลอดภัยและต่อเนื่อง</li> <li>● มีบริการบัตรเครดิต “MIR” ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกประเภท เช่น ถอนเงินสด ซื้อสินค้า บริการ และชำระเงินแบบ เคลื่อนที่</li> <li>● สามารถใช้ชำระสินค้าหรือบริการได้ทุกที่ในสหพันธรัฐรัสเซีย</li> <li>● แนวคิดระบบการชำระเงินบัตรแห่งชาติโดย nspk (national card payment system) รวมถึงชำระผ่านสมาร์ทโฟน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้นทุนในการวางระบบสูง</li> <li>● การดำเนินการต้องใช้ระยะเวลายาวนาน</li> <li>● หากเกิดปัญหาทำให้ประชาชนสูญเสียความไว้วางใจในการรักษาความปลอดภัยของรัฐบาล</li> <li>● ผู้ขาดในด้านธุรกรรมการเงินต้องผ่านธนาคารกลางของสหพันธรัฐรัสเซีย</li> </ul>

ที่มา: National Card Payment System NSPK. (2016). *MIR PAYMENT SYSTEM*.

Retrieved from <http://www.nspk.ru/en/cards-mir/terms-and-tariffs-of-the-mir-payment-system/>.

ตารางที่ 1.4: วิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของของระบบบริการพร้อมเพย์

โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> <li>● รัฐบาลไทยผลักดันและให้การสนับสนุนโครงการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการเงินของไทย ภายใต้กระทรวงการคลังเพื่อดูแลบริหารจัดการ โดยเฉพาะ</li> <li>● สามารถป้องกันการฟอกเงิน เงินนอกระบบ ธนบัตรปลอม และการคอร์รัปชัน</li> <li>● ช่วยในการรักษาเสถียรภาพของระบบการเงินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ</li> <li>● ได้รับข้อมูลการเงินของประชาชน ใช้ในการวางแผนและนโยบายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้</li> <li>● ลดต้นทุนการผลิตเหรียญกษาปณ์ และลดต้นทุนการคลังในการผลิตและจัดทำลายธนบัตร</li> <li>● สามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อ ชี้แจงข่าวสารและนโยบายกับประชาชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ต้นทุนที่สูงและการดำเนินการของภาครัฐจะใช้ระยะเวลานาน (การผ่านร่างกฎหมาย หรือขออนุมัติโครงการ)</li> <li>● ประเทศไทย ยังมีความไม่พร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สัญญาณโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต</li> <li>● ความพร้อมในด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลด้านเทคโนโลยี ยังมีผู้เชี่ยวชาญสาขาดังกล่าวไม่มากยังต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ</li> </ul>

ที่มา: คณะทำงานโครงการ National e-payment. (2559). *ขยายข่าว: พร้อมเพย์ PromptPay เงินดิจิทัล*. สืบค้นจาก <http://www.epayment.go.th/home/app/blog>.

และจากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่าระบบบริการ e-payment และ e-government ของประเทศตุนั้น เกิดจากการที่รัฐบาลต้องการออกแบบเว็บไซต์ที่เข้าถึงประชาชน และสามารถจัดการกับธุรกรรมการเงินในประเทศที่มีการโอนเงิน การจ่ายค่าภาษี ค่าปรับ หรือบริการทางสาธารณะต่างๆ โดยจากผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินของภาครัฐนั้น เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ความไว้วางใจในการรักษาความปลอดภัยการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และความสะดวกในการรับการชำระเงิน และจากมุมมองของรัฐบาลพบว่าทัศนคติของประชาชนจะเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีต Murathan, Ali, Gül & Yudum (2017)

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าหลายประเทศทั่วโลกมีการตื่นตัวและปรับตัวให้เข้ากับสภาพเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ ในปัจจุบัน มีการจัดตั้งระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ ที่ควบคุมดูแลโดยภาครัฐ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน สามารถกำหนดนโยบายเศรษฐกิจ การดูแลระบบเงิน การตรวจสอบและทำธุรกรรมการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ลดการเอาเปรียบจากภาคเอกชน หรือสามารถช่วยเหลือประชาชนหากเกิดปัญหาบนพื้นฐานของกฎหมาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร โดยได้ศึกษาตัวแปรปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาอิทธิพลของเหตุผลเชิงบวก ของปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภคและศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ว่าจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจ โดยสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจต่างๆ และไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด เพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งยังสามารถพัฒนาระบบธุรกรรมการเงินออนไลน์ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ทางวิชาการ คือขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ปัจจัยการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยคุณค่าด้านราคา ปัจจัยความไว้วางใจ ปัจจัยความไว้วางใจในรัฐบาล ปัจจัยการรับรู้การตระหนักรู้ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง เป็นต้น เพื่อเป็นพื้นฐานของงานวิจัยในอนาคต

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ Alafeef (2011) ได้ศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ คือ การที่บุคคลใด ๆ เชื่อกันว่า ระบบดังกล่าวจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลนั้น ๆ ผลการวิจัยสอดคล้องกับ Mehrad & Mohammadi (2016) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ที่จะได้รับเป็นบทบาทระหว่างทัศนคติและเจตนาารมณ์ในการใช้บริการ เมื่อผู้บริโภคหรือลูกค้าหรือรู้ว่าการใช้งานธนาคารออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือเป็นเรื่องง่าย ก็จะส่งอิทธิพลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ

ส่วนการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน Shaikh & Karjaluo (2015) ได้ศึกษาพบว่า เมื่อใช้เทคโนโลยีใหม่ ลูกค้าจะรู้สึกสะดวกและใช้งานได้ง่ายมากยิ่งขึ้น รวมถึงประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มสูงขึ้น โดยความสัมพันธ์นี้ได้รับการสนับสนุนในบริบทการศึกษาเรื่องเทคโนโลยีออนไลน์ และผลการศึกษาวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัย Muhammad, Lallmahomed, Lallmahomed & Lallmahomed (2017).) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศมอริเชียส พบว่า ประสิทธิภาพความคาดหวัง และเงื่อนไขในการใช้อำนวย และการรับรู้คุณค่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับบริการของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศมอริเชียส

นอกจากนี้ อิทธิพลทางสังคมสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดที่ว่าพฤติกรรมส่วนบุคคล ได้รับอิทธิพลจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อนสนิทหรือสมาชิกในครอบครัว Hamari & Koivist (2015) ได้ศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนมือถือกับผู้เล่นเกมออนไลน์ พบว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์กับการใช้บริการธนาคารบนมือถือ มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ผู้เล่นเกมออนไลน์จะมีการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในการซื้อขายบริการออนไลน์และเกิดการรวมกลุ่มหรือสร้างสังคมกลุ่มใหญ่ที่มีความแข็งแกร่ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Baptista & Oliveira (2017) พบว่าความสำคัญของอิทธิพล ทางสังคม เติบโตขึ้นตามสัดส่วนโดยตรงกับการใช้ gamification ในธนาคารมือถือ จะทำให้สินค้าหรือบริการขององค์กรเป็นที่รู้จักได้ง่ายขึ้น เพิ่มความภักดีให้กับแบรนด์ เกิดการแชร์ข้อมูลระหว่างผู้ใช้งาน และส่งผลถึงเรื่องยอดขาย

Venkatesh (2012) ได้สรุปถึง คุณค่าด้านราคา คือ การแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคระหว่างการรับรู้ประโยชน์ของธนาคารบนมือถือและค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้บริการ โดยงานวิจัยในอดีตของ Muhammad, et al. (2017) พบว่า คุณค่าด้านราคามีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศ Mauritius ในด้านปัจจัยความไว้วางใจ

Alalwan, Yogesh, Rana & Nripendra (2017) ได้ศึกษาพบว่า ความไว้วางใจมีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้บริการธุรกรรมการเงินออนไลน์ หรืออาจส่งผลทางอ้อมต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ

นอกจากนี้ในด้านความไว้วางใจในรัฐบาล Carter & Bélanger (2005) ศึกษาพบว่า ความไว้วางใจในรัฐบาล ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการของทางภาครัฐ รวมถึงประชาชนต้องไว้วางใจทั้งหน่วยงานรัฐบาลซึ่งเป็นผู้ให้บริการและเทคโนโลยีพื้นฐานของภาครัฐ ที่มีการให้บริการอยู่นั้นคืออินเทอร์เน็ต โดยผลวิจัยสอดคล้องกับงานของ Kurfali, et al. (2017) ระบบบริการ e-payment และ e-government ของประเทศตุรกีนั้น เกิดจากการที่รัฐบาลต้องการออกแบบเว็บไซต์ที่เข้าถึงประชาชน และสามารถจัดการกับธุรกรรมการเงินในประเทศ ที่มีการโอนเงิน การจ่ายค่าภาษี ค่าปรับ หรือบริการทางสาธารณะต่างๆ โดยจากผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินของภาครัฐนั้น เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ความไว้วางใจในการรักษาความปลอดภัยการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และความสะดวกในการรับการชำระเงิน และจากมุมมองของรัฐบาลพบว่าทัศนคติของประชาชนจะเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีต

ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ Shareef (2011) พบว่าเป็นการยอมรับของประชาชนต่อการให้บริการโดยใช้เทคโนโลยี สารสนเทศของภาครัฐ ว่าเกิดประโยชน์มากน้อยเพียงใด รวมถึงความน่าเชื่อถือของบริการ ซึ่งทั้งหมดนั้นจะนำไปสู่การยอมรับและตระหนักรู้ถึงบริการดังกล่าว การให้บริการเทคโนโลยีของภาครัฐที่มีการรับฟังเสียงของประชาชน มีการปรับปรุงบริการ รวมถึงให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์แก่ประชาชน จะทำให้ประชาชนนั้นมีทัศนคติที่ดีมากยิ่งขึ้น ต่อระบบบริการดังกล่าวของภาครัฐ

