

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานใน  
กรุงเทพมหานคร

Factors Positively Impacting Intention of Using Electronic Cash Behavior of  
Employees in Bangkok



ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานใน  
กรุงเทพมหานคร

Factors Positively Impacting Intention of Using Electronic Cash Behavior of Employees  
in Bangkok



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2559



© 2560

ณัฐพงศ์ กรियाผล

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานใน  
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย ณิชฐพงศ์ กริยาผล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.เพ็ญจิรา คั่นวงค์)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.นิตนา ฐานิตธนกร)

(ดร.คั่นสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

11 พฤศจิกายน 2560

ณัฐพงศ์ กริยาผล. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พุศศจิกายน 2560, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานใน กรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนเมษายน 2560 (69 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร จำนวน 239 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุมากกว่า 41 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนรวม 25,001-50,000 บาท มีสถานภาพโสด รู้จักหรือเคยใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ 7-11 wallet มีเหตุผลที่จะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์คือไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร หรือท่านเดินทางบ่อย ซึ่งการใช้ Electronic Ccash ผ่าน Smartphone ทำให้สะดวกขึ้น และเคยเห็นโฆษณาของเงินอิเล็กทรอนิกส์จาก facebook / line / ig/ twitter และพบว่า มีเพียงปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.313 ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.289 และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์เท่ากับ 0.217 มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ถึงร้อยละ 49.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้จัดการด้านการตลาดควรวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งผลให้พนักงานเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้องและปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานได้

คำสำคัญ: เงินอิเล็กทรอนิกส์, ความตั้งใจในการใช้, บรรทัดฐานทางสังคม

Kariyapol, N. M.B.A., November 2017, Graduate School, Bangkok University.

Factors Positively Impacting Intention of Using Electronic Cash Behavior of Employees in Bangkok (69 pp.)

Advisor: Penjira Kanthawongs, Ph.D.

## ABSTRACT

The objective of this research was to study the perceived usefulness, perceived ease of use, compatibility, subjective norm, perceived risk, social value, perceived trust, and perceived cost towards intention of using the electronic cash of employees in Bangkok with 239 questionnaires. According to the Multiple Regression Analysis, it was found that the majority of the respondents were females, working as private company employees, and older than 41 years old with education in bachelor degrees, monthly income from 25,001 to 50,000 baht, singles. They knew or had used the electronic cash which was 7-11 wallet. The main reason to use the electronic cash because it could save their times to go to bank. In addition, they could manage their cash flow with smartphone for their convenience. They had seen many advertisings from facebook / line / ig / twitter. The data reveals perceived ease of use ( $\beta = 0.313$ ), compatibility ( $\beta = 0.289$ ) and subjective norm ( $\beta = 0.217$ ), explaining 49.3% of the positive influence towards intention of using electronic cash of employees in Bangkok with the significant level at .01. Therefore, entrepreneurs or marketers should plan and develop strategies for employee to towards intention of using electronic cash by considering perceived ease of use, compatibility and subjective norm.

*Keywords: Electronic Cash, Intention Behavior, Subjective Norm*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากหน่วยงาน องค์กร รวมถึงบุคคลต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

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

นายภครัฐวิสิทธิ์ สุทธาโรจนา ผู้อำนวยการธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่ และร้อยเอกหญิงชญาดา หนีपाल ตำแหน่ง senior general manager บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์พิจารณาข้อคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

คุณพ่อ คุณแม่ และ เพื่อน ๆ ที่ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในการทำงานวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จด้วยดี

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความกรุณา สละเวลา และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการศึกษาวิจัยนี้

คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษา หากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ณัฐพงศ์ กิริยาผล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	7
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.2 สมมติฐานการวิจัย	10
2.3 กรอบแนวคิด	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 การออกแบบงานวิจัย	12
3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง	12
3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย	13
3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหา และความเที่ยงตามโครงสร้าง	14
3.5 สถิติ และการวิเคราะห์ข้อมูล	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	18
4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร	18
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน	22
4.4 ผลการวิเคราะห์อื่น	25
4.5 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน	27
บทที่ 5 การอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม	29
5.2 การอภิปรายผล	30



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) การอภิปรายผล	
5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	33
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	34
บรรณานุกรม	35
ภาคผนวก	40
ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย	41
ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม	52
ประวัติผู้เขียน	69
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

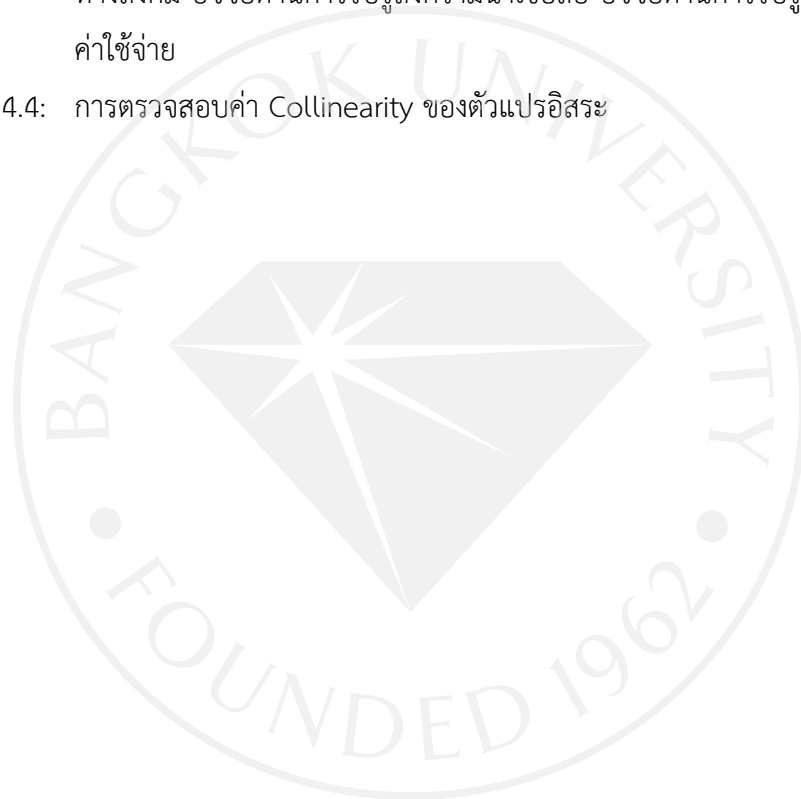


สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: การวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อนของระบบบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย	3
ตารางที่ 1.2: การวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อนของระบบบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ใน สาธารณรัฐประชาชนจีน	4
ตารางที่ 1.3: การวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อน ของระบบบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ใน สาธารณรัฐเกาหลีใต้	5
ตารางที่ 1.4: การวิเคราะห์ โอกาสและ อุปสรรคของระบบบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ของ สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลีใต้ และประเทศไทย	6
ตารางที่ 3.1: จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	13
ตารางที่ 3.2: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)	14
ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ $n = 239$	16
ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้าน การรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่า เชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใน การใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร	20
ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของความตั้งใจในการใช้ บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้าน บรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่า ทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึง ค่าใช้จ่าย	22

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย	23
ตารางที่ 4.4: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ	26



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิด	11
ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	28



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เงินอิเล็กทรอนิกส์ (หรือที่เป็นที่รู้จักในชื่อ Electronic Money หรือ e-money) คือการเชื่อมต่อระหว่างเงินจริงเข้ากับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์ไร้สาย อินเทอร์เน็ต บัตรพลาสติก ซึ่งแบ่งการใช้งานเป็น 2 ประเภท คือ การชำระเงินล่วงหน้า (Pre-paid) และชำระเงินหลังรับบริการ (Post-paid) ด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยถือเป็นนวัตกรรมทางการเงินอย่างหนึ่ง ที่มีการพัฒนาจากเงินสดที่ใช้กันปกติ มาเป็นบัตรแข็งหรือบัตรพลาสติก (ศูนย์คุ้มครองทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีเงินอิเล็กทรอนิกส์หลายรูปแบบ เช่น บัตรโดยสารรถไฟฟ้า บัตรซื้ออาหารในศูนย์อาหาร บัตรเติมเงินโทรศัพท์มือถือ บัตรเติมเงินซื้อชั่วโมงอินเทอร์เน็ต บัตรชมภาพยนตร์ กระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับข้อบ่งชี้ออนไลน์และการใช้จ่ายด้วยบัตรเครดิต โดยมีการใช้เทคโนโลยีที่เรียกว่า Radio Frequency Identification (RFID) และการสื่อสารในบริเวณใกล้เคียง Near Field Communication (NFC) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่รองรับในสมาร์ทโฟนหลายรุ่น โดยการชำระค่าสินค้านั้นต้องมีสมาร์ทโฟนที่รองรับระบบ NFC ได้ โดยมีการแตะหรือสัมผัสเพื่อชำระสินค้า (Hughes, 2017) ซึ่งการชำระเงินผ่านช่องทางของเงินอิเล็กทรอนิกส์นั้นสะท้อนถึงนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และการผลักดันเข้าสู่เป็นสังคมที่ไม่ใช้เงินสดของประเทศไทย (Cashless Society)

ในต่างประเทศ เช่น สาธารณรัฐอินเดียและสาธารณรัฐประชาชนจีน มีการคิดค้น และต่อยอดระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้สามารถครอบคลุมแม้ในพื้นที่ห่างไกล มีอัตราการใช้จ่ายเงินสดน้อยลง มีการบริหาร และจัดการเงินได้ดีขึ้น ลดความเสี่ยงในการครอบครองเงินสด สามารถตรวจสอบได้ง่ายขึ้น และลดความเสี่ยงจากการปัญหาเจ้าหน้าที่หรือนักการเมืองคอร์รัปชัน (บุญณมาศ วิจิตรกุลวงศา, 2560)

สำหรับสาธารณรัฐสิงคโปร์ และประเทศญี่ปุ่น นิยมใช้จ่ายผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยสถาบันการวิจัยแห่งญี่ปุ่น ได้ประมาณการณไว้ว่า ปัจจุบันมีคนไทยอย่างน้อย 15 ล้านคนที่ใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และในอนาคตอาจสูงถึง 40 ล้านคน หรือ 1 ใน 3 ของประชากรญี่ปุ่น นอกจากนี้จำนวนการทำธุรกรรมนั้นสูงถึง 15.8 ล้านครั้งต่อเดือน ในร้านสะดวกซื้อสามารถชำระด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึง ห้างสรรพสินค้า ร้านกาแฟ ร้านอาหาร และตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ โดยมีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ ถึง 40 % ในการชำระสินค้าทั่วไปของร้านสะดวกซื้อบางแห่ง (เศรษฐพงษ์ มະลิสสุวรรณ, 2555)

อีกประเทศที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด คือสาธารณรัฐประชาชนจีน มีการใช้งาน กระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์ในการดำรงชีวิต เช่น ซื้ออาหาร ขึ้นรถสาธารณะหรือรถรับจ้าง ทำธุรกรรมทางการเงิน โดยผ่านทาง Quick Response Code (QR Code) โดยส่งผลต่อประเทศไทยที่ต้องรองรับนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่มีอัตราการถือครองเงินสดลดน้อยลง โดยหันมาใช้จ่ายผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ไม่มีค่าใช้จ่ายในการแลกเปลี่ยนค่าเงินระหว่างประเทศ โดยสามารถใช้จ่ายเงินที่ผูกไว้ใน กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ถึงแม้จะเป็นสกุลหยวนก็สามารถซื้อสินค้า และสามารถใช้จ่ายได้ทุกที่ ที่มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (สุทธิชัย หยุ่น, 2560)

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2559) ประเทศไทยได้เตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ประชาชนหันมาใช้ธุรกรรมการเงินในช่องทางที่ทันสมัยเพิ่มมากขึ้น ตามนโยบาย National e-Payment ที่มีการสนับสนุนและ ส่งเสริมให้ร้านค้าจดทะเบียนให้เรียบร้อยที่กระทรวงพาณิชย์ มีอุปกรณ์รับชำระ Electronic Data Capture (EDC) ที่รองรับทุกบัตรเครดิต บัตรเครดิต บัตรวีซ่าและ Mastercard และ UnionPay รวมถึง Alipay และ Wechat ซึ่งเป็นบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของประเทศจีน เพื่อรองรับผู้บริโภคจากต่างประเทศ เช่น เกาหลี ญี่ปุ่นและจีน ที่หันมาใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต หรือ เงินอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสด ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) นอกจากนี้ภาครัฐยังได้มีความร่วมมือ ระหว่างระบบบริการพร้อมเพย์ กับ Standard QR Code เพื่อใช้รับ-ชำระเงินกับบริการและร้านค้าด้วย QR Code มาตรฐานเดียวกัน สามารถใช้ได้กับทุกธนาคาร รองรับบัตรเครดิต และ เงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการบูรณาการร่วมกัน