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง Bauer (1960) ได้ให้นิยามไว้ว่า ความเสี่ยงมักเกิดจากปัจจัย 2 ประการคือ ความไม่แน่นอน (การขาดความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภคร) และความเป็นไปได้ที่เกิดจากขั้นตอนการจัดซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Muñoz-Leiva, Climent-Climent & Liébana-Cabanillas (2017) ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนมือถือ แอป: กับการประยุกต์ใช้ Technology Acceptance Model แบบคลาสสิก ได้ผลวิจัยว่า การรับรู้ความเสี่ยงของการใช้บริการ m-banking มีผลกระทบในเชิงลบต่อความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้บริการ

จากการศึกษางานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องในอดีตของ นภัสสร จิระอุดมรัตน์ และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การใช้งานด้วยกันได้ ปัจจัยการต่อต้านความเปลี่ยนแปลง ปัจจัยความคาดหวังในผลการปฏิบัติ ปัจจัยสภาพเครื่องอำนวยความสะดวก และปัจจัยจำนวนการรับรู้ของผู้ใช้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

นัยนา แสงเขียว และเพ็ญจิรา คันธวงค์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้ บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของของลูกค้านักค้า A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการระบุความเป็นตัวตนของตนเอง ปัจจัยผลกระทบในทางบวก ปัจจัยนโยบายของธนาคาร ปัจจัยแนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามจำนวนหรือตามเวลาที่กำหนด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้ บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของของลูกค้านักค้า A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร

แต่เนื่องจากกระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย และสมาคมธนาคารไทย ได้เปิดตัวบริการพร้อมเพย์ (Promtpay) อย่างเป็นทางการในวันที่ 27 มกราคม 2560 ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า ปัจจัยที่ใช้ในงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในอดีต อาจจะไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงได้นำงานวิจัยดังกล่าว มาใช้เป็นเพียงแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษา

## 2.2 สมมติฐานการวิจัย

2.2.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.3 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.4 ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.5 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.6 ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

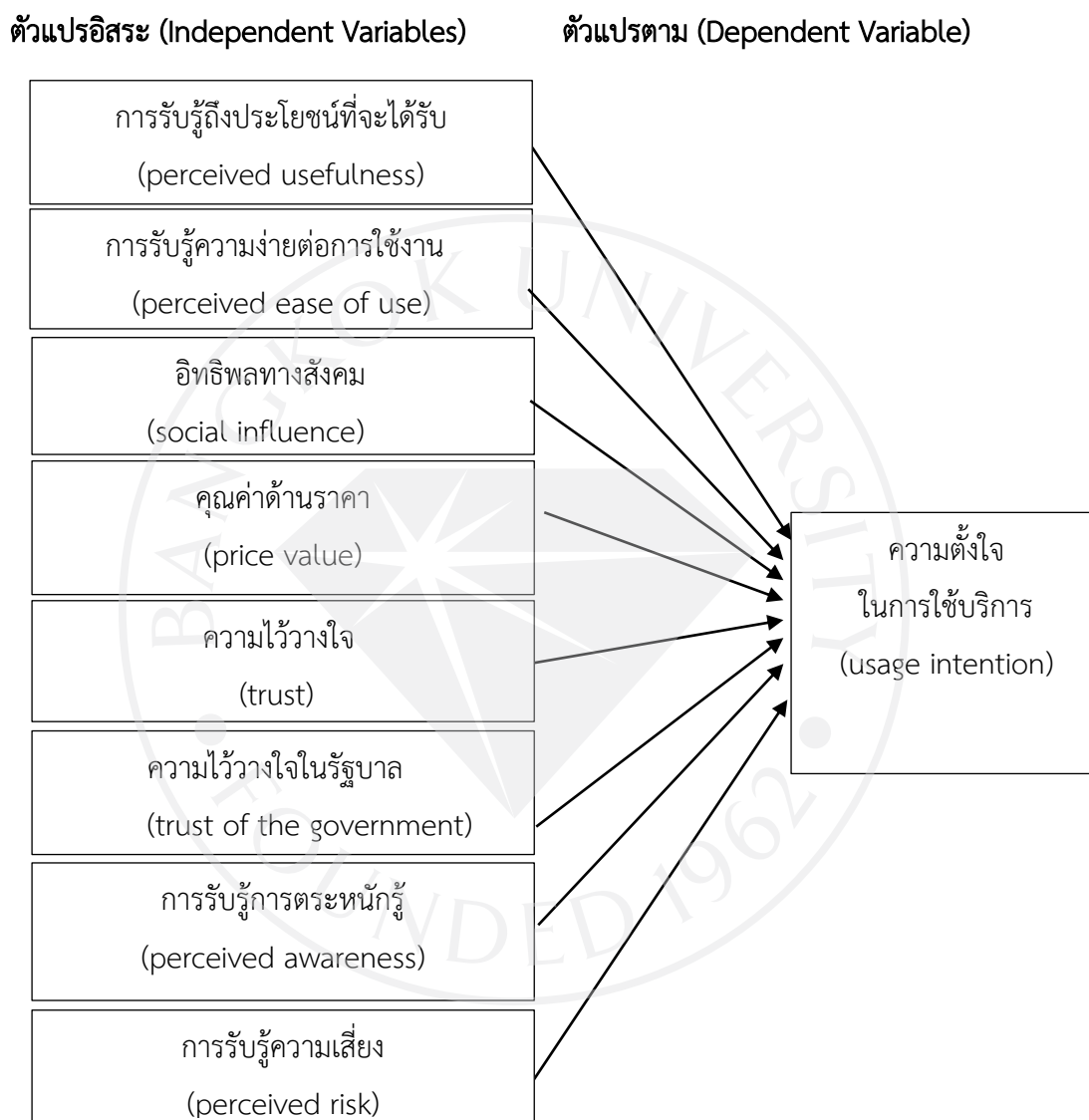
2.2.7 ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.8 ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.9 ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

## 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

ประชากรใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ คือ พนักงานองค์กรภาครัฐและเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ที่ซึ่งระบบสถิติทางการทะเบียนระบุว่า มีจำนวนประชากร 5.6 ล้านคน (กรมการปกครอง, 2560) นักวิจัยได้มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสำรวจ ในเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2560 ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ โดยใช้หลักการคำนวณของ Cohen (1962) จากแบบสอบถาม pilot test จำนวน 40 ชุด ด้วยโปรแกรม G\*Power เวอร์ชัน 3.1.7 เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen และผ่านการรับรองและตรวจสอบจากนักวิจัยหลายคน Erdfelder, Faul, Buchner & Lang (2009) ในการคำนวณได้กำหนดค่าเพาเวอร์  $(1-\beta)$  เท่ากับ 0.95 ค่าอัลฟา ( $\alpha$ ) เท่ากับ .05 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 8 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.1101551 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial  $R^2$  เท่ากับ 0.0992250) ผลที่ได้คือขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องเก็บสำหรับงานวิจัยครั้งนี้อย่างน้อยคือ จำนวน 215 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช่ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) จำนวน 2 เขต พื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกแบบกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กล่าวคือ ผู้ที่จะตอบแบบสอบถามจะต้องยังไม่เคยใช้บริการพร้อมเพย์ จึงจะสามารถตอบแบบสอบถามได้ (Inter Professional Education and Collaborative Practice, 2015) ผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างดังนี้



ตารางที่ 3.1: การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เขตราชเทวี	ประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน
แขวงทุ่งพญาไท	31,916	78	36.27
ถนนพญาไท	9,155	63	29.3
เขตดุสิต	ประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน
แขวงดุสิต	15,059	42	19.53
สวนจิตรลดา	9,750	32	14.88
รวม	65,880	215	100

ที่มา: สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2559ก). *ข้อมูลของท้องถิ่นเขตราชเทวีประจำเดือน พฤษภาคม*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/ratchathewi/page/sub/3280/สถิติจำนวนประชากร>.

สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2559ข). *ข้อมูลของท้องถิ่นเขตดุสิต*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/dusit/page/sub/649/สถิติ>.

### 3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้สำหรับการศึกษา คือผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามโดยเริ่มจากการทบทวนวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อพิจารณาว่าตัวแปรที่จะต้องนำมาสร้างแบบสอบถามมีเรื่องใดบ้าง ซึ่งในที่นี้ตัวแปรที่จะนำมาสร้างคำถามมีความครบถ้วนทั้งตัวแปรตาม

ซึ่งในการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้บริการ หลังจากนั้นจึงสร้างแบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วย 11 ส่วน ได้แก่

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคจำนวนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานะ รายได้ต่อเดือน โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close-Ended Response Question) จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการใช้ธุรกรรมการเงิน

ได้แก่ พฤติกรรมการโอนเงิน ปัญหาในการโอนเงิน ข้อเสนอจากธนาคารที่สนใจมากที่สุด และธนาคารที่คาดว่าจะใช้บริการพร้อมเพย์ จำนวน 4 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบลักษณะปลายปิด (Close-ended Response Question)

## ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์

ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านคุณค่าด้านราคา ด้านความไว้วางใจ ด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ด้านการรับรู้การตระหนักรู้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความตั้งใจในการใช้บริการ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นปลายปิด (Close-ended Response Question) มีจำนวนทั้งสิ้น 36 ข้อ โดยใช้มาตรวัดแบบประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ (จาก 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด)

### 3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตามโครงสร้าง

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

#### 1. คุณสุลักษณ์ วงษ์สัจจามันท์

ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาสะพานเหลือง กรุงเทพมหานคร

#### 2. คุณนวพร ภูมิวิณิชกิจ

ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาบางนา กรุงเทพมหานคร

หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่าน มาทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.773-0.972 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ เนื่องจากค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978)

ตารางที่ 3.2: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนของคำถาม	n = 40	n = 215
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ (PU)	0.891	0.885
ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (PE)	0.773	0.855
ด้านอิทธิพลทางสังคม (SI)	0.904	0.897
ด้านคุณค่าด้านราคา (PV)	0.916	0.813
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	0.972	0.917
ด้านความไว้วางใจในรัฐบาล (Trust_G)	0.957	0.841
ด้านการรับรู้การตระหนักรู้ (PA)	0.943	0.831
ด้านการรับรู้ความเสี่ยง (PR)	0.959	0.881
<b>ตัวแปรตาม</b>		
ด้านความตั้งใจในการใช้บริการ (UI)	0.963	0.944