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อนของระบบบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ สาธารณรัฐประชาชนจีน เนื่องจากเป็นประเทศที่เป็นผู้นำด้านการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ และพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ของคนจีนส่งผลต่อประเทศไทยในภาคธุรกิจและการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจากจีนเดินทางมาเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ประชาชนส่วนใหญ่นิยมใช้จ่ายผ่านโทรศัพท์มือถือ รวมแล้วมากกว่าครึ่งหนึ่งของ Gross Domestic Product (GDP) หรือประมาณ 38 ล้านล้านหยวน (นิติการุณย์ มิ่งรุจิราลัย, 2560)

สาธารณรัฐเกาหลีใต้ มีการใช้ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven เป็นตัวผลักดันและสร้างความคุ้นเคยกับผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายจะเป็นร้านสะดวกซื้อรายแรกของโลกที่จะไม่จ้างพนักงานประจำร้าน เมื่อเปรียบเทียบกับโครงสร้างของประเทศไทยที่มีร้านสะดวกซื้อ 7-eleven กระจายอยู่ทุกที่เหมือนเกาหลีใต้ (ณัฐภรณ์ สงค์วิรุณ, 2560)

ดังนั้นจึงได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็งและ จุดอ่อนของระบบบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ทั้ง 2 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีนและสาธารณรัฐเกาหลีใต้ที่มีบริบทคล้ายคลึง และส่งผลต่อประเทศไทย

ตารางที่ 1.1: การวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อนของระบบบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศไทย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ทำธุรกรรมการเงินได้สะดวกรวดเร็ว สามารถตรวจสอบการรายการต่างๆ ได้</li> <li>• รัฐบาลไทยได้พิจารณา นโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 และสังคมไร้เงินสดว่าเป็นสิ่งพึงปฏิบัติ</li> <li>• มี Standard QR code เพื่อใช้รับ-ชำระเงินกับบริการที่ร้านค้าร่วมกับธนาคารต่างๆ ในทิศทางเดียวกัน</li> <li>• สามารถควบคุมการใช้จ่ายได้เพราะใช้ได้ไม่เกินมูลค่าเงินที่มีในบัตร</li> <li>• บริหารงานภายใต้กฎหมายและรัฐบาล</li> <li>• ด้านเศรษฐกิจสามารถใช้นโยบายนี้เป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศได้</li> <li>• ลดปัญหาธุรกรรมการเงินที่ไม่ถูกกฎหมาย</li> <li>• การเก็บนำข้อมูลที่ได้จากระบบไปช่วยในการวิเคราะห์และวางแผนในการพัฒนาเศรษฐกิจได้</li> <li>• สามารถตรวจสอบและนำเงินที่อยู่ภายนอกระบบกลับเข้ามาอยู่ในระบบอย่างถูกต้อง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• มีข้อตกลง ระเบียบในการให้บริการจากบริษัท</li> <li>• ชำระสินค้าหรือบริการ ได้เฉพาะร้านที่ร่วมรายการ</li> <li>• มีวันที่หมดอายุของบัตร</li> <li>• ยังไม่สามารถใช้งานข้ามเครือข่ายของแต่ละบริษัทที่ให้บริการได้</li> <li>• มีค่าใช้จ่ายแรกเริ่มสูง ในการวางระบบ</li> <li>• การดูแลระบบการให้บริการของแต่ละที่มีต้นทุนค่อนข้างสูง</li> <li>• มีข้อมูลที่ต้องการบริหารจัดการจำนวนมากในแต่ละวัน</li> <li>• หากเกิดปัญหา จะกระทบต่อความน่าเชื่อถือได้</li> <li>• การนำเงินเข้าระบบมีจำนวนน้อยหรืออยู่ในอัตราที่ต่ำ (ผู้เสียภาษีมีจำนวนน้อย)</li> <li>• ต้องหาทางควบคุมภาคเอกชนในเรื่องการออก เงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจส่งผลให้ปริมาณเงินในระบบเพิ่มมากเกินไปหากไม่มีมาตรการป้องกันที่ดี</li> </ul>

ที่มา: ธรรมรักษ์ หมื่นจักร์. (2544). *E-Moneyกับการดำเนินนโยบายการเงิน Electronic Money and Monetary Policy Implementation*. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/SymposiumDocument/2544\\_Paper7.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/SymposiumDocument/2544_Paper7.pdf).

ตารางที่ 1.2: การวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อนของระบบบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ในสาธาณรัฐประชาชนจีน

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ในชีวิตประจำวันทั่วไป เช่น สามารถใช้ได้จากร้านอาหารตามสั่ง ร้านหาบเร่แผงลอย ค้ารถรับจ้าง มีตราชั่งแบบใหม่ที่สามารถโชว์ข้อมูลของสินค้าที่จะซื้อ และมี QR code ปรากฏพร้อมที่จะ Scan ได้ทันที</li> <li>● สามารถลดต้นทุนและเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้แก่ร้านค้าพันธมิตรโดยการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์</li> <li>● การขยายตลาดสู่ต่างประเทศได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลจีน เช่น คนจีนมาเที่ยวไทยสามารถชำระด้วย Alipay ได้ทันที</li> <li>● 70% ของประชากรจีนนิยมใช้บริการ การเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์</li> <li>● ลดปัญหาเรื่องคอร์รัปชันโดยการใช้การชำระเงินในแบบดิจิทัลในทุกขั้นตอน</li> <li>● ประชาชนในประเทศเห็นถึงข้อดีของการเลือกใช้ เงินอิเล็กทรอนิกส์</li> <li>● ข้อมูลรายการต่างๆ สามารถช่วยลดความผิดพลาดได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การวางระบบ มีค่าใช้จ่ายแรกเริ่มสูง</li> <li>● ค่าบำรุงรักษาระบบสูง</li> <li>● หากเกิดปัญหา จะทำสูญเสียความน่าเชื่อถือ</li> <li>● หากต้องการเป็นผู้ให้บริการของหรือดำเนินการใดๆ ของเอกชนต้องผ่านการตรวจสอบจากธนาคารกลาง</li> <li>● หากโทรศัพท์มือถือหาย อาจจะทำให้สูญเสียข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลทางการเงินได้</li> </ul>

ที่มา: Super seeker. (2017). *Wechat pay Cashless Society*. Retrieved from <https://promotions.co.th/โปรโมชั่นอื่นๆ/investment/finance/online-payment/คนขับแท็กซี่ในจีน-99-มี-wechat-pay-cashless-so.html>.



ตารางที่ 1.3: การวิเคราะห์ จุดแข็งและ จุดอ่อน ของระบบบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในสาธาณรัฐ  
เกาหลีใต้

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> <li>● ผลิตเหรียญในอัตราที่น้อยลง</li> <li>● คนทั่วไปมีบัตรเครดิตถึง 1.9 บัตรต่อคน หรือเรียกได้ว่าชีวิตออนไลน์เต็มรูปแบบ</li> <li>● ประชาชนส่วนใหญ่เลือกใช้บริการทางการเงินจากหน่วยงานต่างๆ</li> <li>● ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ สูงถึง 80 %</li> <li>● รัฐบาลเกาหลีเค้าตั้งเป้าหมายในอีก 3 ปี ประเทศจะเข้าสู่สังคมไร้เงินสดแบบเต็มตัว</li> <li>● ช่วยลดปริมาณเศรษฐกิจนอกระบบ SME ที่ไม่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง</li> <li>● คนส่วนใหญ่มีความเข้าใจในเรื่อง เงิน อิเล็กทรอนิกส์</li> <li>● คนส่วนใหญ่มีความรู้ในเรื่อง เงิน อิเล็กทรอนิกส์</li> <li>● ข้อมูลรายการต่างๆ สามารถช่วยลดความผิดพลาดได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● การวางระบบมีค่าใช้จ่ายแรกเริ่มสูง</li> <li>● ค่าบำรุงรักษาระบบสูง</li> <li>● เรื่องความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งเป็น สิทธิส่วนบุคคลที่ภาครัฐต้องให้ความสำคัญในการป้องกันปัญหาการจารกรรมล้วงข้อมูล อันนำไปสู่ความเสียหายมหาศาลและอาจขยายไปสู่ความมั่นคงได้ในอนาคตด้วย</li> </ul>

ที่มา: ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. (2560). *เปิดม่านความคิด: เกาหลีใต้ตั้งเป้าชำระเงินแบบ electronic cash ก้าวสู่สังคมไร้เหรียญ*. สืบค้นจาก <http://www.mfa.go.th/business/th/articles/88/74207-เกาหลีใต้ตั้งเป้าชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์-ก้าวสู่.html>.

ตารางที่ 1.4: การวิเคราะห์ โอกาสและ อุปสรรคของระบบบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ของสาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐเกาหลีใต้ และประเทศไทย

โอกาส	อุปสรรค
<ul style="list-style-type: none"> <li>● สามารถตรวจสอบและเข้าถึงสวัสดิการจากภาครัฐได้สะดวกมากขึ้น</li> <li>● ลดต้นทุนจัดการเงินสด ทำธุรกิจได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น</li> <li>● กระบวนการจ่ายเงินสวัสดิการของภาครัฐสามารถตรวจสอบได้ในทุกขั้นตอน ทำให้มีความโปร่งใส</li> <li>● ช่วยลดปริมาณเศรษฐกิจนอกระบบ SME ที่ไม่มีการจดทะเบียนอย่างถูกต้อง</li> <li>● สามารถนำเงินไปพัฒนาระบบอื่นได้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการผลิตเหรียญ หรือ ธนบัตรน้อยลง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ระบบการชำระเงินมีโอกาสที่การชำระเงินไม่สำเร็จเสร็จสิ้นเนื่องจาก เครือข่ายการชำระเงินอาจทำงานผิดพลาดและเกิดความเสียหายได้จึงถือเป็นความเสี่ยง</li> <li>● ข้อมูลหรือรหัสต่างๆ อาจถูกโจรกรรมเพื่อเอาชื่อและหมายเลข รวมถึงรหัสการใช้งานไปใช้โดยที่เจ้าของไม่รู้ได้</li> </ul>

ที่มา: National E-Payment. (2560). *แผนการยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้าง*. สืบค้นจาก <http://www.epayment.go.th/home/app/project-strategy>.

ดังนั้น บัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือบัตรเงินสด และบริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบต่างๆ เป็นการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของทั่วไป ตลอดจนการทำธุรกิจ ที่ไม่ต้องพกเงินสด ดังนั้นจึงเป็นมูลเหตุที่ทำให้เกิดความสนใจและแรงผลักดันในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร”

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาอิทธิพลของเหตุผลเชิงบวกของปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เพื่อที่จะเข้าใจผู้บริโภค รวมถึงศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าจะส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้รู้และเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

1.3.2 ผลการวิจัยสามารถแนวทางให้แก่ผู้สนใจ และประยุกต์ใช้กับธุรกิจต่างๆ โดยเฉพาะการด้านตลาด อีกทั้งยังสามารถพัฒนาระบบบริการเงินธุรกรรมการเงินออนไลน์ ของเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ต้องใช้ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

1.3.3 เสริมความรู้ทางวิชาการให้เพิ่มขึ้น โดยใช้ผลการวิจัยในการนำไปประยุกต์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เช่น ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นแนวทางและเป็นต้นแบบสำหรับงานวิจัยในภายภาคหน้า

## บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม

### 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ Alavi & Henderson (1981) เสนอว่า เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาและการสร้างสรรค์นวัตกรรม แต่หากผู้ปฏิบัติไม่เห็นถึงความสำคัญนวัตกรรมนั้นก็จะได้ไม่ได้รับการยอมรับ สอดคล้องกับงานวิจัย Chu & Lu (2007) พบว่าผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับในการใช้ Twitter หรือ Facebook ก็ต่อเมื่อ มีรายได้จากการใช้งานระบบการเงิน และจะเกิดความรู้สึกเชิงบวกต่อการใช้บริการนั้น

ความง่ายต่อการใช้งานการใช้งาน Davis (1989) ได้เสนอว่า คือ ระบบควรจะง่ายและไม่ซับซ้อน ความสะดวกในระดับที่บุคคลนั้นๆ เชื่อว่าสามารถใช้งานได้โดยปราศจากความพยายาม ความง่ายต่อการใช้งานอาจเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ทำให้งานสำเร็จได้ไม่ยาก สอดคล้องกับงานวิจัย Yi, Jackson, Park & Probst (2006) จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ความเต็มใจของแต่ละบุคคลในการทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ กับอิทธิพลในการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่

ในด้านความสอดคล้อง Rogers (2003) เสนอว่า ระบบการชำระเงินเหมาะสมกับการใช้ชีวิต แสดงถึงการมีไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งาน มีผลกระทบทั้งทางตรงและกระทบทั้งทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินผ่าน Smart Phone สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต Phonthanakitithaworn, Sellitto & Fong (2016) เรื่องการตรวจสอบโทรศัพท์มือถือเพื่อการชำระเงิน (m-payment) บริการในประเทศไทย พบว่า ผู้บริโภคจะยอมรับการใช้ระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน โดยขึ้นอยู่กับ ความสอดคล้อง (Compatibility) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Trust) และการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

บรรทัดฐานทางสังคม Taylor & Todd (1995) ให้คำนิยาม บรรทัดฐานทางสังคมมีสิ่งที่สำคัญ ในเริ่มต้นของการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้ใช้มีข้อจำกัดด้านความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยี และจากการศึกษาของ Phonthanakitithaworn, et al. (2016) พบว่า บรรทัดฐานทางสังคม เกิดจากอิทธิพลของ บุคคลที่เคารพ บุคคลสำคัญ เพื่อน รวมถึงพ่อแม่ ตลอดจนคนที่ทำงานด้วยกัน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการ m-payment

ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม Kuo, Wu & Deng (2009) ได้เสนอว่า นอกเหนือจากปัจจัยด้านประโยชน์การใช้งานและปัจจัยด้านอารมณ์ ยังมีปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม เป็นตัวชี้วัดหลังจากเลือกซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ เนื่องจากการซื้อสินค้าเหล่านี้มีความหมายในชุมชนของผู้ซื้อ

ภาพลักษณ์ และความเป็นผู้นำกระแส

ด้านการรับรู้ความเสี่ยง Schierz, Schilke & Wirtz (2010) ปัจจัยที่สำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ คือ การรับรู้ความเสี่ยง หากผู้ใช้บริการพบว่า วิธีการชำระเงินแบบใหม่ ไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือผลกระทบ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยี และในด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ Chong, Chan & Ooi (2012) ได้เสนอว่า การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ คือปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกรรมออนไลน์ และพบว่า ความไม่น่าเชื่อถือในระบบ อาจสร้างผลเชิงลบ ต่อการนำรูปแบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้ รวมถึงบริการชำระเงินออนไลน์

ในด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย Luarn & Lin (2005) ได้เสนอว่า ยังมีผู้คนที่เชื่อว่าการจะใช้งานบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น โดยคิดเองว่าการใช้บริการที่มีความรวดเร็วและสะดวกสบายต้องแลกมาด้วยค่าธรรมเนียมกับค่าอุปกรณ์ราคาสูง และจากการศึกษาของ Venkatesh, Thong & Xu (2012) กล่าวว่า การกำหนดราคาที่ดีนั้นต้องทำความเข้าใจกับการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีและค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้งานของพวกเขา และเมื่อการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้นมีมากพอ จะทำให้ความรู้สึกถึงค่าใช้จ่ายลดระดับลง และมีผลให้มีการยอมรับในการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ ความตั้งใจในการใช้บริการ Venkatesh (2003) ได้ศึกษาและพัฒนาทฤษฎีเอกภาพของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) โดยโมเดลนี้ มีสมมติฐานว่าสี่โครงสร้างเป็นปัจจัยกำหนดความตั้งใจในการกระทำและพฤติกรรมการใช้เลือกใช้งานคือ อายุการใช้งาน ความพยายาม อำนาจทางสังคม และการอำนวยความสะดวกเงื่อนไข และจากการศึกษาของ Venkatesh, et al. (2012) ได้ศึกษาในเรื่องยอมรับ และการใช้เทคโนโลยีในบริบทของผู้บริโภค และได้เพิ่มโครงสร้างสามแบบ คือความชอบ, แรงจูงใจ, ราคาและนิสัยในการเปลี่ยนหลังจากการใช้งาน และแนะนำความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ความแตกต่างของแต่ละบุคคล (อายุเพศและประสบการณ์) ถูกตั้งสมมติฐานให้อยู่ในระดับปานกลางถึงผลกระทบจากสร้างความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษางานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องในอดีตของสุชาติา พิพัฒนธร และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย และ ปัจจัยบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการบัตรเครดิตในจังหวัดปทุมธานี

ส่วนงานของเกรียงไกร ทองพันธุ์ และเพ็ญจิรา คันธวงศ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของสวนประสมทางการตลาดคุณภาพการออกแบบสวนต่อประสานความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ ธนาคารบนมือถือของธนาคาร A พบว่า ความไว้วางใจ และคุณภาพการออกแบบสวนต่อประสานส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ ธนาคารบนมือถือของธนาคาร A

แต่เนื่องจากในปัจจุบัน ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้เปิดตัวบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างเป็นทางการใน 15 กันยายน 2560 ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า ปัจจัยที่ใช้ในงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในอดีต อาจจะไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน จึงได้นำงานวิจัยดังกล่าว มาใช้เป็นเพียงแนวทางและข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษา

## 2.2 สมมติฐานการวิจัย

2.2.1 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.3 ปัจจัยด้านความสอดคล้องมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.4 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.5 ปัจจัยด้านค่าทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.6 ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

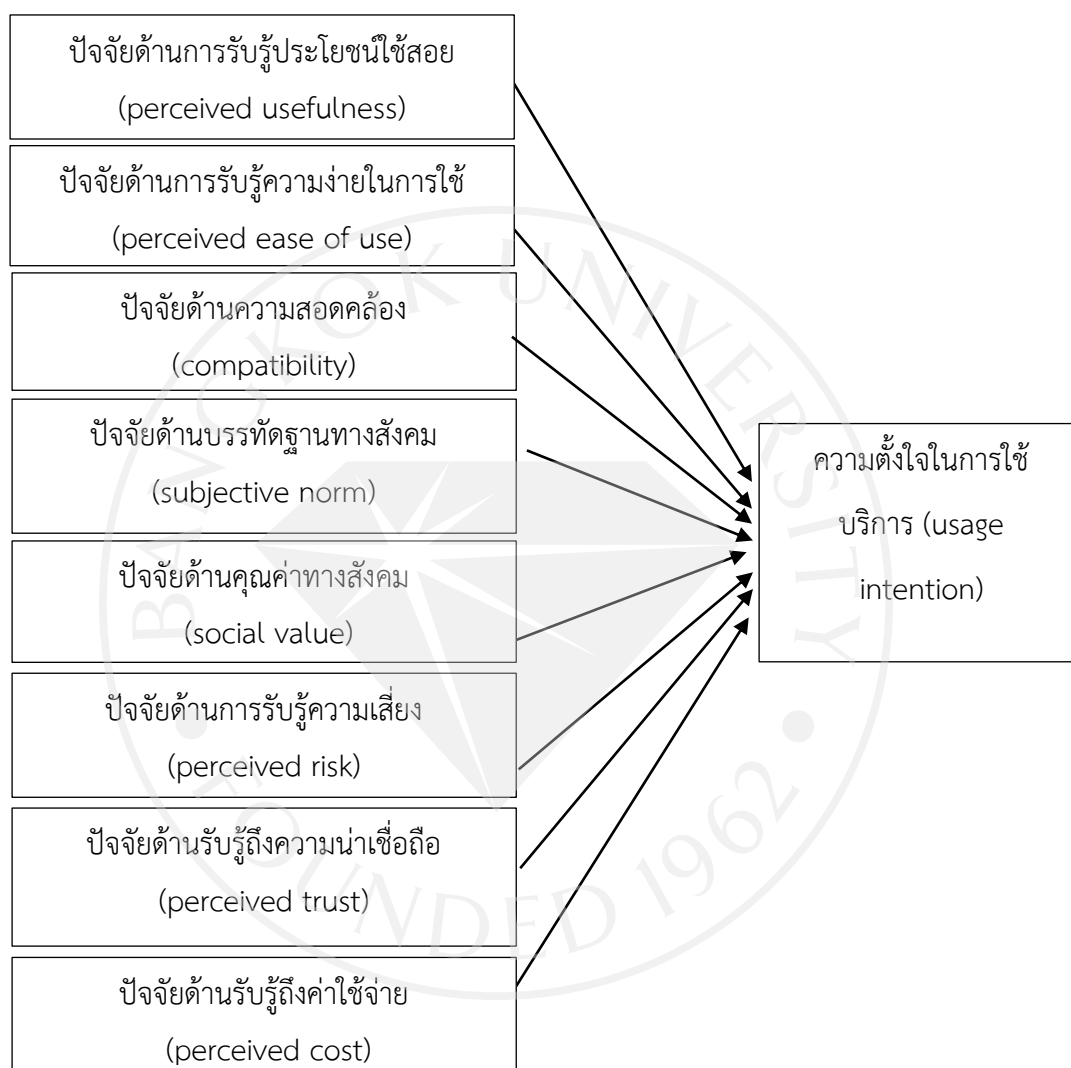
2.2.7 ปัจจัยด้านรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.8 ปัจจัยด้านรับรู้ถึงค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

2.2.9 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านรับรู้ถึงค่าใช้จ่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

## 2.3 กรอบแนวคิด

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิด



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

#### 3.1 การออกแบบงานวิจัย

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

#### 3.2 ประชากรและการเลือกตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานองค์กรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งระบบสถิติทางการทะเบียนระบุว่า มีจำนวนประชากร 5.6 ล้านคน กรมการปกครอง (2560) ผู้วิจัยวิจัยได้มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสำรวจ ในเดือนเมษายน 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 Power ( $1-\beta$ ) เท่ากับ 0.85 ค่า alpha เท่ากับ 0.15 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 8 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.523314 (ซึ่งคำนวณได้จากค่า Partial R<sup>2</sup> เท่ากับ 0.049729) ผลที่คำนวณได้คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่ต้องใช้ในการเก็บวิจัยครั้งนี้ อย่างน้อยเท่ากับ 239 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) จำนวน 2 เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการเลือกแบบกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กล่าวคือ ผู้ที่จะตอบแบบสอบถามต้องรู้จัก หรือเคยได้รับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) มาก่อนจึงจะสามารถตอบแบบสอบถามได้ (Inter professional Education and Collaborative Practice, 2015) ผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างดังนี้



ตารางที่ 3.1: จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เขต	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน
เขตยานนาวา	79,336	98	41.0
เขตสาทร	81,745	141	59.0
	161,081	239	100

ที่มา: สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2560ก). *ข้อมูลสถิติประชากรเขตยานนาวา*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/yannawa/page/sub/3142/ข้อมูลทั่วไปของเขต>.  
 สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2560ข). *ข้อมูลสถิติประชากรเขตสาทร*. สืบค้นจาก <http://www.bangkok.go.th/sathon/page/sub/4156/ข้อมูลทั่วไปของเขต>.