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถามต่างๆ ว่ามีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใดก็จะจัดให้อยู่ในองค์ประกอบนั้น แต่มีข้อแม้ว่าค่า Factor Loading ของแต่ละข้อคำถามควรมีค่า ตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548)

โดยมีปัจจัยที่ใช้ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง ความตั้งใจในการใช้บริการ ที่ N = 215

ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 215

	Component								
	PU	PE	SI	PV	TRUST	TRUST_G	PA	PR	UI
PU1	.746								
PU2	.796								
PU3	.739								
PU4	.805								
PE1		.648							
PE2		.677							
PE3		.717							
PE4		.719							
SI1			.829						
SI2			.865						
SI3			.767						
SI4			.789						
PV1				.830					
PV2				.774					
PV3				.565					
PV4				.606					
TRUST1					.808				
TRUST2					.818				
TRUST3					.813				
TRUST4					.830				
TRUST_G1						.531			
TRUST_G2						.478			
TRUST_G3						.588			
TRUST_G4						.656			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.3 (ต่อ): การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 215

Component									
	PU	PE	SI	PV	TRUST	TRUST_G	PA	PR	UI
PA1							.769		
PA2							.755		
PA3							.785		
PA4							.763		
PR1								.787	
PR2								.866	
PR3								.881	
PR4								.864	
UI1									.863
UI2									.883
UI3									.853
UI4									.824

### 3.5 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล

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

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากพนักงานองค์กรภาครัฐและเอกชนที่ยังไม่เคยใช้บริการพร้อมเพย์ ในกรุงเทพมหานคร โดยแจกแบบสอบถามใน เดือนเมษายน-พฤษภาคม 2560 จำนวน 215 ตัวอย่าง และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.773-0.972 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ เนื่องจากค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงผู้ คิดเป็นร้อยละ 65.6 มีอายุระหว่าง 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 79.1 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.6 รายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.2 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานของรัฐ ร้อยละ 52.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการพร้อมเพย์กับธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 47.4 และสนใจข้อเสนอจากธนาคารไทยพาณิชย์ คือ โอนฟรีทุกรายการทั้งในและต่างประเทศระยะเวลา 1 ปี (สามารถยกเลิก SCB Easy Net ได้ทันที ไม่ต้องไปที่สาขา) คิดเป็นร้อยละ 43.7 ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการโอนเงินดังนี้ โอนเงินไม่เกิน 5,000 บาท / ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 77.7 ปัญหาด้านการโอนเงินส่วนใหญ่ คือ ไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคารเพื่อทำรายการโอนเงินด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 55.8

#### 4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) โดยวิเคราะห์ปัจจัยดังนี้ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านคุณค่าด้านราคา ด้านความไว้วางใจ ด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ด้านการรับรู้การตระหนักรู้ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความตั้งใจในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตามโดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้ การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมแพทย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

Variable	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha	(PU)	(PE)	(SI)	(PV)	(trust)	(trust_G)	(PA)	(PA)	(UI)
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ (PU)	3.78	0.755	0.885	1								
การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (PE)	3.72	0.707	0.885	.674**	1							
อิทธิพลทางสังคม (SI)	2.97	0.997	0.897	.355**	.293**	1						
คุณค่าด้านราคา (PV)	3.39	0.784	0.813	.460**	.478**	.321**	1					
ความไว้วางใจ (trust)	3.09	1.018	0.917	.334**	.356**	.394**	.460**	1				
ความไว้วางใจในรัฐบาล (trust_G)	3.12	0.961	0.841	.328**	.300**	.493**	.385**	.649**	1			
การรับรู้การตระหนักรู้ (PA)	3.72	.0785	0.831	.288**	.372**	.324**	.330**	.271**	.366**	1		
การรับรู้ความเสี่ยง (PA)	3.58	0.792	0.881	.016	.074	-.046	.012	-.165*	-.153*	.144*	1	
ความตั้งใจในการใช้บริการ (UI)	3.23	0.915	0.944	.420**	.383**	.427**	.416**	.376**	.449**	.228**	.000	1

\*\* . Correlation is significant at the .01 level (2-tailed)

\* . Correlation is significant at the .05 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1:** ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.420) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**สมมติฐานที่ 2:** ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.383) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**สมมติฐานที่ 3:** ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร หรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.427) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**สมมติฐานที่ 4:** ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.416) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**สมมติฐานที่ 5:** ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.376) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**สมมติฐานที่ 6:** ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.449) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01



**สมมติฐานที่ 7:** ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.228) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**สมมติฐานที่ 8:** ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานครหรือไม่

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.00) สองตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (สุนนทิพย์ จิตสว่าง, 2553)

#### 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน

ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจ ในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้ บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	การถดถอย Regression	62.090	8	7.761	13.613	.000b
	ความคลาดเคลื่อน Residual	117.449	206	.570		
	Total	179.539	214			

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (ANOVA) ของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วยของปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม

คือ ความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจในการใช้บริการ

Dependent Variable : Usage Intention, R = 0.588 , R <sup>2</sup> = 0.346, Constant(a) = 0.279						
Independent Variables	$\beta$	Std Error	T	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)		.400	.697	.486		
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	0.149	0.097	1.865	.064	.500	1.999
ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (PE)	0.092	0.105	1.134	.258	.480	2.083
ด้านอิทธิพลทางสังคม (SI)	0.197*	0.062	2.915	.004*	.696	1.436
ด้านคุณค่าด้านราคา (PV)	0.164*	0.082	2.327	.021*	.638	1.567
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	0.012	0.071	.153	.878	.509	1.964
ด้านความไว้วางใจในรัฐบาล (Trust_G)	0.235*	0.077	2.895	.004*	.484	2.067
ด้านการรับรู้การตระหนักรู้ (PA)	-.062	0.076	-.954	.341	.740	1.352
ด้านการรับรู้ความเสี่ยง (PR)	0.045	0.068	.764	.446	.912	1.097

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.3 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้น ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (SI) (Sig. = .004) ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา (PV) (Sig. = .021) ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล (Trust\_G) (Sig. = .004) ทั้ง 3 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อ

การเลือกใช้บริการพร้อมแพทย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ (Sig. = .064) ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (PE) (Sig. = .258) ด้านความไว้วางใจ (Trust) (Sig. = .878) ด้านการรับรู้การตระหนักรู้ (PA) (Sig. = .341) ด้านการรับรู้ความเสี่ยง (PR) (Sig. = .446) ปัจจัยทั้ง 5 ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าว ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมแพทย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.235 และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.197 และปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.164 ทำให้ตัวแปรทั้งสามสามารถอธิบายความตั้งใจในการเลือกใช้บริการพร้อมแพทย์ 34.60 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm 0.279$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y (\text{ปัจจัยความตั้งใจใช้บริการ}) = (0.279) + 0.235 (\text{ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล}) + 0.197 (\text{อิทธิพลทางสังคม}) + 0.164 (\text{ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงคุณค่าด้านราคา})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากเพิ่มปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมแพทย์จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.235 หน่วย หากเพิ่มปัจจัยปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมแพทย์ จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.197 หน่วย และหากเพิ่มปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมแพทย์จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.164 หน่วย

จากตารางที่ 4.3 สามารถนำไปอธิบายสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ได้ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 9** จากการที่ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมแพทย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ความไว้วางใจ การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมแพทย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.4: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ(PU)	.500	1.999
ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (PE)	.480	2.083
ด้านอิทธิพลทางสังคม (SI)	.696	1.436
ด้านคุณค่าด้านราคา (PV)	.638	1.567
ด้านความไว้วางใจ (Trust)	.509	1.964
ด้านความไว้วางใจในรัฐบาล (Trust_G)	.484	2.067
ด้านการรับรู้การตระหนักรู้ (PA)	.740	1.352
ด้านการรับรู้ความเสี่ยง (PR)	.912	1.097

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

Collinearity หมายถึง สภาพที่เกิดสหสัมพันธ์ (Correlation) กันเองระหว่างตัวแปรอิสระในระดับที่ค่อนข้างสูง เมื่อมีการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ส่วน Multicollinearity คือ การมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระที่มากกว่า 2 ตัวขึ้นไป (Collinearity, 2012) หรือ การที่มีสภาพของกลุ่มของตัวแปรอิสระในสมการมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อยก็จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง 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 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Miles & Shevlin, 2001)

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

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.4 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.480 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 2.083 ซึ่งน้อยกว่า 4 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มี