### 3.3 เครื่องมือสำหรับการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้สำหรับศึกษา คือ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ตรวจสอบคำถามที่อยู่ในแบบสอบถาม และหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามเพื่อพิจารณาว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจต่อคำถามในแบบสอบถามตรงกัน และมีเนื้อหาครบถ้วนที่จะใช้สอบถาม ทั้งนี้การดำเนินการในเรื่องดังกล่าวมีรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

**ส่วนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ท่านรู้จักหรือเคยใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ใดบ้าง ข้อเสนอจากบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ข้อใดเป็นข้อเสนอที่ท่านสนใจมากที่สุด ข้อใดคือเหตุผลที่ท่านจะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ท่านเคยเห็นโฆษณาของเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางใดบ้าง

**ส่วนที่ 2** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 3** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 4** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านความสอดคล้อง จำนวน 4 ข้อ

**ส่วนที่ 5** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม จำนวน 4 ข้อ

**ส่วนที่ 6** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม จำนวน 4 ข้อ

**ส่วนที่ 7** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 8** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ จำนวน 4 ข้อ

**ส่วนที่ 9** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย จำนวน 4 ข้อ

**ส่วนที่ 10** คำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน จำนวน 4 ข้อ

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

### 3.4 ความเชื่อมั่น ความตรงของเนื้อหาและความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง

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

1. นายภครัฐวิสัย สุทธาโรจนา ตำแหน่ง ผู้อำนวยการธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่
2. ร้อยเอกหญิงชญาดา หนีพาล ตำแหน่ง Senior General Manager บริษัท ซีพี ออลล์

จำกัด (มหาชน)

หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพิจารณาและตรวจจากอาจารย์ที่ปรึกษาในเรื่องการค้นคว้าอิสระและผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่าน มาทำการแก้ไขและปรับปรุงให้ถูกต้อง ก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 40 ชุด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.747-0.951 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ เนื่องจากค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978)

ตารางที่ 3.2: ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนของคำถาม	n = 40	n = 239
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (perceived usefulness)	.780	.838
ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ (perceived ease of use)	.744	.801
ปัจจัยด้านความสอดคล้อง (compatibility)	.852	.820
ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (subjective norm)	.895	.894

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient)

ส่วนของคำถาม	n = 40	n = 239
ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม (social value)	.951	.959
ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk)	.897	.894
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (perceived trust)	.886	.923
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (perceived cost)	.815	.835
<b>ตัวแปรตาม</b>		
ปัจจัยด้านตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (usage intention)	.847	.891

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้จัดทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วย Factor Analysis โดยผู้วิจัยได้พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของข้อคำถามต่าง ๆ ว่า มีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ก็จะจัดให้อยู่ในองค์ประกอบนั้น โดยแต่ละข้อคำถามควรมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป เพื่อแสดงว่าตัวแปรนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2548) โดยมีปัจจัยที่ใช้ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived Usefulness : PU) ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use: PE) ปัจจัยด้านความสอดคล้อง (Compatibility: COM) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm : SN) ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม (Social Value: SV) ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk : PR) ปัจจัยด้านรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Trust: PT) ปัจจัยด้านรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (perceived cost : PC) ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (usage intention : UI) ที่ n = 239

ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 239

	PU	PE	COM	SN	SV	PR	PT	PC	UI
PU1	.688								
PU2	.672								
PU3	.533								
PU4	.552								
PU5	.543								
PE1		.679							
PE2		.558							
PE3		.573							
PE4		.541							
PE5		.656							
COM1			.688						
COM2			.702						
COM3			.581						
COM4			.541						
SN1				.611					
SN2				.702					
SN3				.734					
SN4				.658					
SV1					.716				
SV2					.686				
SV3					.699				
SV4					.721				
PR1						.658			
PR2						.746			
PR3						.663			
PR4						.723			

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.3 (ต่อ): การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างด้วย Factor Analysis ที่ n = 239

	PU	PE	COM	SN	SV	PR	PT	PC	UI
PR5						.766			
PT1							.532		
PT2							.462		
PT3							.518		
PT4							.659		
PC1								.517	
PC2								.511	
PC3								.387	
PC4								.546	
UI1									.714
UI2									.648
UI3									.678
UI4									.518

### 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

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 239 ชุด และดำเนินการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) และความสอดคล้องกันในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.801 – 0.959 ดังตารางที่ 3.1 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์ เนื่องจากค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.65 (Nunnally, 1978) จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

#### 4.1 สรุปผลข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 41 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 118 คน (ร้อยละ 49.4) และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ซึ่งมีจำนวน 93 คน (ร้อยละ 38.9) โดยมีรายได้ต่อเดือนรวม 25,001-50,000 บาท ซึ่งมีจำนวน 78 คน (ร้อยละ 32.6) มีสถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 135 คน (ร้อยละ 56.5) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักหรือเคยใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ 7-11 wallet ซึ่งมีจำนวน 105 คน (ร้อยละ 17.30) รองลงมาคือ True Money Wallet ซึ่งมีจำนวน 96 คน (ร้อยละ 15.81) มีความสนใจในข้อเสนอจากบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ K\_WAVE ซึ่งมีจำนวน 57 คน (ร้อยละ 23.8) ต่ลงมาคือ AIS ซึ่งมีจำนวน 43 คน (ร้อยละ 18) มีเหตุผลที่จะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์คือไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร หรือทำนเดินทางบ่อย การใช้ electronic cash ผ่าน smartphone ทำให้สะดวกขึ้น ซึ่งมีจำนวน 164 คน (ร้อยละ 24.55) เคยเห็นโฆษณาของเงินอิเล็กทรอนิกส์จาก Facebook / LINE / IG/ Twitter ซึ่งมีจำนวน 142 คน (ร้อยละ 23.99) ถัดมาคือ สื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน 132 คน (ร้อยละ 22.3) ต่ลงมาคือ Website Online ซึ่งมีจำนวน 118 คน (ร้อยละ 19.93)

#### 4.2 ผลการศึกษาด้านตัวแปร

การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการ

รับรู้ถึงค่าใช้จ่าย ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานใน  
กรุงเทพมหานคร



ตารางที่ 4.1: การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ของ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้าน การรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจ ในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

Variable	Mean	S.D.	Cronbach's Alpha	(PU)	(PE)	(COM)	(SN)	(SV)	(PR)	(PT)	(PC)	(UI)
การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (PU)	3.87	.700	.838	1								
การรับรู้ความง่ายในการใช้ (PE)	3.83	.697	.801	.638**	1							
ความสอดคล้อง (COM)	3.59	.746	.820	.555**	.687**	1						
บรรทัดฐานทางสังคม (SN)	2.79	1.027	.894	.445**	.528**	.482**	1					
คุณค่าทางสังคม (SV)	2.72	1.060	.959	.490**	.373**	.486**	.688**	1				
การรับรู้ความเสี่ยง (PR)	4.01	.753	.894	.076	.050	-.019	-.020	-.077	1			
การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (PT)	3.15	.955	.923	.432**	.382**	.302**	.407**	.374**	-.010	1		
การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (PC)	3.98	.907	.835	.333**	.267**	.226**	.075	.165*	.232**	.283**	1	
ความตั้งใจในการใช้บริการ (UI)	3.5502	.858	.891	.425**	.611**	.609**	.528**	.435**	-.094	.298**	.183**	1





**สมมติฐานข้อที่ 7** ปัจจัยด้านรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.298) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

**สมมติฐานข้อที่ 8** ปัจจัยด้านรับรู้ถึงค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านรับรู้ถึงค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร (Pearson's Correlation เท่ากับ 0.183) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

#### 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานของแต่ละสมมติฐาน

ตารางที่ 4.2: ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ของความตั้งใจในการใช้บริการเงิน

อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	การถดถอย Regression	86.511	8	10.814	27.982	0.000 <sup>b</sup>
	ความคลาดเคลื่อน Residual	88.886	230	0.386		
	Total	175.397	238			

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ยืนยันว่าตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่ายมี

อิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากพบว่าค่า Sig. ของสมการมีค่าเท่ากับ 0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.3: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความตั้งใจในการใช้บริการเงิน

อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย

Dependent Variable : Usage Intention, $R = 0.702$ , $R^2 = 0.493$ , Constant(a) = - 0.851						
Independent Variables	$\beta$	Std Error	T	Sig	Tolerance	VIF
(Constant)		0.330	2.580	0.010		
ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (PU)	-0.062	0.083	-0.904	0.367	0.475	2.106
ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ (PE)	0.313**	0.094	4.082	0.000**	0.375	2.669
ปัจจัยด้านความสอดคล้อง (COM)	0.289**	0.061	4.163	0.000**	0.458	2.184
ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN)	0.217**	0.058	2.973	0.003**	0.414	2.413
ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม (SV)	0.043	0.056	0.608	0.544	0.431	2.319
ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (PR)	-0.105	0.050	-2.148	0.033	0.918	1.090

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย

Dependent Variable : Usage Intention , R = 0.702 , R <sup>2</sup> = 0.493 , Constant(a) = - 0.851						
Independent Variables	$\beta$	Std Error	T	Sig	Tolerance	VIF
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (PT)	-0.004	0.050	-0.076	0.940	0.717	1.395
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (PC)	0.057	0.050	1.071	0.285	0.787	1.270

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.3 สามารถอธิบายสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ (Sig = 0.000) ปัจจัยด้านความสอดคล้อง (Sig = 0.000) และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Sig = 0.003) โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Sig = 0.367) ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม (Sig = 0.544) ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (Sig = 0.033) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Sig = 0.940) และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (Sig = 0.285) ปัจจัยทั้ง 5 ตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าปัจจัยดังกล่าวไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้อย่างมีนัยสำคัญ

โดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจพยากรณ์ที่ดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ( $\beta$  = 0.313) (Sig = 0.000) ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ( $\beta$  = 0.289) (Sig = 0.000) และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ( $\beta$  = 0.217) (Sig = 0.003) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการ

เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานครต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) ได้ร้อยละ 49.3 และอีกร้อยละ 50.7 เกิดจากปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm .330$  ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอย ได้ดังนี้

$$Y (\text{ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์}) = (-0.885) + 0.313 (\text{การรับรู้ความง่ายในการใช้}) + 0.289 (\text{ความสอดคล้อง}) + 0.217 (\text{บรรทัดฐานทางสังคม})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า หากเพิ่มปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.313 หน่วย หากเพิ่มปัจจัยด้านความสอดคล้อง 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.289 หน่วย และหากเพิ่มปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.217 หน่วย

ตารางที่ 4.3 จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สามารถอธิบาย **สมมติฐานข้อที่ 9** ได้ว่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้องและปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือและปัจจัยด้านรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์อื่น

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

ในกรณีที่ขนาดของความสัมพันธ์มีค่าสูง (High Multicollinearity) จะทำให้ตัวคำนวณที่ได้มีค่าความเบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริง โดยปัญหาเรื่อง Multicollinearity นั้นมีสาเหตุมาจากขนาด (Degree) ของความสัมพันธ์ ถ้าขนาดความสัมพันธ์มีค่าน้อยก็จะถือว่าตัวคำนวณจะไม่เบี่ยงเบนไปจากค่าแท้จริงมากนัก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regressions 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 หากเกินกว่านี้แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง (Miles & Shevlin, 2001)

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

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.3 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.375 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 2.669 ซึ่งน้อยกว่า 4 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั่นเอง

ตารางที่ 4.4: การตรวจสอบค่า Collinearity ของตัวแปรอิสระ

Independent Variables	Tolerance	VIF
ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (PU)	0.475	2.106
ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้ (PE)	0.375	2.669
ปัจจัยด้านความสอดคล้อง (COM)	0.458	2.184
ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (SN)	0.414	2.413
ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม (SV)	0.431	2.319
ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (PR)	0.918	1.090
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (PT)	0.717	1.395
ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (PC)	0.787	1.270

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 4.4 พบว่า ค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.375 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 หรือถ้า VIF ที่มีค่ามากที่สุด คือ 2.669 ซึ่งน้อยกว่า 4 ดังนั้นแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multicollinearity นั่นเอง