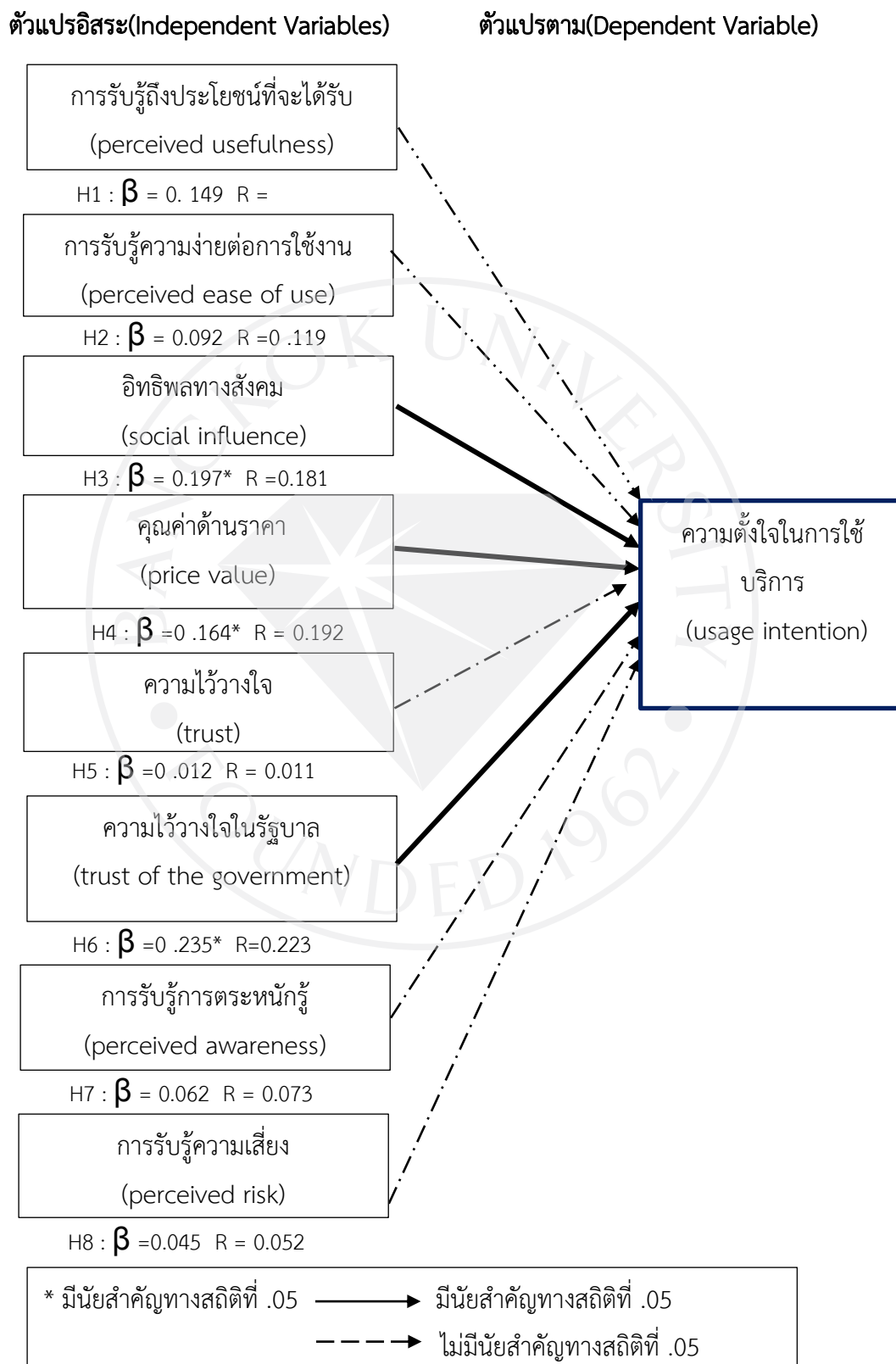
ความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity

#### 4.4 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)



## บทที่ 5 การอภิปรายผล

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม คุณค่าด้านราคา ความไว้วางใจ ความไว้วางใจในรัฐบาล การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจในการใช้บริการของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานองค์กรภาครัฐและเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ที่ระบบสถิติทางการทะเบียนระบุว่า มีจำนวนประชากร 5.6 ล้านคน (กรมการปกครอง, 2560) สํารวจในเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2560 โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 215 คน โดยผู้วิจัยเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง กล่าวคือ ผู้ที่จะตอบแบบสอบถามจะต้องยังไม่เคยใช้บริการพร้อมเพย์ จึงจะสามารถตอบแบบสอบถามได้ (Interprofessional Education and Collaborative Practice, 2015) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

### 5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.6 มีอายุระหว่าง 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.3 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 79.1 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.6 รายได้ต่อเดือน 20,001–30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.2 ส่วนใหญ่มืออาชีพราชการ/พนักงานของรัฐ ร้อยละ 52.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการพร้อมเพย์กับธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 47.4 และสนใจข้อเสนอจากธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 43.7 ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการโอนเงินดังนี้ โอนเงินไม่เกิน 5,000 บาท / ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 77.7 ปัญหาด้านการโอนเงินส่วนใหญ่ คือ ไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคารเพื่อทำรายการโอนเงินด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 55.8

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ( $\beta = 0.235$ ) ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ( $\beta = 0.197$ ) และปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา ( $\beta = 0.164$ ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรทั้ง 3 สามารถอธิบายความตั้งใจในการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์ได้ร้อยละ 34.60

ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ความไว้วางใจ การรับรู้การตระหนักรู้ การรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 4 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (Miles & Shevlin, 2001) ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$Y (\text{ปัจจัยความตั้งใจใช้บริการ}) = (0.279) + 0.235 (\text{ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล}) + 0.197 (\text{อิทธิพลทางสังคม}) + 0.164 (\text{ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา})$$

## 5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการธุรกรรมการเงินออนไลน์ และทราบถึงประโยชน์ของระบบบริการพร้อมเพย์ที่ทางภาครัฐและเอกชนได้ประชาสัมพันธ์ไว้ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Shaikh & Karjaluo (2015) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ คือ การมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ ร่วมกับทัศนคติ และความตั้งใจในการทำงาน ยกตัวอย่าง เช่น การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับส่งผลต่อปัจจัยในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ

**สมมติฐานข้อที่ 2** ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบขั้นตอน การลงทะเบียนบริการพร้อมเพย์ หรือการใช้บริการพร้อมเพย์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ



และการสนับสนุนระบบบริการจากภาครัฐ เพียงแค่มีเลขบัตรประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ ก็สามารถทำธุรกรรมทางการเงินกับระบบพร้อมเพย์ได้ทันที ไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Mazhar (2014) ได้ทำการวิจัยเรื่องบริการธุรกรรมการเงินออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือถึงนั้น ผลการวิจัยพบว่า บริการธุรกรรมการเงินออนไลน์บนโทรศัพท์มือถือเป็นระบบที่เป็นมิตร แม้แต่ผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือคอมพิวเตอร์ ก็มองว่าระบบนั้น มีความง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อระบบนั้น ๆ

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลจากการวิเคราะห์พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามได้รับอิทธิพลทางสังคม เช่น หากคนรอบข้างหรือคนในครอบครัว คิดว่าบริการพร้อมเพย์เป็นบริการที่ดี หรือเคยใช้บริการพร้อมเพย์ก็จะใช้ตาม โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Hamari & Koivisto (2015) ได้นำเสนอทฤษฎีอิทธิพลทางสังคมสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดที่ว่า พฤติกรรมส่วนบุคคลได้รับอิทธิพลจากเพื่อนร่วมงาน เพื่อนสนิทหรือสมาชิกในครอบครัว และจากการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารบนมือถือกับผู้เล่นเกมออนไลน์ พบว่าผู้ที่เล่นเกมออนไลน์ กับการใช้บริการธนาคารบนมือถือ มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ผู้เล่นเกมออนไลน์จะมีการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในการซื้อขายบริการออนไลน์ และเกิดการรวมกลุ่มหรือสร้างสังคมกลุ่มใหญ่ที่มีความแข็งแกร่ง

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงคุณค่าด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับอัตราค่าบริการพร้อมเพย์ ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการพร้อมเพย์ มีความสมเหตุสมผล หรือถูกกว่า ถ้ามีการโอนเงินไม่เกิน 5,000 บาท จะรู้สึกคุ้มค่า เหมาะสมที่จะจ่าย โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Muhammad, et al. (2017) พบว่า การรับรู้คุณค่าด้านราคามีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) ในประเทศ Mauritius

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากระบบบริการพร้อมเพย์เป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Alalwan, et al. (2017) ได้เสนอแนวคิด ความไว้วางใจ มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้บริการธุรกรรมการเงินออนไลน์ หรืออาจส่งผลทางอ้อมต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ

**สมมติฐานข้อที่ 6** ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาลมีความสัมพันธ์เชิงบวก ต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีความไว้วางใจในรัฐบาล คือ เมื่อระบบพร้อมเพย์ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ทำให้ผู้ใช้งานเชื่อมั่นว่าจะมีการดูแลทุกกระบวนการที่รัดกุมและพัฒนาระบบกลางที่มั่นคง ปลอดภัย มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี จะไม่เกิดปัญหาเครือข่ายล่ม หรือ การโจรกรรมข้อมูลเพราะหน่วยงานภาครัฐที่พัฒนาและดูแลระบบเชื่อถือได้ และหน่วยงานภาครัฐสามารถไว้วางใจได้ มีความซื่อสัตย์ จะดูแลผลประโยชน์ของประชาชนได้ ตลอดจนมีความไว้วางใจในนโยบายด้านการเงินของรัฐ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Kurfali, et al.(2017) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องระบบบริการ e-payment และ e-government ของประเทศตุรกีนั้น โดยจากผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการชำระเงินของภาครัฐนั้น เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ความไว้วางใจในการรักษาความปลอดภัยการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และความสะดวกในการรับการชำระเงิน และจากมุมมองของรัฐบาลพบว่าทัศนคติของประชาชนจะเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับมาในอดีต

**สมมติฐานข้อที่ 7** ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามได้พบแคมเปญ / โฆษณาของรัฐบาลหรือธนาคาร ในการสนับสนุนให้ใช้บริการ พร้อมเผยแพร่สื่อต่างๆ โดยการตระหนักรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เกิดจากการสะสมของความน่าเชื่อถือของบริการ และการได้รับข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของสินค้าหรือบริการ จะนำไปสู่การยอมรับ รวมถึงมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการนั้น โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ เสาวณิต อุดมเวชสกุล. (2557) พบว่า การประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดผู้บริโภค และการส่งเสริมการตลาดมีผลในทางบวกต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ m-banking Application การประชาสัมพันธ์ถึงระบบรักษาความปลอดภัยของบริการ หรือการใช้ดารานักแสดงที่ชื่นชอบในการ โฆษณา จะทำให้ผู้บริโภคเปิดใจรับข้อมูลข่าวสารจนเกิดความรู้ ความเข้าใจ นำไปสู่ความรู้สึกเชื่อมั่นในบริการ

**สมมติฐานข้อที่ 8** ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.00) สองตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (สมุนทิพย์ จิตสว่าง, 2553)

**สมมติฐานข้อที่ 9** จากการทดสอบสมมติฐานโดย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการรับรู้การตระหนักรู้ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