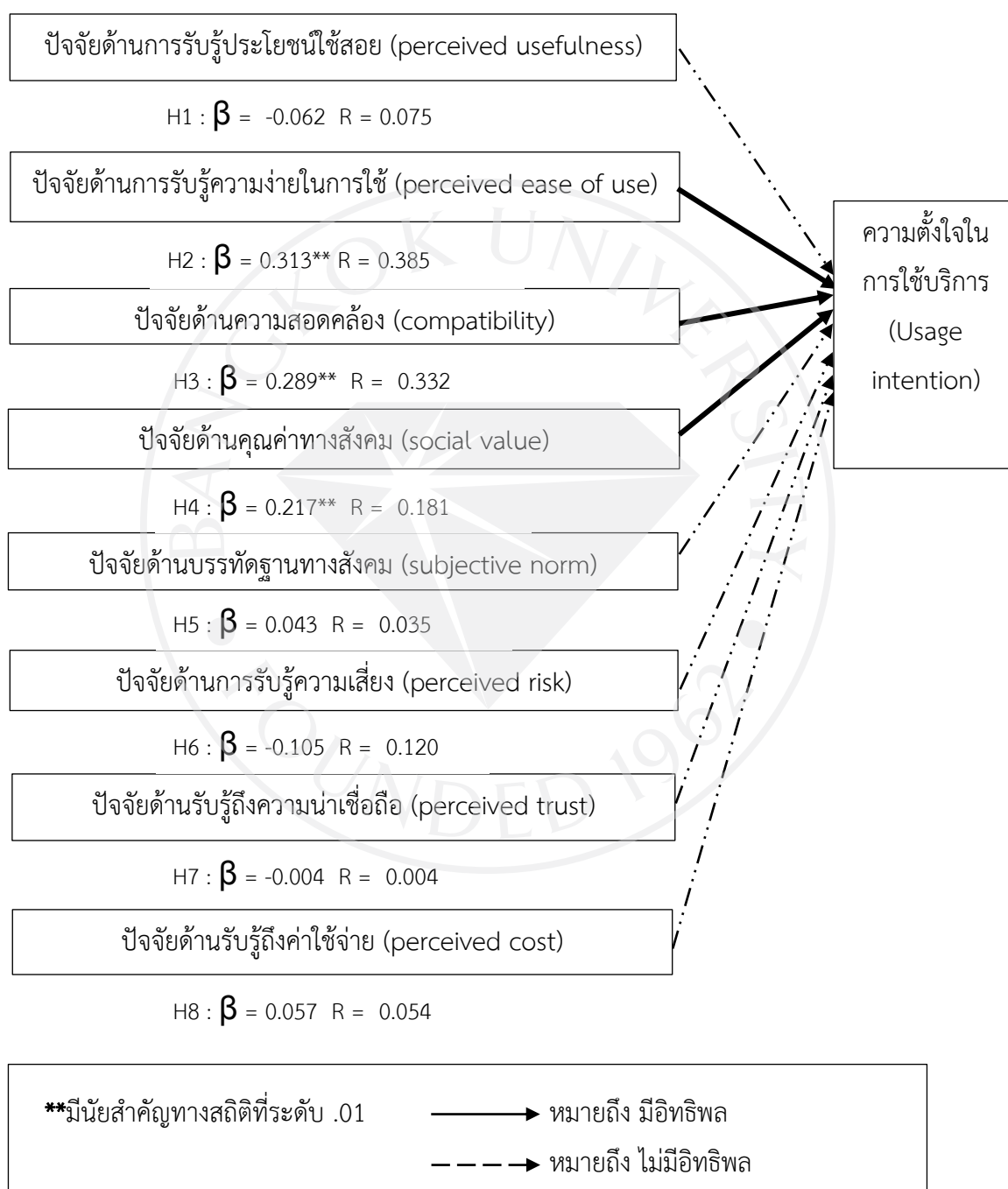
#### 4.5 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้องและปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือและปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1: ผลของการทดสอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

จากกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถสรุปผลการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ





## บทที่ 5 การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อหาปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Approach) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานองค์กร ที่เคยได้รับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และมีที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนเมษายน 2560 โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 239 คน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

### 5.1 สรุปผลการศึกษาภาพรวม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 41 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนรวม 25,001-50,000 บาท มีสถานภาพโสด รู้จักหรือเคยใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ 7-11 wallet มีเหตุผลที่จะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์คือไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร หรือทำนเดินทางบ่อย ซึ่งการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Smartphone ทำให้สะดวกขึ้น และเคยเห็นโฆษณาของเงินอิเล็กทรอนิกส์จาก Facebook / LINE / IG/ Twitter ผลการศึกษาและวิเคราะห์ตามสมมติฐาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน แต่มีเพียงปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) ( $\beta = 0.313$ ) ปัจจัยด้านความสอดคล้อง (Compatibility) ( $\beta = 0.289$ ) และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) ( $\beta = 0.217$ ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานครต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) ได้ร้อยละ 49.3 และอีกร้อยละ 50.7 เกิดจากปัจจัยด้านอื่นๆที่ไม่ได้นำมาศึกษา และมีความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่  $\pm .330$  ส่วนปัจจัยปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (Perceived Usefulness) ปัจจัยด้านคุณค่า

ทางสังคม (Social Value) ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Trust) และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (Perceived Cost) ปัจจัยทั้ง 5 ตัวแปรนี้ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ไม่เกิน 4 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity (Miles & Shevlin, 2001) ซึ่งผู้วิจัยสามารถสร้างสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$Y (\text{ความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์}) = (-0.885) + 0.313 (\text{การรับรู้ความง่ายในการใช้}) + 0.289 (\text{ความสอดคล้อง}) + 0.217 (\text{บรรทัดฐานทางสังคม})$$

## 5.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลเชิงบวกของปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอย ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ใช้สอยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น สะดวกในการใช้งาน ไม่ต้องพกเงินสด สามารถควบคุมและบริหารการเงินได้ดีขึ้น ทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่ายขึ้น โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Davis (1989) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ หมายถึง บริการพร้อมเพียรช่วยให้ผู้ใช้รู้สึกสะดวก รวดเร็วมีประโยชน์ในการรับโอนเงิน การได้คืนภาษี ใช้ข้อมูลในการรับโอนเงินน้อย มีค่าธรรมเนียมในการโอนน้อยหรือไม่เสียเงินเลย

**สมมติฐานข้อที่ 2** ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า

ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานเช่น สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือได้ ขั้นตอนการสมัครใช้งานไม่ยุ่งยาก โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Yi, et al. (2006) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องความเต็มใจของแต่ละบุคคลในการทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ กับอิทธิพลในการยอมรับเทคโนโลยี พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่

**สมมติฐานข้อที่ 3** ปัจจัยด้านความสอดคล้องมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านความสอดคล้องมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้รับรู้ถึงความสอดคล้อง เช่น ระบบการชำระเงินตอบสนองต่อการใช้ชีวิตในปัจจุบัน และแสดงถึงการมีไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งาน มีผลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Phonthanukitithaworn, et al. (2016) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องการตรวจสอบโทรศัพท์มือถือการชำระเงิน (m-payment) บริการในประเทศไทย พบว่า ผู้บริโภคจะยอมรับการใช้ระบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยขึ้นอยู่กับความสอดคล้อง (Compatibility) บรรทัดฐานทางสังคม (Subjective Norm) การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Trust) และการรับรู้ความเสี่ยง

**สมมติฐานข้อที่ 4** ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีระดับที่จะได้รับอิทธิพลจากทัศนคติของคนที่มีความสำคัญกับเขา เช่น พ่อ แม่ ญาติ เพื่อน โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงาน Phonthanukitithaworn, et al. (2016) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่องการตรวจสอบโทรศัพท์มือถือการชำระเงิน (m-payment) บริการในประเทศไทย พบว่า บรรทัดฐานทางสังคม เกิดจาก อิทธิพลของเพื่อนและบุคคลสำคัญ รวมถึงพ่อแม่และเพื่อนร่วมงาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคชาวไทยในการใช้บริการ m-payment

**สมมติฐานข้อที่ 5** ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้คุณค่าทางสังคมได้ เช่น การมีความหมายในชุมชน การที่เป็นผู้นำการใช้เทคโนโลยี โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Sheth, et al. (1991) ศึกษาวิจัยเรื่อง The role of perceived risk in พบว่า นอกเหนือจากปัจจัยด้านประโยชน์การใช้งานและปัจจัยด้านอารมณ์ ยังมีปัจจัยด้านคุณค่าทางสังคม ที่เกิดขึ้นหลังจากเลือกใช้บริการหรือบริการ เนื่องจากการซื้อสินค้าเหล่านี้มีความหมายในชุมชนของผู้ซื้อ ภาพลักษณ์ และความเป็นผู้นำกระแส

**สมมติฐานข้อที่ 6** ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ ผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ แต่มีความสัมพันธ์กันในเชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 (Pearson's Correlation เท่ากับ -0.094) จึงสรุปว่าไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Bauer (1967) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง Consumer Behavior as Risk Taking พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk) เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความรู้สึกไม่แน่นอนของผู้บริโภคกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกเชิงลบต่อการยอมรับเทคโนโลยี

**สมมติฐานข้อที่ 7** ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้ถึงความน่าเชื่อถือ เช่น ความไว้วางใจในผู้ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ การไว้วางใจระบบเครือข่ายการชำระเงิน การไว้วางใจในการปกป้องข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการเงินของผู้ให้บริการ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Chong, et al. (2012) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง Predicting consumer decisions to adopt mobile commerce: cross country empirical examination between China and Malaysia พบว่าการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ คือปัจจัยสำคัญ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้อินเทอร์เน็ตทำธุรกรรมออนไลน์ และพบว่า ความไม่น่าเชื่อถือในระบบ อาจสร้างผลเชิงลบ ต่อการนำรูปแบบการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงบริการชำระเงินออนไลน์

**สมมติฐานข้อที่ 8** ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับเปิดบัญชีใหม่ หรือค่าธรรมเนียมบริการต่างๆ โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Luarn & Lin (2005) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking พบว่ายังมีผู้คนที่เชื่อว่าการจะใช้งานบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายให้กับพวกเขาเอง โดยคิดกันเองว่าการให้บริการที่สะดวกสบายต้องแลกมาด้วยค่าธรรมเนียมที่สูงขึ้นกับค่าอุปกรณ์ต่างๆ ที่ต้องใช้งาน

**สมมติฐานข้อที่ 9** จากการทดสอบสมมติฐานโดย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ ปัจจัยด้านความสอดคล้องและปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานของ Venkatesh (2003) ซึ่งศึกษาวิจัยเรื่อง User acceptance of information technology: toward a unified view ได้ศึกษาและพัฒนาทฤษฎีเอกภาพของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) โดยโมเดลนี้ มีสมมติฐานว่าสี่โครงสร้างเป็นปัจจัยกำหนดความตั้งใจในการกระทำและพฤติกรรมการใช้เลือกใช้งานคือ อายุการใช้งาน, ความพยายาม, อิทธิพลทางสังคม และการอำนวยความสะดวก

### 5.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ

จากข้อมูลงานวิจัยที่กล่าวมานั้น ทั้งรัฐบาลและหน่วยงานเอกชน ควรนำผลการวิจัยนี้ไปวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง

5.3.1 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ คือต้องแสดงให้เห็นว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้ได้โดยง่าย และใช้ได้ทั่วไป เช่นการติดตั้งระบบรองรับการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้ทั่วทุกที่ และผู้ใช้งานใหม่สามารถเข้าถึงได้ไม่ยาก เช่นมีการแนะนำการติดตั้งโปรแกรม และการแนะนำการผูกบัญชีให้ใช้งานได้สะดวก อาจต้องใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ที่มากขึ้น และถ้าจะให้มีประสิทธิภาพ ควรจะให้โปรแกรมพื้นฐานของโทรศัพท์มือถือโปรแกรมเกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ติดตั้งจากโรงงาน ให้กับผู้ที่สนใจใช้บริการ

5.3.2 ด้านความสอดคล้องกับชีวิตประจำวัน เช่นการผลักดันให้ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ให้มีส่วนเกี่ยวข้องกันวิถีชีวิต เช่นการผลักดันการใช้งานระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปพร้อมๆ กับการผลักดันการใช้งานระบบพร้อมเพย์ ให้ทุกคนเข้ามาอยู่ในโครงการและจะทำให้เกิดสังคมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์

ที่มีประสิทธิภาพและตรวจสอบได้ และอาจส่งเสริมให้เข้ากับกิจกรรมที่ผู้คนสนใจเช่น การใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ซื้อบัตรชมภาพยนตร์แล้วได้โปรโมชั่นแถม ใช้การจ่ายเงินร้านสะดวกซื้อแล้วได้ส่วนลด การจ่ายค่าเช่าเพลิงรถยนต์แล้วได้คะแนนสะสม เป็นต้น หรือก็คือการสำรวจว่าผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าหรือบริการอะไรเป็นประจำ ก็ให้ทำการส่งเสริมการตลาดไปที่สินค้าหรือบริการเหล่านั้นเพื่อจูงใจนั่นเอง