### 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมานั้น ผู้ประกอบการในส่วนของธนาคารรัฐบาลและธนาคารพาณิชย์ ควรนำผลการวิจัยนี้ไปวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง

5.3.1 ปัจจัยด้านความไว้วางใจในรัฐบาล ผู้รับผิดชอบระบบควรมุ่งเน้นพัฒนาระบบพร้อมเพย์ ให้เป็นระบบธุรกรรมการเงินของชาติที่รัฐบาลทุกสมัยจะต้องให้การดูแล ควบคุมให้เป็นระบบกลางที่มั่นคง ปลอดภัย มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ไม่เกิดปัญหาเครือข่ายขัดข้อง หรือ การโจรกรรมข้อมูล ภาครัฐมีความซื่อสัตย์ และไว้วางใจได้ สามารถดูแลผลประโยชน์ของประชาชน

5.3.2 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการพร้อมเพย์ โดยนักการตลาดควรออกแบบโฆษณาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่ม เช่น ความต้องการทางด้านความปลอดภัยในระบบบริการพร้อมเพย์ ความต้องการด้านความคุ้มค่า อัตราค่าบริการถูก ความต้องการด้านอิทธิพลทางสังคม การบริการสามารถตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของคนในยุคปัจจุบัน

รวมถึงควรมีการจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งทางออฟไลน์และออนไลน์ เลือกใช้ฟรีเซนต์หรือ แบนด์แอมบาสเดอร์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มครอบครัววัยการใช้งานโฆษณาในด้านความปลอดภัยของระบบบริการพร้อมเพย์และความคุ้มค่า หรือกลุ่มเพื่อน วัยรุ่น วัยทำงาน การโฆษณาก็จะกำหนดรูปแบบที่เน้นความสัมพันธ์ในสังคมวัยรุ่นสมัยใหม่ ในลักษณะที่แสดงความสุขสนานเฮฮา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการด้านสังคม เนื่องจากอิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการตัดสินใจ หากมีเพื่อนหรือคนรอบข้างใช้บริการพร้อมเพย์ ก็จะตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วย

5.3.3 ปัจจัยด้านคุณค่าด้านราคา เป็นจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของระบบบริการพร้อมเพย์ เนื่องจากบริการพร้อมเพย์ มีอัตราค่าบริการที่ถูกกว่าบริการธุรกรรมการเงินรูปแบบอื่น เช่น ถ้ามีการโอนข้ามเขตไม่เกิน 5,000 บาท จะไม่คิดค่าบริการ หรืออัตราค่าธรรมเนียม 10 บาท ต่อการโอนเงินไม่เกิน 2 แสนบาท นอกจากนี้ยังควรต่อยอดระบบบริการพร้อมเพย์ ให้เป็น National Payment อย่างครอบคลุมการบริการ เช่น สามารถใช้จ่ายค่าประกันสุขภาพพื้นฐาน พรบ. การจ่ายค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษี บริษัท ภาษีอากรแสดมป์ ภาษีเงินได้ การจ่ายค่าปรับ และการรับเงินค่ารักษาพยาบาลหรือประกันสังคมจากภาครัฐ การชำระเงินเบ็ดเตล็ด และชำระค่าบัตรเครดิต เพียงแค่บอกเลขบัตรประชาชนก็สามารถชำระเงินได้ โดยไม่ต้องพกใบเสร็จ สามารถให้ประชาชนเขียนเรื่องราวร้องทุกข์ นำเสนอนโยบายต่างๆ เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน หรือมีการจัดทำบัตรเครดิตของภาครัฐ เพื่อสามารถตรวจสอบเรื่องค่าใช้จ่าย การกำหนดวงเงินต่าง ๆ หรือปล่อยวงเงินให้แก่เกษตรกร และบุคคลรายได้ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ และดูแลเรื่องการลดภาวะหนี้เสีย (Non-performing Loan หรือ NPL) และได้รายได้พิเศษจากการเก็บดอกเบี้ยชำระสินค้า หรือบัตรเครดิต เป็นรายได้ช่องทางของประเทศ

## 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 งานวิจัยในอนาคตนักวิจัยสามารถเก็บข้อมูลกับประชาชนในจังหวัดอื่นของประเทศไทย เนื่องจากระบบบริการพร้อมเพย์ เป็นระบบปฏิบัติการทางธุรกรรมการเงินแห่งชาติ ที่ภาครัฐให้การสนับสนุนและผลักดันให้คนไทยทุกคนหันมาใช้บริการพร้อมเพย์

5.4.2 นักวิจัยควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม เพื่อให้พบปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ใช้บริการพร้อมเพย์ หรือธุรกรรมการเงินออนไลน์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และสามารถ

ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้นในอนาคต

5.4.3 นักวิจัยสามารถศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินออนไลน์ของแต่ละช่วงวัย เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในปี 2564 โดยมีประชากรผู้สูงอายุ 20% ของประชากรทั้งหมด (ปรเมธี วิมลศิริ , 2560) การทำวิจัยในกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้นักการตลาดวางแผนและปรับตัวในด้านธุรกิจกับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีขนาดและกำลังซื้อสูง ตลอดจนศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินของผู้สูงอายุ



## บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2560). รายงานสถิติจำนวนประชากรและบ้าน. สืบค้นจาก <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showDistrictData.php?rcode=10&statType=1&year=59>.
- กระทรวงการคลัง. (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ *National e-Payment Master Plan*. สืบค้นจาก <http://www.epayment.go.th/home/app/project-strategy>.
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2560). พิมพ์เขียว *Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน*. สืบค้นจาก <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>.
- กองศึกษาวิจัยทางยุทธศาสตร์และความมั่นคงฯ. (2558). *เอกสารวิเคราะห์สถานการณ์ยุทธศาสตร์และความมั่นคง*. สืบค้นจาก [http://www.sscthailand.org/uploads\\_ssc/SSC%20Focus-%E0%B8%89.7.pdf](http://www.sscthailand.org/uploads_ssc/SSC%20Focus-%E0%B8%89.7.pdf).
- ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ. (2554). สืบค้นจาก [http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview\\_doc/econometrics\\_intro.ht](http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview_doc/econometrics_intro.ht).
- คณะทำงานโครงการ National e-Payment. (2559). *ขยายข่าว: พร้อมเพย์ PromptPay เงินดิจิทัล*. สืบค้นจาก <http://www.epayment.go.th/home/app/blog>.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมพ์สิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล: คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/spss/>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *บริการพร้อมเพย์ พร้อมใช้*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PSServices/PromptPay/Pages/default.aspx>.
- นภัสสร จิระอุดมรัตน์ และเพ็ญจิรา คันธวงค์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติและนานาชาติ*. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นัยนา แสงเขียว และเพ็ญจิรา คันธวงค์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการความตั้งใจที่จะใช้ บัตรเครดิตอย่างต่อเนื่องของของลูกค้าธนาคาร A ในเขตลาดพร้าว จังหวัดกรุงเทพมหานคร. *การประชุมวิชาการระดับชาติปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 5*. กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.



- ปรเมธี วิมลศิริ. (2560). ปี 64 สังคมสูงวัยสมบูรณ์แบบ ดันแผนประชากรเพื่อพัฒนาประเทศ 20 ปี. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/956700>.
- พรชัย ฐีระเวช. (2560). *พร้อมเพย์ จีคอร์ดขึ้นสำคัญใน Thailand 4.0*. สืบค้นจาก <http://www.forbesthailand.com/commentaries-detail.php?did=1637>.
- สุนนทิพย์ จิตสว่าง. (2553). *สถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์. คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. สืบค้นจาก <http://www.polsci.chula.ac.th/sumonthip/stat-coursesallybus.htm>.
- เสาวนิต อุดมเวชกุล. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking Application*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2559ก). *ข้อมูลของท้องถิ่นเขตราชเทวีประจำเดือนพฤษภาคม*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/ratchathewi/page/sub/3280/สถิติจำนวนประชากร>.
- สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2559ข). *ข้อมูลของท้องถิ่นเขตดุสิต*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/dusit/page/sub/649/สถิติ>.
- Alafeef, M., Singh, D., & Ahmad, K. (2011). Influence of demographic factors on the adoption level of mobile banking applications in Jordan. *Res. J. Appl. Sci.* 6(6), 373–377.
- Alalwan, A.A., Yogesh, D., Rana, K., & Nripendra, P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
- Goncalo, B., & Tiago, O. (2017). Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services. *Internet Research*, 27(1), 118-139.
- Bauer, R.A. (1960). Consumer Behavior as Risk Taking. In: Hancock, R.S., Ed., *Dynamic Marketing for a Changing World, Proceedings of the 43rd. Conference of the American Marketing Association*, 389-398.
- Carter, L., & Bélanger, F. (2005). The utilization of e-government services: Citizen trust, innovation and acceptance factors. *Information Systems Journal*, 15(1), 5e25.
- Cohen, J. (1962). The statistical power of abnormal-social psychological research: A review. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65(3), 145-153.

- Collinearity*. (2012). Retrieved from  
[www.nitiphong.com/paper\\_word/phd/Collinearity.doc](http://www.nitiphong.com/paper_word/phd/Collinearity.doc).
- Erdfelder, E., Faul, F., Buchner, A., & Lang, A.G. (2009). Statistical power analyses using G\*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behav Research Methods Instruments & Computers*, 41(1), 1149-1160.
- Government Digital Service. (2017). *Take and process payment*. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/govuk-pay/govuk-pay#how-govuk-pay-works>.
- Hamari, J., & Koivisto, J. (2015). Why do people use gamification services?. *International Journal of Information Management*, 35(4), 419-431.
- Interprofessional Education and Collaborative Practice. (2558). *วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง*. สืบค้นจาก <http://www.ipecp.ac.th/ipecp/cgi-binn/research/program/unit6/content3.htm>.
- Mazhar, F., Rizwan, M., Fiaz, U., Ishrat, S., Razzaq, M.S., & Khan, T.N. (2014). An investigation of factors affecting usage and adoption of internet & mobile banking in Pakistan. *Int. J. Account. Fin. Report*, 4(2), 478.
- Melissa Jun Rowley. (2016). *Cashless societies: The pros and cons*. Retrieved from <https://newsroom.cisco.com/featurecontent?type=webcontent&articleId=1750635>.
- Mehrad, D., & Mohammadi, S. (2016). Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran. *Telematics and Informatics*.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation: A guide for students and researchers*. London: Sage.
- Muhammad, Z.I., Lallmahomed, A., Lallmahomed, N., Lallmahomed, G.M. (2017). Factors influencing the adoption of e-Government services in Mauritius. *Telematics and Informatics*, 34(4), 57-72.
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2016). Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 20(2).
- Murathan, K., Ali, A., Gül, T., & Yudum, P. (2017). Adoption of e-government services in Turkey. *Computers in Human Behavior*, 66, 168-178.