5.3.3 ด้านบรรทัดฐานทางสังคม สำหรับชาวไทยที่มักจะมีการเลียนแบบพฤติกรรม ถ้าบุคคลรอบข้าง บุคคลที่น่าเชื่อถือ หรือผู้เชี่ยวชาญ สามารถใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเมื่อกลุ่มเพื่อนรวมตัวไปทานอาหารแล้วเพื่อนคนหนึ่งใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์จ่ายแล้วได้รับสิทธิประโยชน์มากขึ้นจากร้านจะทำให้เพื่อนคนนั้นได้รับคำชมจากคนรอบข้างได้ หรือสถานการณ์ที่หัวหน้าครอบครัวพาลูกไปเที่ยวแล้วได้มีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อชำระบริการต่างๆ จนได้ส่วนลดมากมายจะส่งผลให้เด็กได้เรียนรู้ประโยชน์ของบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นการจะส่งเสริมด้านนี้จึงควรจะทำให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ร่วมกับกิจกรรมที่มีเงื่อนไขแบบเป็นกลุ่ม เช่นทานอาหารมา 4 จ่าย 3 เป็นต้น

## 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 งานวิจัยในอนาคตนักวิจัยสามารถเก็บข้อมูลกับผู้บริโภคในหัวเมืองใหญ่ต่าง ๆ ของประเทศไทย หรือจังหวัดอื่นๆ เนื่องจากเงินอิเล็กทรอนิกส์เริ่มเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นและยังมีการผลักดันให้ใช้บริการมากขึ้นจากสถาบันการเงินต่างๆ

5.4.2 นักวิจัยควรเพิ่มข้อคำถามที่สามารถแยกกลุ่มคนที่ใช้งานกับคนที่ไม่เคยใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อที่จะสามารถอธิบายการพฤติกรรมของแต่ละกลุ่มได้ชัดเจนยิ่งขึ้น พร้อมทั้งแยกการวิเคราะห์หว่าคนที่ยังไม่เคยใช้งานจะมีความคิดอย่างไร กับคนที่ใช้งานหรือได้ลองใช้งานบ้างแล้วคิดอย่างไร เพื่อเป็นการสะท้อนพฤติกรรมของแต่ละกลุ่มได้ชัดเจนมากขึ้น

5.4.3 นักวิจัยสามารถศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจาก ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะประเทศจีน เข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก โดยมีอัตราการถือครองเงินสดลดน้อยลง และหันมาใช้จ่ายผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น E-wallet , Alipay มากขึ้น การทำวิจัยในกลุ่มภาคธุรกิจการท่องเที่ยวทำให้นักการตลาดวางแผนและปรับตัวในด้านเงินอิเล็กทรอนิกส์ กับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นำรายได้มาสู่ประเทศ ตลอดจนศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ การได้เปรียบทางการแข่งขัน การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยความคาดหวังต่อการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

## บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2560). *ระบบสถิติทางการทะเบียน*. สืบค้นจาก [http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php).
- เกรียงไกร ทองพันธุ์ และเพ็ญจิรา คันธวงศ. (2556). อิทธิพลของสวนประสมทางการตลาด คุณภาพการออกแบบสวนต่อประสาน และความไวใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ธนาคารผ่านมือถือ: กรณีศึกษาธนาคาร A. ใน *การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ครั้งที่ 3*. นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ความหมายขอบเขตและขั้นตอนการวิจัยทางเศรษฐมิติ. (2554). สืบค้นจาก [http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview\\_doc/econometrics\\_intro.htm](http://www.nidambe11.net/ekonomiz/eview_doc/econometrics_intro.htm).
- จารุณี โฉมงาม และเพ็ญจิรา คันธวงศ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการใช้ออปพลิเคชัน "ไลน์" ในการทำงานแบบมีนวัตกรรม ของคนวัยทำงานในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้ SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/spss/>.
- ณัฐภรณ์ สงค์วิรุณ. (2560). *สังคมไร้เงินสด! เซเวนเกาหลีนำร่องทดสอบระบบจ่ายเงินผ่าน 'ฝ่ามือ' แล้ว*. สืบค้นจาก <https://www.beartai.com/news/itnews/168939>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). *คนไทยใช้เงินสดกันน้อยลงอย่างต่อเนื่อง*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thai-e-payment-2016/>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *ความเสี่ยงในระบบการชำระเงิน*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Others/PaymentRisk/Pages/default.aspx>.
- ธรรมรักษ์ หมื่นจักร์. (2544). *E-Money กับการดำเนินนโยบายการเงิน Electronic Money and Monetary Policy Implementation*. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/SymposiumDocument/2544\\_Paper7.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/ArticleAndResearch/SymposiumDocument/2544_Paper7.pdf).
- นิติการุณย์ มิ่งรุจิราลัย. (2560). *สังคมไร้เงินสด*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1006935>.
- บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (2560). *WeCard Stream Garena Original*. สืบค้นจาก <http://www.truemoney.com/wecard/>.

- บุญณมาศ วิจิตรกุลวงศา. (2560). *เปิดตัวสมาคม TEPA ยกระดับเท่าระดับการชำระเงินออนไลน์*  
*เท่ามาตรฐานสากล*. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/content/1059732>.
- รัตมาวรรณ ละมัยเกศ และนิตนา ฐานิตธนกร. (2560). การรับรู้คุณค่าของ  
 ช่องทางออนไลน์และสังคมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำในเว็บไซต์ที่  
 ให้บริการรวมกลุ่มซื้อออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุม*  
*วิชาการระดับชาติปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 6*. กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ศูนย์คุ้มครองทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). *เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money)*.  
 สืบค้นจาก <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/payment/Pages/e-money.aspx>.
- ศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. (2560). *เปิดม่านความคิด: เกาหลีใต้ตั้งเป้า*  
*ชำระเงินแบบ electronic cash ก้าวสู่สังคมไร้เหรียญ*. สืบค้นจาก  
[http://www.mfa.go.th/business/th/articles/88/74207-เกาหลีใต้ตั้งเป้าชำระเงินแบบ](http://www.mfa.go.th/business/th/articles/88/74207-เกาหลีใต้ตั้งเป้าชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์-ก้าวสู่.html)  
*อิเล็กทรอนิกส์-ก้าวสู่.html*.
- เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2555). *อาร์เอฟไอดี & ทูตึบาร์โค้ด นวัตกรรมเปลี่ยนวิถีโลก (ภาค2)*.  
 สืบค้นจาก [https://kungsirikarn.wordpress.com/2008/08/27/อาร์เอฟไอดี-ทูตึบาร์โค้ด-](https://kungsirikarn.wordpress.com/2008/08/27/อาร์เอฟไอดี-ทูตึบาร์โค้ด-2)  
 2.
- สุชาดา พิพัฒน์ธร และเพ็ญจิรา คันธวงศ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของ  
 ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตใน จังหวัดปทุมธานี. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัย*  
*รังสิต, 28 เม.ย. 2560 (หน้า 1074-1085)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุทธิชัย หยุ่น. (2560). *จีนกำลังกลายเป็น Cashless society*. สืบค้นจาก  
<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641951>.
- สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2560ก). *ข้อมูลสถิติประชากรเขตยานนาวา*. สืบค้นจาก  
<http://www.bangkok.go.th/yannawa/page/sub/3142/ข้อมูลทั่วไปของเขต>.
- สถิติประชากรจากทะเบียนบ้าน. (2560ข). *ข้อมูลสถิติประชากรเขตสาทร*. สืบค้นจาก  
<http://www.bangkok.go.thsathon/page/sub/4156/ข้อมูลทั่วไปของเขต>.
- Alavi, M., & Henderson, J.C. (1981). An evolutionary strategy for implementing a  
 decision support system. *Management Science*, 27(11), 1309-1323.
- Bauer, R. (1967). *Consumer Behavior as Risk Taking*. MA: Harvard University,  
 Cambridge.



- Chong, A.Y.-L., Chan, F.T.S., & Ooi, K.-B. (2012). Predicting consumer decisions to adopt mobile commerce: cross country empirical examination between China and Malaysia. *Decision Support Systems*, 53(1), 34-43.
- Chu, C.-W., & Lu, H.-P. (2007). Factors influencing online music purchase intention in Taiwan: an empirical study based on the value-intention framework. *Internet Research*, 17(2), 139-155.
- 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).
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Erdfelder, E., Faul, F., & Buchner, A. (1996). G\*POWER: A general power analysis program. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 28(1), 1-11.
- Hughes. (2017). *Five reasons retailers should have their own digital wallet*. Retrieve from <https://members.nfcworld.com/3102/five-reasons-retailers-should-have-their-own-digital-wallet/>
- Interprofessional Education and Collaborative Practice. (2558). *วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง*. สืบค้นจาก <http://www.ipecp.ac.th/ipecp/cgi-bin/research/program/unit6/content3.htm>.
- Kuo, Y.F., Wu, C.M., & Deng, W.J. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Comput. Hum. Behav*, 25(4), 887-896.
- Luarn, P., & Lin, H.-H. (2005). Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 873-891.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation: A guide for students and researchers*. London: Sage.
- National E-Payment. (2560). *National e-Payment เป็นระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์*. สืบค้นจาก <http://www.epayment.go.th/home/app/project-strategy>.
- 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.
- Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., Fong, & Michelle, W.L. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37-54.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations*. New York: Free.
- Rhi, H. (2017). *Five reasons retailers should have their own digital wallet*. Retrieve from <https://members.nfcworld.com/3102/five-reasons-retailers-should-have-their-own-digital-wallet/>.
- Schierz, P.G., Schilke, O., & Wirtz, B.W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: an empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9, 209e216.
- Sheth, J.N., Newman, B.I. & Gross, B.L. (1991). *Consumption values and market choice: Theory and applications*. N.P.: South-Western Publishing Co.
- Super Seeker. (2017). *Wechat pay Cashless Society*. Retrieve from <https://promotions.co.th/โปรโมชั่นอื่นๆ/investment/finance/online-payment/คนขับแท็กซี่ในจีน-99-มี-wechat-pay-cashless-so.html>.
- Taylor, S. and Todd, P.A. (1995), "Understanding information technology usage: a test of competing models", *Information Systems Research*, Vol. 6 No. 2, pp. 144-176.
- Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Venkatesh. (2003). Title: User acceptance of information technology: Toward a unified view. *Journal: MIS QUART*, 27(3), 425-478.
- Yi, M.Y., Jackson, J.D., Park, J.S., & Probst, J.C. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: toward an integrative view. *Information & Management*, 43(3), 350e363.

Yeo, J., & Huang, W. (2003). Mobile e-commerce outlook. *International Journal of Information Technology and Decision Making*, 2(2), 313-32.





## ภาคผนวก ก แบบสอบถามงานวิจัย

### แผ่นพับความรู้ True Money Wallet

ลงทะเบียนกับ WeCard หรือ ผูกบัญชีธนาคาร ก็สามารถถอนเงิน โอนเงิน ซื้อสินค้าบริการ  
ต่างๆได้

(ไม่ต้องพกบัตรเครดิต)



จ่ายบิลง่ายๆ กับ Scan & Pay สะดวก เหมือนยก Counter มาอยู่ในมือคุณ



## AIS mPAY Mastercard

บัตร Mastercard แบบเติมเงิน (Mastercard Prepaid Card) ใช้ชำระค่าสินค้าและบริการบนร้านค้าออนไลน์ที่รองรับระบบ Mastercard



สามารถจ่ายค่าสินค้า บิลหรือบริการเพียงแค่ scan QR CODE

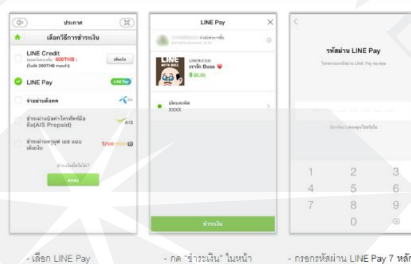


## Line pay E-wallet

กระเป๋าเงิน Virtual ใช้เลขหน้าบัตร Debit หรือผูกบัญชีธนาคารผ่าน APP Line pay E-wallet



สามารถซื้อที่ร้านค้าหรือออนไลน์ผ่านโทรศัพท์ smartphone ได้ทันที



- เลือก LINE Pay      - กด "ชำระเงิน" ในหน้า      - กรอกรหัสผ่าน LINE Pay 7 หลัก

นอกจากนั้นยังสามารถเติมเงินลงในบัตร เช่น บัตร Rabbit Line pay E-wallet ก็สามารถนำไปซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆได้ ตามร้านค้าชั้นนำ



NO.....