- National card payment system. (2016). *MIR PAYMENT SYSTEM*. Retrieved from <http://www.nspk.ru/en/cards-mir/terms-and-tariffs-of-the-mir-payment-system/>.
- 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*. N.P.: Stamford.
- Shareef, M.A., Kumar, V., Kumar, U., & Dwivedi, Y.K. (2011). E-Government adoption model (GAM): differing service maturity levels. *Gov Inform Q*, 28(1), 17–35.
- Shaikh, A.A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: a literature review. *Telematics Inform*. 32, 129–142.
- United Nations Public Administration Network (UNPAN). (2014). *UN e-Government Survey 2014. E-Government for the Future We Want*. New York: UNPAN.
- Venkatesh, V., Morris, M.G., Hall, M., Davis, G.B., Davis, F.D., & Walton, S.M. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.



## ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย



NO.....

## แบบสอบถาม

**เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมแพทย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร**

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อธุรกิจสถาบันการเงิน ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย นางสาวพานิภค พันธุ์กำเนิด นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

**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

- |                                              |                                                  |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 2. อนุปริญญา/ ปวส.      |
| <input type="checkbox"/> 3. ปริญญาตรี        | <input type="checkbox"/> 4. ปริญญาโท             |
| <input type="checkbox"/> 5. ปริญญาเอก        | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

#### 5. รายได้ต่อเดือน

- |                                                           |                                                 |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 20,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 30,001 – 40,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 4. 40,001 – 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 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. นิสิต/ นักศึกษา             |
| <input type="checkbox"/> 5. แม่บ้าน/ พ่อบ้าน              | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....        |

#### 7. ท่านคิดว่าจะใช้บริการพร้อมเพย์กับธนาคารใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |                                              |                                           |                                        |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1). กรุงไทย         | <input type="checkbox"/> 2) กสิกรไทย      | <input type="checkbox"/> 3) ไทยพาณิชย์ |
| <input type="checkbox"/> 4). ทหารไทย         | <input type="checkbox"/> 5) กรุงศรีอยุธยา | <input type="checkbox"/> 6) ออมสิน     |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่นๆ ระบุ ..... |                                           |                                        |

#### 8. ข้อเสนอจากธนาคารข้อใดต่อไปนี้เป็นข้อเสนอที่ท่านสนใจมากที่สุด (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)

1. ธนาคารกรุงศรี พร้อมเพย์ออมทรัพย์ โอน-ถอนเงิน/สอบถามยอดฟรี และจ่ายบิล 5 บิล/ เดือน ฟรี
2. ธนาคารทหารไทย TMB All Free ผูก TMB พร้อมเพย์ รับเงินคืนเข้าบัญชี 100 บาท
3. ธนาคารกรุงไทย สมัครพร้อมเพย์ รับดอกเบี้ยออมทรัพย์โดนใจ สูง 1.15% ต่อปี นาน 6 เดือน
4. ธนาคารไทยพาณิชย์ โอนฟรีทุกรายการทั้งในและต่างประเทศระยะเวลา 1 ปี (สามารถยกเลิกบริการผ่าน ATM, SCB Easy App, SCB Easy Net ได้ทันที ไม่ต้องไปที่สาขา)
5. ธนาคารออมสินผู้ที่ใช้บริการ GSB พร้อมเพย์ จะได้รับยกเว้นค่าธรรมเนียม 2 ปี
6. ธนาคารกสิกรไทย ลงทะเบียนพร้อมเพย์ รับสิทธิพิเศษใช้บริการ SMS ชยันบอก ฟรี 3 เดือน
7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. โดยเฉลี่ยแล้ว คาดว่าท่านจะโอนเงินในลักษณะต่อไปนี้ (เลือกการโอนเงินที่บ่อยที่สุดของท่านเพียง 1 ข้อ)

1. โอนเงิน ไม่เกิน 5,000 บาท (ฟรีค่าธรรมเนียมการโอนเงินผ่าน พร้อมเพย์ / ไม่จำกัดจำนวนครั้ง)
2. มากกว่า 5,000 - 30,000 บาท (ค่าธรรมเนียมพร้อมเพย์ 2 บาท)
3. มากกว่า 30,000 - 100,000 บาท (ค่าธรรมเนียมพร้อมเพย์ 5 บาท)
4. มากกว่า 100,000 - 200,000 บาท (ค่าธรรมเนียมพร้อมเพย์ 10 บาท)
5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ปัญหาในการโอนเงินของท่านมีลักษณะใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1). ท่านเคยมีปัญหาเรื่องการล้มเลขบัญชีธนาคารตนเอง
- 2) ท่านไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคารเพื่อทำรายการโอนเงินด้วยตนเอง
- 3) ท่านมีปัญหาในเรื่องการโอนเงินข้ามเขต โอนเงินไปยังบัญชีธนาคารอื่น (เสียค่าธรรมเนียมแพง)
- 4) ท่านเคยมีปัญหาเรื่องการโอนเงินไม่เข้าบัญชีปลายทาง
- 5) บางธนาคารมีสาขาหรือตู้ให้บริการน้อยแห่ง ทำให้ท่านต้องเสียค่าธรรมเนียมทำธุรกรรมกับธนาคารอื่น
- 6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**คำชี้แจง:** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อ เพียงข้อละหนึ่งคำตอบ และโปรดทำให้ครบทุกข้อ

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (perceived usefulness)</b>						
1	บริการพร้อมเพย์อาจจะช่วยให้ธุรกรรมทางการเงินของคุณ สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม					
2	บริการพร้อมเพย์อาจจะมีประโยชน์อย่างมากต่อการทำธุรกรรมทางธนาคารของท่าน เช่น การรับ/โอนเงิน หรือการคืนภาษี					
3	ท่านคิดว่าบริการพร้อมเพย์ควรจะเป็น บริการรับ/โอนเงินมาตรฐานใหม่ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม (เช่น สามารถรับ /โอนเงิน ได้ทุกที่ เพียงแค่ทรานแซคเตอร์โทรศัพท์ หรือเลขบัตรประชาชน)					
4	บริการพร้อมเพย์ อาจจะทำให้ธุรกรรมทางการเงินของท่านเป็นเรื่องง่ายขึ้น และสะดวกกว่าบริการธนาคารรูปแบบอื่นๆ					
<b>ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (perceived ease of use)</b>						
1	การลงทะเบียนบริการ พร้อมเพย์ หรือการใช้บริการ พร้อมเพย์อาจจะเป็นเรื่องง่าย ไม่ยุ่งยาก และไม่ซับซ้อน					
2	การเรียนรู้ที่จะใช้งานบริการ พร้อมเพย์ อาจจะเป็นเรื่องง่าย					
3	เพียงแค่ว่าท่านรู้เลขบัตรประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ ท่านอาจจะสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทันที					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4	เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะเรียนรู้การใช้ บริการพร้อมแพทย์ จนเชี่ยวชาญ					
<b>อิทธิพลทางสังคม (social influence)</b>						
1	เพื่อนๆ แนะนำให้ท่านใช้บริการพร้อมแพทย์					
2	ญาติของท่าน แนะนำว่า บริการพร้อมแพทย์เป็นบริการที่มีประโยชน์					
3	คนรอบข้างท่าน คิดว่าบริการพร้อมแพทย์ อาจจะ เป็นบริการที่ดี					
4	คนในครอบครัวหรือเพื่อนๆของท่านใช้บริการพร้อมแพทย์					
<b>การรับรู้ถึงคุณค่าด้านราคา (price value)</b>						
1	บริการพร้อมแพทย์ ควรจะมีอัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล					
2	ท่านอาจจะรู้สึกคุ้มค่างับอัตราค่าบริการพร้อมแพทย์ ที่ท่านจ่ายไป					
3	บริการพร้อมแพทย์ ควรจะมีอัตราค่าบริการถูกกว่า บริการของธนาคารรูปแบบอื่นๆ เช่น ค่าโอนเงินข้ามเขตหรือต่างธนาคาร ไม่เกิน 5,000 บาท/รายการ จะไม่เสียค่าธรรมเนียมบริการ					
4	อัตราค่าบริการพร้อมแพทย์ ควรจะมีราคาที่เหมาะสม					
<b>ความไว้วางใจ (trust)</b>						
1	ท่านเชื่อมั่นในบริการพร้อมแพทย์ว่าอาจจะเป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2	ท่านไว้วางใจและเชื่อมั่นในบริการพร้อมเพย์ ว่า อาจจะมีการดูแลความปลอดภัยตั้งแต่ขั้นตอน การลงทะเบียนที่รัดกุม การพัฒนาระบบกลางที่ มั่นคงปลอดภัย					
3	ท่านมั่นใจว่าบริการพร้อมเพย์ อาจจะมีการ รองรับในด้านความปลอดภัย รวมถึงการดูแล ระบบสารสนเทศ (IT) และมีแผนรองรับกรณี ฉุกเฉิน					
4	หากเกิดปัญหาขณะใช้บริการ พร้อมเพย์ เช่น เครือข่ายล่ม หรือ การโจรกรรมข้อมูล ท่านมั่นใจว่าเทคโนโลยี และกฎหมายไทย อาจจะสามารถปกป้องท่านจากปัญหาได้					
<b>ความไว้วางใจในรัฐบาล (trust of the government)</b>						
1	ท่านอาจจะไว้วางใจในบริการ พร้อมเพย์ ที่อยู่ใน ความควบคุมดูแลของรัฐบาล					
2	หน่วยงานของภาครัฐอาจจะ ไว้วางใจได้และ สามารถกำกับดูแลให้ธุรกรรมการเงินออนไลน์ เป็นไปอย่างซื่อสัตย์					
3	ท่านเชื่อมั่นว่ารัฐบาลอาจจะ ปกป้องและพิทักษ์ สิทธิของท่าน รวมถึงดูแลให้ท่านได้รับ ผลประโยชน์สูงสุด					
4	ในความคิดเห็นของท่าน ท่านอาจจะมีความ ไว้วางใจในรัฐบาล และนโยบายด้านการเงินของ ภาครัฐ					