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์  
(electronic cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อธุรกิจสถาบันการเงิน ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัย นายณัฐพงศ์ กริยาผลนักรักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง

คำชี้แจง: ให้ท่านตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

## 1. เพศ

- 1.ชาย  2.หญิง

## 2. อายุ

1. ไม่เกิน 25 ปี  2. 26-30 ปี  
 3. 31-35 ปี  4. 36-40 ปี  
 5. 41 ปี ขึ้นไป

## 3. สถานภาพ

1. โสด  2. สมรส  3. หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่

## 4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  2. อนุปริญญา/ ปวส.  
 3. ปริญญาตรี  4. ปริญญาโท  
 5. ปริญญาเอก  6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....



### 5. รายได้ต่อเดือน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 25,001 – 50,000 บาท  |
| <input type="checkbox"/> 3. 50,001 – 75,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 4. 75,001 – 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 100,001 – 125,000 บาท         | <input type="checkbox"/> 6. 125,001 บาท ขึ้นไป   |

### 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. ท่านรู้จักหรืออาจจะเคยใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (electronic cash) ใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) Line pay E-wallet        | <input type="checkbox"/> 2) True Money Wallet     |
| <input type="checkbox"/> 3) AIS mPay                 | <input type="checkbox"/> 4) D-tac jaew wallet     |
| <input type="checkbox"/> 5) 7-11 wallet              | <input type="checkbox"/> 6) Samsung pay           |
| <input type="checkbox"/> 7) SCB VIRTUAL Prepaid Card | <input type="checkbox"/> 8) K-Wave Card (กสิกร)   |
| <input type="checkbox"/> 9) PAYSBUY MasterCard       | <input type="checkbox"/> 10) Alipay purchase card |
| <input type="checkbox"/> 11) Apple pay               | <input type="checkbox"/> 12) อื่นๆ โปรดระบุ.....  |

### 8. ข้อเสนอจากบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (electronic cash) ข้อใดเป็นข้อเสนอที่ท่านสนใจมากที่สุด (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ)

1. AIS mPay wallet ซื้อสินค้าออนไลน์รับเงินคืน 30% และฟรี! ค่าธรรมเนียมการเติมเงินใน wallet 10 ครั้ง/เดือน\*
2. True Money Wallet ส่วนลดชื้อกาแฟ True shop 10 % และเมื่อเติมเงินเกม รับไอเทมฟรี
3. D-tac jaew wallet ลดค่าตัวหนังทุกที่นั่ง 20% และซื้อสินค้าออนไลน์ลด 10%
4. Line pay E-wallet รับฟรี! สติกเกอร์ LINE เซต และรับเงินคืน 10% ในการเติมเงินครั้งแรก
5. Samsung pay ซื้อของผ่าน Samsung pay รับเครดิตเงินคืนสูงสุด 4000 บาท
6. PAYSBUY MasterCard ไม่มีค่าธรรมเนียมในการใช้บัตร, ไม่มีค่าธรรมเนียมรายปี
7. Apple pay แจก iTunes Gift Card ในการซื้อของที่ร้าน Apple Retail Store
8. Alipay purchase card ชำระค่าสินค้าผ่านระบบออนไลน์ Taobao.com และ TMALL จากประเทศจีนได้ ซึ่งทั้ง 2 เว็บไซต์จะรับชำระค่าสินค้าในรูปแบบเงินหยวน

9. K-Wave Card (กสิกร) รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อซื้อตั้งแต่ 100บาท/สลิป (รูด 100 คืน100 รับเพิ่ม 100บาท)
10. SCB VIRTUAL Prepaid Card ฟรีค่าธรรมเนียมแรกเข้า รับเงินคืน 100 บาท
11. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**9. ข้อใดคือเหตุผลที่ท่านจะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (electronic cash) (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- 1) ผู้บัตรเครดิตหรือเดบิต เข้ากับสมาร์ตโฟนก็ไม่ต้องพกบัตร และสามารถใช้งานได้ทุกที่
- 2) ท่านไม่มีเวลาเดินทางไปธนาคาร หรือท่านเดินทางบ่อย การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ตโฟนทำให้ท่านสะดวกขึ้น
- 3) ท่านสามารถควบคุมทุกรายการใช้จ่ายเงิน เติมเงิน ได้ด้วยตนเอง
- 4) สามารถชำระบิลได้ง่าย ไม่ต้องพกบิลกระดาษ เพียงแค่มีบาร์โค้ด และชำระได้ทุกบิลค่าใช้จ่าย
- 5) ท่านสามารถช้อปปิ้งออนไลน์ หรือร้านค้าทั่วไปได้ทุกที่ เพียงแค่มีสมาร์ตโฟน
- 6) ท่านสามารถทำธุรกิจ หรือใช้จ่ายในต่างประเทศได้ง่ายๆผ่านสมาร์ตโฟน
- 7) ท่านสามารถถอนเงินจากบัญชี Wallet โอนเข้าบัญชีธนาคารได้ทุกที่ผ่านสมาร์ตโฟน
- 8) อื่นๆ ระบุ.....

**10. ท่านเคยเห็นโฆษณาของเงินอิเล็กทรอนิกส์ (electronic cash) ผ่านช่องทางใดบ้าง**

(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) สื่อโทรทัศน์                  | <input type="checkbox"/> 2) หนังสือพิมพ์                |
| <input type="checkbox"/> 3) วิทยู                         | <input type="checkbox"/> 4) นิตยสาร                     |
| <input type="checkbox"/> 5) Website Online                | <input type="checkbox"/> 6) ร้านค้า หรือ ห้างสรรพสินค้า |
| <input type="checkbox"/> 7) ระบบขนส่งสาธารณะ              | <input type="checkbox"/> 8) ป้ายโฆษณา                   |
| <input type="checkbox"/> 9) Facebook / LINE / IG/ Twitter | <input type="checkbox"/> 10) อื่นๆ โปรดระบุ.....        |

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

รายการ		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย (perceived usefulness)						
1	ท่านคิดว่าการใช้ เงินอิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยให้การจ่ายเงินรวดเร็วขึ้น เช่น ท่านสามารถใช้สมาร์ตโฟนสัมผัสกับเครื่องรับชำระเงินได้ทันทีโดยไม่ต้องหยิบกระเป๋าสตางค์เป็นต้น					
2	ท่านคาดว่าน่าจะการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจ่ายเงินของท่าน เช่น ท่านสามารถวางแผนการใช้จ่ายประจำเดือนของท่านได้ดีขึ้น					
3	ท่านคาดว่า การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจ่ายเงินของท่าน เช่น เงินอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ท่านไม่ต้องถือบัตรเครดิตจำนวนมาก					
4	ท่านคิดว่า การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้การทำธุรกรรมการเงินของท่านง่ายขึ้น					
5	การใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟน จะทำให้ท่านสามารถจัดการการเงินของท่านได้ดีขึ้น					
การรับรู้ความง่ายในการใช้ (perceived ease of use)						
1	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย เช่น ท่านสามารถใช้จ่ายเงินผ่านสมาร์ตโฟนของท่านได้					
2	ท่านคาดว่าอาจจะเริ่มมีสถานที่ที่รองรับการใช้งาน เงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น					
3	ท่านคาดว่า การสมัครใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องง่าย เช่น การติดตั้งโปรแกรมการลงทะเบียนบัตรเครดิตเข้าสมาร์ตโฟนของท่าน					

รายการ		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรใช้ได้ทุกที่หรือทุกเวลา					
5	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ มากกว่าการใช้เงินรูปแบบอื่น เช่น การใช้เงินผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น					
ความสอดคล้อง (compatibility)						
1	เงินอิเล็กทรอนิกส์น่าจะเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันทุกด้านของท่าน					
2	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์น่าจะเข้ากับสภาพสังคมในปัจจุบันของท่าน					
3	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์น่าจะเหมาะกับการจับจ่ายซื้อของของท่าน เช่น ใช้จ่ายผ่านการซื้อของออนไลน์ เป็นต้น					
4	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์น่าจะเหมาะกับการใช้จ่ายในเดินทางของท่าน เช่น การขึ้นรถไฟฟ้า เป็นต้น					
บรรทัดฐานทางสังคม (subjective norm)						
1	บุคคลที่ในครอบครัวน่าจะ แนะนำให้ท่านใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์					
2	เพื่อนสนิทน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
3	เพื่อนร่วมงานน่าจะ สนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
4	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่านน่าจะ แนะนำให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
คุณค่าทางสังคม (social value)						
1	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์น่าจะ ทำให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อนของฉันทัน					

รายการ		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์น่าจะทำให้มุมมองของฉันต่อบุคคลภายนอกเปลี่ยนแปลงไป เช่น ทำให้เพื่อนของท่านมองภาพลักษณ์ของท่านดีขึ้น					
3	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่านน่าจะสร้างความประทับใจให้กับคนอื่นที่พบเห็น					
4	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่านจะทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม					
การรับรู้ความเสี่ยง (perceived risk)						
1	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเสี่ยงในการชำระเงิน					
2	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงิน					
3	ท่านคิดว่ามีโอกาสที่จะถูกโจรกรรมข้อมูลหรือการเงินเมื่อมีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์					
4	หากการเชื่อมต่อสัญญาณขาดหายไป ขณะที่ท่านกำลังใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจจะทำให้ข้อมูลหรือเงินของท่านสูญหายไปได้					
5	ท่านกลัวว่า หากท่านกดข้อมูลผิดพลาดในขณะที่ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นหรือเงินสูญหายได้					
การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (perceived trust)						
1	ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะมีความซื่อสัตย์					
2	ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะมีการเตรียมระบบที่มีความปลอดภัยสูง					
3	ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะไม่เอาแต่					

รายการ		ระดับความเห็นด้วย				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
	ผลประโยชน์จากท่าน					
4	ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะมีความรับผิดชอบ เช่น การรับผิดชอบต่อค่าเสียหายในกรณีเกิดเหตุผิดพลาดจากระบบการให้บริการ เป็นต้น					
การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย (perceived cost)						
1	การทำธุรกรรมผ่านเงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีค่าธรรมเนียม น้อยหรือไม่เสียค่าใช้จ่าย					
2	ค่าติดต่อเพื่อเข้าถึงการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมี ค่าธรรมเนียมหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย					
3	โดยรวมท่านเชื่อว่าค่าธรรมเนียมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ จะทำให้ท่านเสียเงินน้อยหรือไม่เสียเลย					
4	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีค่าธรรมเนียม น้อยกว่าหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลยเมื่อเทียบกับการใช้เงิน แบบอื่น เช่น การใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต เป็นต้น					
ความตั้งใจที่จะใช้ (usage intention)						
1	ท่านตั้งใจว่าจะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต					
2	ท่านคาดการณ์ว่าจะใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต					
3	ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ ของท่านใช้บริการเงิน อิเล็กทรอนิกส์					
4	ถ้าท่านมีประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ เงิน อิเล็กทรอนิกส์ ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ มาสมัครใช้ บริการด้วย					

ส่วนที่ 3 ท่านคิดว่ายังมีปัจจัยอื่นใดบ้างที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

---

---

---

โอกาสนี้ผู้ศึกษาวิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านเป็นอย่างสูง  
นายณัฐพงศ์ กิริยาผล E-Mail: ng-kill@hotmail.com



ภาคผนวก ข จดหมายตอบรับจากผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถาม

99 /28 Villa Sathorn – Taksin ถนนกรุงธนบุรี  
เขตคลองสาน แขวงบางลำพูล่าง กรุงเทพฯ 10600  
โทรศัพท์ 08-7714-3040 , 02-867-1425  
อีเมลแอดเดรส : ng-kill@hotmail.com