		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>การรับรู้การตระหนักรู้ (perceived awareness)</b>						
1	ท่านอาจจะทราบ หรือรู้จักบริการ พร้อมแพทย์					
2	ท่านอาจจะทราบถึงประโยชน์ของบริการพร้อมแพทย์					
3	ท่านอาจจะเคยได้รับข้อมูลหรือขั้นตอนการใช้บริการพร้อมแพทย์เช่น ใช้เบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือเลขประจำตัวประชาชนมาผูกบัญชีเงินฝากธนาคาร					
4	ท่านอาจจะเคยได้พบแคมเปญ / โฆษณาของรัฐบาลหรือธนาคาร ในการสนับสนุนให้ใช้บริการ พร้อมแพทย์ตามสื่อต่างๆ					
<b>การรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk)</b>						
1	อาจจะมีความเสี่ยงที่บุคคลอื่นอาจรู้ข้อมูลส่วนตัวของท่าน เมื่อท่านใช้บริการพร้อมแพทย์					
2	ท่านพบว่าอาจจะมีความเสี่ยงในการลงทะเบียนใช้ระบบพร้อมแพทย์กับทางธนาคาร					
3	ท่านพบว่าอาจจะมีความเสี่ยง เมื่อมีการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมแพทย์					
4	ท่านเชื่อว่าการใช้บริการพร้อมแพทย์ อาจจะมีความเสี่ยง					
<b>ความตั้งใจใช้บริการ (usage intention)</b>						
1	ท่านตั้งใจใช้บริการพร้อมแพทย์ในอนาคต					
2	ท่านคาดการณ์ว่าจะใช้บริการพร้อมแพทย์ในอนาคต					
3	ท่านอาจจะวางแผนที่จะใช้บริการ พร้อมแพทย์ในอนาคต					

		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4	ท่านควรจะใช้บริการ พร้อมเพย์					

คำชี้แจง: ขอให้ท่านแนะนำเพิ่มเติมสำหรับปัจจัยอื่น ๆ ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการ

พร้อมเพย์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

นางสาวพณิภัค พันธุ์กำเนิด

E-Mail: [jewel\\_lovable@hotmail.com](mailto:jewel_lovable@hotmail.com)

## ภาคผนวก ข จตหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

88 /261 Fuse sathron-taksin ถนนกรุงธนบุรี  
เขตคลองสาน แขวงบางลำพูล่าง กรุงเทพฯ 10600  
โทรศัพท์ 08-2727-4256 , 02-201-2792  
อีเมลแอดเดรส : jewel\_lovable@hotmail.com

วันที่ 3 เมษายน 2560

เรื่อง โคร้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์  
อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดิฉัน นางสาวพณิภัค พันธุ์กำเนิด นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
กำลังดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมแท็กซี่ของพนักงานใน  
กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉัน ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจนี้ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็นของ  
ท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ดิฉัน โคร้ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item  
Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย  
ผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่  
ไม่ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

	ด้วยความเคารพอย่างสูง
ลงชื่อ.....	ลงชื่อ.....
(ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์) ผู้เชี่ยวชาญ	(นางสาวพณิภัค พันธุ์กำเนิด) นักศึกษา

88 /261 Fuse sathron-taksin ถนนกรุงธนบุรี  
 เขตคลองสาน แขวงบางลำพูล่าง กรุงเทพฯ 10600  
 โทรศัพท์ 08-2727-4256, 02-201-2792  
 อีเมลแอดเดรส : jewel\_lovable@hotmail.com

วันที่ 1 เมษายน 2560

เรื่อง โคร้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณสุวลักษณ์ วงษ์สัจจนันท์  
 ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทย สาขาสะพานเหลือง กรุงเทพมหานคร

ดิฉัน นางสาวพณภักดิ์ พันธุ์กำเนิด นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
 กำลังดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานใน  
 กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉัน ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจนี้ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็นของ  
 ท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครธุรกิจนี้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ดิฉัน โคร้ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item  
 Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคร  
 ของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่มีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง  
 หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารรถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

<p>ลงชื่อ.....</p> <p>(คุณสุวลักษณ์ วงษ์สัจจนันท์) ผู้เชี่ยวชาญ</p>	<p>ลงชื่อ.....</p> <p>(นางสาวพณภักดิ์ พันธุ์กำเนิด) นักศึกษา</p>
-------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

88 /261 Fuse sathron-taksin ถนนกรุงธนบุรี  
 เขตคลองสาน แขวงบางลำพูล่าง กรุงเทพฯ 10600  
 โทรศัพท์ 08-2727-4256 , 02-201-2792  
 อีเมลแอดเดรส : jewel\_lovable@hotmail.com

วันที่ 3 เมษายน 2560

เรื่อง โคร่ขอความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
 (Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน คุณนพพร ภูมิวนิชกิจ  
 ผู้จัดการธนาคารออมสิน สาขาบางนา กรุงเทพมหานคร

ดิฉัน นางสาวพามิภัค พันธุ์กำเนิด นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
 กำลังดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการพร้อมเพย์ของพนักงานใน  
 กรุงเทพมหานคร เนื่องจากดิฉัน ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจนี้ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็นของ  
 ท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครธุรกิจนี้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ดิฉัน โคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item  
 Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคร  
 ของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีค่าเขียนที่ไม่ถูกต้อง  
 หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....  
 (คุณนพพร ภูมิวนิชกิจ)  
 ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ.....  
 (นางสาวพามิภัค พันธุ์กำเนิด)  
 นักศึกษา

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
perceived usefulness		การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ			
perceived usefulness  Mehrad, Daniel & Mohammadi, Shahriar (2016)	Mobile phone banking would make doing my banking faster.	บริการพร้อมเพย์ช่วยให้ธุรกรรมทางการเงินของคุณ สะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม (มีการปรับเนื้อหาให้เข้ากับบริการพร้อมเพย์)			
	Mobile phone banking would be useful for doing my banking.	บริการพร้อมเพย์ มีประโยชน์อย่างมากต่อการทำธุรกรรมทางธนาคารของท่าน เช่น การรับ/โอนเงิน หรือ การคืนภาษี (มีการปรับเนื้อหาให้เข้ากับบริการพร้อมเพย์)			
	I think that using mobile phone banking would improve the way in which I do my banking.	ท่านคิดว่าบริการพร้อมเพย์คือบริการรับ /โอนเงินมาตรฐานใหม่ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม (เช่น สามารถรับ /โอนเงิน ได้ทุกที่ เพียงแค่ทราบ เบอร์โทรศัพท์ หรือเลข บัตรประชาชน) (มีการปรับเนื้อหาให้เข้ากับบริการพร้อมเพย์)			
	Mobile phone banking would	บริการพร้อมเพย์ ทำให้ธุรกรรมทางการเงินของ			

	make doing my banking easier.	ท่านเป็นเรื่องง่ายขึ้น และสะดวกกว่าบริการธนาคารรูปแบบอื่นๆ (มีการปรับเนื้อหาให้เข้ากับบริการพร้อมเพย์)			
perceived ease of use		การรับรู้ความง่ายในการใช้บริการ			
Mehrad, Daniel & Mohammadi, Shahriar (2016)	The interaction with mobile financial services is clear and understandable.	การลงทะเบียนบริการพร้อมเพย์ หรือการใช้บริการ พร้อมเพย์เป็นเรื่องง่าย ไม่ยุ่งยาก และไม่ซับซ้อน			
	Learning to use mobile phone banking would be easy.	การเรียนรู้ที่จะใช้งานบริการ พร้อมเพย์ เป็นเรื่องง่าย			
	I find it easy to get mobile financial service to do what I want it to do.	เพียงแค่ท่านรู้เลขบัตรประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ ท่านก็สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทันที			
	I think it would be simple for me to become skilled at using mobile phone banking.	เป็นเรื่องง่ายที่จะเรียนรู้การใช้บริการพร้อมเพย์ จนเชี่ยวชาญ			
social influence		อิทธิพลทางสังคม			
social influence	People who are important to me	เพื่อนๆ แนะนำให้ท่านใช้บริการพร้อมเพย์			



	would recommend using mobile payment services				
Baptista, Goncalo Oliveira, Tiago 2017	People who are important to me would find using mobile payment services beneficial	ญาติของท่าน แนะนำว่า บริการพร้อมเพย์ เป็นบริการที่มีประโยชน์			
	People who are important to me would find using mobile payment services a good idea	คนรอบข้างท่าน คิดว่า บริการพร้อมเพย์ เป็นบริการที่ดี			
	More people around me use mobile banking services	คนในครอบครัวหรือเพื่อนๆของท่านใช้ บริการพร้อมเพย์			



Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
price value		การรับรู้ถึงคุณค่าด้านราคา			
price value  Baptista, Goncalo Oliveira, Tiago 2017	Mobile banking services are reasonably priced	บริการพร้อมเพย์ มีอัตราค่าบริการที่สมเหตุสมผล			
	Mobile banking services are reasonably priced comparing with other banking channels	บริการพร้อมเพย์ มีอัตราค่าบริการถูกกว่าบริการของธนาคารรูปแบบอื่นๆ เช่น ค่าโอนเงินข้ามเขตหรือต่างธนาคาร ไม่เกิน 5,000 บาท/รายการ จะไม่เสียค่าธรรมเนียมบริการ			
	Mobile banking services are a good value for the money	ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับอัตราค่าบริการพร้อมเพย์ที่ท่านจ่ายไป			
	At the current price, mobile banking services provide a good value	อัตราค่าบริการพร้อมเพย์ มีราคาที่เหมาะสม			
trust		ความไว้วางใจ			
trust  Alalwan, Ali Abdallah	I believe that Mobile banking is trustworthy.	ท่านเชื่อมั่นใน บริการพร้อมเพย์ ว่าเป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูง ตามมาตรฐานสากล และอยู่ภายใต้การกำกับ			

Dwivedi, Yogesh K. Rana, Nripendra		ดูแลของธนาคารแห่ง ประเทศไทย (มีการปรับเนื้อหาให้เข้า กับบริการพร้อมเพย์)			
P. 2017	I trust in Mobile banking.	ท่านไว้วางใจและเชื่อมั่น ในบริการ พร้อมเพย์ ว่า มีการดูแลความ ปลอดภัยตั้งแต่ขั้นตอน การลงทะเบียนที่รัดกุม การพัฒนาระบบกลางที่ มั่นคง ปลอดภัย (มีการปรับเนื้อหาให้เข้า กับบริการพร้อมเพย์)			
	I do not doubt the honesty of Mobile banking.	ท่านมั่นใจว่า บริการ พร้อมเพย์ ได้มีการ รองรับในด้านความ ปลอดภัย (security) รวมถึงการดูแลระบบ สารสนเทศ (IT) และมี แผนรองรับกรณีฉุกเฉิน (มีการปรับเนื้อหาให้เข้า กับบริการพร้อมเพย์)			
	I feel assured that legal and technological structures adequately protect me from problems on Mobile banking.	หากเกิดปัญหาขณะใช้ บริการ พร้อมเพย์ เช่น เครือข่ายล่ม หรือ การ โจรกรรมข้อมูล ท่าน มั่นใจว่าเทคโนโลยี และ กฎหมายไทย จะ สามารถปกป้องท่านจาก ปัญหาได้			

		(มีการปรับเนื้อหาให้เข้ากับบริการพร้อมเพย์)			
trust of the government		ความไว้วางใจในรัฐบาล			
trust of the government	I think I can trust government agencies.	ท่านไว้วางใจในบริการพร้อมเพย์ ที่อยู่ในความควบคุมดูแลของรัฐบาล			
Kurfalı, Murathan Arifoğlu, Ali Tokdemir, Gül	Government agencies can be trusted to carry out online transactions faithfully.	หน่วยงานของภาครัฐไว้วางใจได้และสามารถกำกับดูแลให้ธุรกรรมการเงินออนไลน์เป็นไปอย่างซื่อสัตย์			
Paçın, Yudum2017	I trust that government agencies keep my best interests in mind.	ท่านเชื่อมั่นว่ารัฐบาลจะปกป้องและพิทักษ์สิทธิของท่าน รวมถึงดูแลให้ท่านได้รับผลประโยชน์สูงสุด			
	In my opinion, government agencies are trustworthy.	ในความคิดเห็นของท่านท่านมีความไว้วางใจในรัฐบาล และนโยบายด้านการเงินของภาครัฐ			

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำจาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
perceived awareness		<b>การรับรู้การตระหนักรู้</b>			
Perceived awareness	I am aware of e-Government services in Mauritius	ท่านทราบ หรือรู้จัก บริการ พร้อมเพย์			
Muhammad Z.I.Lallmah	I know the benefits of using e-Government	ท่านทราบถึงประโยชน์ ของบริการพร้อมเพย์			
omed a, Naguib Lallmahomed b ,Gias M. Lallmahomed c 2017	I have gone through educational/training programs about the overall features of e-Government services.	ท่านได้รับข้อมูลหรือ ขั้นตอนการใช้บริการ พร้อมเพย์เช่น ใช้เบอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ เลขประจำตัวประชาชน มาผูกบัญชีเงินฝาก ธนาคาร			
	I have come across government campaigns/advertisements for using e-Government services in Mauritius.	ท่านได้พบแคมเปญ / โฆษณาของรัฐบาลหรือ ธนาคาร ในการ สนับสนุนให้ใช้บริการ พร้อมเพย์ตามสื่อต่างๆ			
perceived risk		<b>การรับรู้ความเสี่ยง</b>			
perceived risk Muñoz-	Other may know information about my online	มีความเสี่ยงที่บุคคลอื่น อาจรู้ข้อมูลส่วนตัวของท่าน เมื่อท่านใช้บริการ			

Leiva, F. Climent-	transactions if I use this app	พร้อมเพย์			
Climent, S. Liébana- Cabanillas, F. 2016	There is a significant risk when making my queries and my banking transactions through the mobile app	ท่านพบว่ามีความเสี่ยง ในการลงทะเบียนใช้ ระบบพร้อมเพย์กับทาง ธนาคาร (มีการปรับเนื้อหาให้เข้า กับบริการพร้อมเพย์)			
	There is a significant risk when making my queries and my banking transactions through the mobile app	ท่านพบว่ามีความเสี่ยง เมื่อมีการทำธุรกรรม การเงินผ่านระบบพร้อม เพย์			
	I believe that making queries and banking transaction with this app is a risky choice	ท่านเชื่อว่าการใช้บริการ พร้อมเพย์ มีความเสี่ยง			
<b>usage intention</b>		<b>ความตั้งใจใช้บริการ</b>			
usage intention	I intend to use e- government services in the future.	ท่านตั้งใจใช้บริการ พร้อมเพย์ในอนาคต			

Muhammad Z.I.Lallmahomed a, Naguib	I predict I would use e-government services in the future.	ท่านคาดการณ์ว่าจะใช้บริการพร้อมเพย์ในอนาคต			
Lallmahomed b, Gias M. Lallmahomed c	I plan to use e-government services in the future.	ท่านวางแผนที่จะใช้บริการ พร้อมเพย์ในอนาคต			
2017	I would use e-government websites	ท่านจะใช้บริการ พร้อมเพย์			

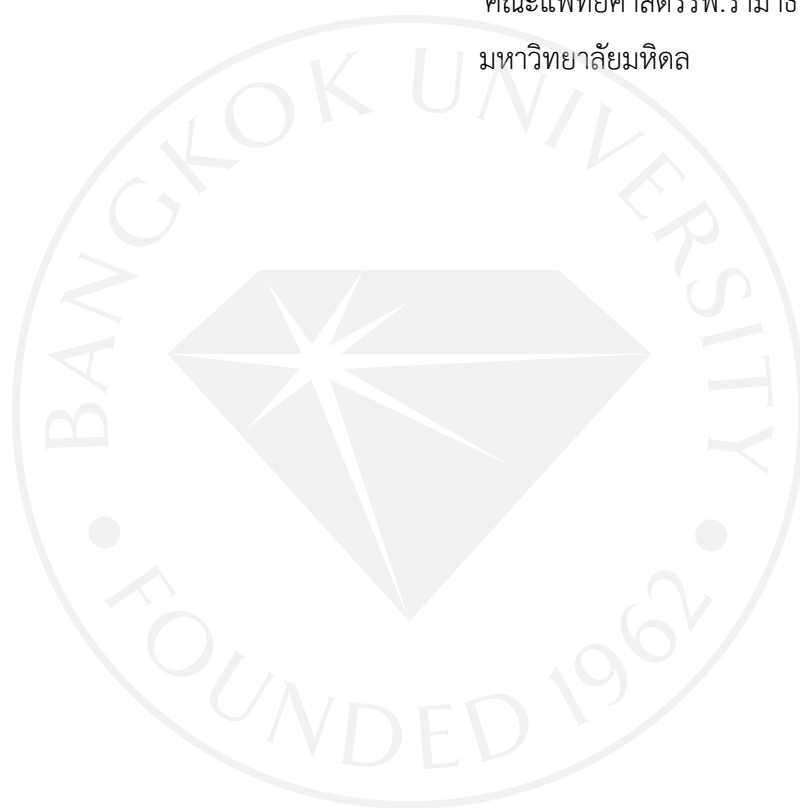
- Alalwan, A.A., Yogesh, D., Rana, K., & Nripendra, P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
- Goncalo, B., & Tiago, O. (2017). Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services. *Internet Research*, 27(1), 118-139.
- Muhammad, Z.I., Lallmahomed, A., Lallmahomed, N., Lallmahomed, G.M. (2017). Factors influencing the adoption of e-Government services in Mauritius. *Telematics and Informatics*, 34(4), 57-72.
- Kurfali, Murathan, Arifoğlu, Ali, Tokdemir, Gül, & Paçin, Yudum. (2017). Adoption of e- government services in Turkey. *Computers in Human Behavior*, 66, 168-178.
- Mehrad, D., & Mohammadi, S. (2016). Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran. *Telematics and Informatics*.
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2016). Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 20(2).

**ประวัติผู้เขียน****ชื่อ-สกุล**

พาณิชย์กัณฑ์ กำนัน

**อีเมล**

phaniphak.pank@bumail.net

**วุฒิการศึกษา**ปริญญาตรีภาควิชาพยาบาลศาสตร์  
คณะแพทยศาสตร์รพ.รามธิบดี  
มหาวิทยาลัยมหิดล



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 13 เดือน ส.ค. พ.ศ. 61

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ..... อยู่บ้านเลขที่ 88/261 condo Fuse

ซอย ..... ถนน กรุงเทพมหานคร ตำบล/แขวง บางลำภูล่าง

อำเภอ/เขต คลองสาน จังหวัด กทม. รหัสไปรษณีย์ 10600

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7580203946

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ" ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า "ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ" อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้

สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

งานที่สิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในภพใช้บริการพันธมิตร  
ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า "วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์")

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนด ระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไข อย่างไม่อย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น



สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....  
( ) ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

ลงชื่อ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์ อภิญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..... พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลีมลาลัย)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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