วันที่ 3 เมษายน 2560

เรื่อง โคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ


เรียน ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์  
อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้าพเจ้า นายณัฐพงศ์ กิริยาผล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง  
ดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์  
(electronic cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากข้าพเจ้า หวังว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจนี้  
ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย  
ผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี

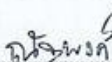
ดังนั้น ข้าพเจ้าใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item  
Objective Congruence : IOC) ดังนี้ "+ 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย  
ผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี "0" หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ "- 1" หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่มีค่าเขียนที่ไม่  
ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ  เพ็ญจิรา คันธวงศ์

(อาจารย์ ดร.เพ็ญจิรา คันธวงศ์)  
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ  ณัฐพงศ์ กิริยาผล

(นายณัฐพงศ์ กิริยาผล)  
นักศึกษา



18/04 2017 08:13 FAX

001

99 /28 Villa Sathorn – Taksin ถนนกรุงธนบุรี  
เขตคลองสาน แขวงบางลำพูล่าง กรุงเทพฯ 10600  
โทรศัพท์ 08-7714-3040 , 02-867-1425  
อีเมลแอดเดรส : ng-kill@hotmail.com

วันที่ 3 เมษายน 2560

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน ร้อยเอกหญิงชญาดา หนีพาล  
senior general manager  
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ข้าพเจ้า นายณัฐพงศ์ กริยาผล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง  
ดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์  
(electronic cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากข้าพเจ้า ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจนี้  
ดี ดังนั้นประสิทธิภาพ ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย  
ผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ข้าพเจ้าใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item  
Objective Congruence : IOC) ดังนี้ “+ 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย  
ผู้บริโภคของธุรกิจนี้เป็นอย่างดี “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ “- 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่มีค่าเขียนที่ไม่  
ถูกต้อง หรือไม่อาจจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภคของธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ

ร.อ. ชญาดา

(ร้อยเอกหญิงชญาดา หนีพาล)

ผู้เชี่ยวชาญ

ลงชื่อ

ณัฐพงศ์ กริยาผล

(นายณัฐพงศ์ กริยาผล)

นักศึกษา

99 /28 Villa Sathorn – Taksin ถนนกรุงธนบุรี  
เขตคลองสาน แขวงบางลำพูล่าง กรุงเทพฯ 10600  
โทรศัพท์ 08-7714-3040 , 02-867-1425  
อีเมลล์แอดเดรส : ng-kill@hotmail.com

วันที่ 2 เมษายน 2560

เรื่อง ใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคำถามเพื่อใช้ในแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย  
(Independent Study) นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เรียน นายภครัฐวิสต์ สุทธาโรจนา  
ผู้อำนวยการ  
ธนาคารกรุงเทพ สำนักงานใหญ่

ข้าพเจ้า นายณัฐพงศ์ กิริยาผล นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเอก การตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ กำลัง  
ดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์  
(electronic cash) ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากข้าพเจ้า ทราบว่าท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจนี้  
ดี ดังนั้นประสบการณ์ ความคิดเห็นของท่านจะช่วยให้แบบสอบถามงานวิจัยมีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย  
ผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี

ดังนั้น ข้าพเจ้าใคร่ขอให้ท่าน พิจารณาประเมินว่า เป็นคะแนน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item  
Objective Congruence : IOC) ดังนี้ “+ 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ถูกต้อง เข้าใจได้ง่ายโดย  
ผู้บริโภครองธุรกิจนี้เป็นอย่างดี “0” หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินไม่ได้ “- 1” หมายถึง ข้อคำถามนั้น มีค่าเขียนที่ไม่  
ถูกต้อง หรือไม่น่าจะถูกต้อง หรือไม่สามารถเข้าใจได้ง่ายโดยผู้บริโภครองธุรกิจนี้

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์

ด้วยความเคารพอย่างสูง

ลงชื่อ.....  
(นายภครัฐวิสต์ สุทธาโรจนา)

ผู้อำนวยการ

ลงชื่อ.....  
(นายณัฐพงศ์ กิริยาผล)

นักศึกษา

Factors	Eng. V.	Thai v.	IOC	คำแนะนำ จาก ผู้เชี่ยวชาญ	รวม คะแนน
perceived usefulness		การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย			
Phonthanuk itithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016)	I believe that using m- payment will enable me to pay more quickly	ท่านคิดว่าการใช้ เงินอิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยให้การ จ่ายเงินรวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น ท่านสามารถ ใช้สมาร์ตโฟน สัมผัสกับเครื่องรับ ชำระเงินได้ทันที โดยไม่ต้องหยิบ กระเป๋าเงิน เป็น ต้น			
	I believe that using m- payment will enhance my payment effectiveness (e.g. using m- payment will enable me to	ท่านคิดว่าการใช้ เงินอิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยเพิ่ม ประสิทธิผลในการ จ่ายเงินของท่าน เช่น ท่านสามารถ วางแผนการใช้จ่าย ประจำเดือนของ ท่านได้ดีขึ้น			

	conduct a payment transaction whenever I want)	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์อาจจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจ่ายเงินของท่าน เช่น เงินอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ท่านไม่ต้องถือบัตรเครดิตจำนวนมาก			
	I believe that using m-payment will make it easier for me to conduct payment transactions	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้การทำธุรกรรมการเงินของท่านง่ายขึ้น			
Cocosila, M., & Trabelsi, H. (2016)	Using the contactless smartphone payments service would help me to better manage my expenses.	การใช้บริการชำระเงินผ่านสมาร์ตโฟนอาจจะทำให้ท่านสามารถจัดการการเงินของท่านได้ ดีขึ้น			

perceived ease of use		การรับรู้ความง่ายในการใช้			
Phonthanuk itithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016)	I believe that m-payment is easy to use.	ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย เช่น ท่านสามารถใช้จ่ายเงินผ่านสมาร์ตโฟนของท่านได้			
	I believe that I will find m-payment procedures (e.g. registering with a service provider, initialising and authorising the transaction) to be flexible to interact with	ท่านคาดว่าจะจะมีสถานที่ที่รองรับการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น			
	I believe that I will find it easy to get m-payment to do what I want it to do	ท่านคาดว่าจะการสมัครใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องง่าย เช่น การติดตั้งโปรแกรม, การลงทะเบียนบัตรเครดิตเข้าสมาร์ตโฟนของท่าน			
	I believe that I will find it easy to get m-payment to do what I want it to do	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรใช้ได้ทุกที่หรือทุกเวลา			

Dootson, P., Beatson, A., & Drennan, J. (2016)	Is beneficial, compared to the effort I need to put in;	ท่านคิดว่าการใช้ เงินอิเล็กทรอนิกส์ มีประโยชน์ มากกว่าการใช้เงิน รูปแบบอื่น เช่น การใช้เงินผ่านบัตร เครดิตเป็นต้น			
Compatibility		ความสอดคล้อง			
Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016)	Using mobile payment is compatible with all aspects of my life style.	เงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจจะเข้ากับ รูปแบบการใช้ ชีวิตประจำวันทุก ด้านของท่าน			
	Using mobile payment is completely compatible with my current situation.	การใช้เงิน อิเล็กทรอนิกส์ อาจจะเข้ากับ สภาพสังคมใน ปัจจุบันของท่าน			
	I think that using mobile payment fits well with the way I like to buy.	ท่านคิดว่าเงิน อิเล็กทรอนิกส์ อาจจะเหมาะกับ การจับจ่ายซื้อของ ของท่าน เช่น ใช้ จ่ายผ่านการซื้อ ของออนไลน์เป็น ต้น			

		ท่านคิดว่าเงินอิเล็กทรอนิกส์อาจจะเหมาะกับการใช้จ่ายในเดินทางของท่าน เช่น การขึ้นรถไฟฟ้า เป็นต้น			
subjective norm		บรรทัดฐานทางสังคม			
Phonthanuk itithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016)	People who are important to me think I should use m-payment (e.g. I think my parents would like me to use m-payment)	บุคคลที่ในครอบครัว อาจจะแนะนำให้ท่านใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์			
	People who are important to me (e.g. family members, close friends, and colleagues) will support my use of m-payment	เพื่อนสนิท อาจจะสนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์			
		เพื่อนร่วมงาน อาจจะสนับสนุนให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์			

	People whose opinions I value will prefer me to use m-payment	บุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน อาจจะแนะนำให้ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์			
social value		คุณค่าทางสังคม			
Cocosila, M., & Trabelsi, H. (2016)	The use of the contactless smartphone payments service would help me feel acceptable among my friends.	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจจะทำให้ให้ท่านรู้สึกเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อนของฉัน			
	The use of the contactless smartphone payments service would improve the way I am perceived by my peers.	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจจะทำให้มุมมองของฉันต่อบุคคลภายนอกเปลี่ยนแปลงไป เช่น ทำให้เพื่อนของท่านมองภาพลักษณ์ของท่านดีขึ้น			



	The fact I use the contactless smartphone payments service would make a good impression on other people	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่านอาจจะสร้างความประทับใจให้กับคนอื่นที่พบเห็น			
	The use of the contactless smartphone payments service would give me social approval.	การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของท่านอาจจะทำให้ท่านเป็นที่ยอมรับในสังคม			
perceived risk		การรับรู้ความเสี่ยง			
Phonthanuk itithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016)	In general, I believe that using m-payment to conduct a payment transaction will be risky	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเสี่ยงในการชำระเงิน			
		ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงิน			

	<p>I believe that there will be high potential for loss associated with using m-payment (for instance, loss of my financial details to thieves)</p>	<p>ท่านคิดว่ามีโอกาสที่จะถูกโจรกรรมข้อมูลหรือการเงินเมื่อมีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์</p>			
	<p>I believe that there will be too much uncertainty associated with using m-payment (for instance, money does not get through to the receiver due to a network problem)</p>	<p>หากการเชื่อมต่อสัญญาณขาดหายไป ขณะที่ท่านกำลังใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจจะทำให้ข้อมูลหรือเงินของท่านสูญหายไปได้</p>			

	I fear that while I am using a m-payment e, I might tap out the information of the bill wrongly.	หากท่านกดข้อมูลผิดพลาดในขณะที่ท่านใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ อาจทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น หรือเงินสูญหายได้			
perceived trust		การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ			
Phonthanuk itithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016)	I believe that m-payment parties are honest	ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะมีความซื่อสัตย์			
	I believe that m-payment parties will offer a secure m-payment service	ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะมีการเตรียมระบบที่มีความปลอดภัยสูง			
	I believe that m-payment parties will not take advantage of me	ท่านเชื่อว่าผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์จะไม่เอาแต่ผลประโยชน์จากท่าน			

		ท่านเชื่อว่าผู้ ให้บริการเงิน อิเล็กทรอนิกส์จะมี ความรับผิดชอบ เช่น การ รับผิดชอบ ค่าเสียหายในกรณี เกิดเหตุผิดพลาด จากระบบการ ให้บริการ เป็นต้น			
	perceived cost	การรับรู้ถึงค่าใช้จ่าย			
Phonthanuk itithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. L. (2016)	I believe that the transaction fees for using m-payment will be high	การทำธุรกรรม ผ่านเงิน อิเล็กทรอนิกส์ควร มีค่าธรรมเนียม น้อยหรือไม่เสีย ค่าใช้จ่ายเลย (มีการปรับเนื้อหา ให้เป็นเชิงบวกต่อ การใช้เงิน อิเล็กทรอนิกส์)			

	I believe that the communication or access fees for using m-payment will be high	ค่าติดต่อเพื่อเข้าถึงการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีค่าธรรมเนียมน้อยหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย (มีการปรับเนื้อหาให้เป็นเชิงบวกต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์)			
	Overall, I believe that using m-payment will cost me a lot of money	โดยรวมท่านเชื่อว่าค่าธรรมเนียมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ จะทำให้ท่านเสียเงินน้อยหรือไม่เสียเลย (มีการปรับเนื้อหาให้เป็นเชิงบวกต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์)			

Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016)	At the current price, mobile payment provides a good value.	ท่านคิดว่าการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ควรมีค่าธรรมเนียมต่ำกว่าหรือไม่เสียค่าใช้จ่ายเลยเมื่อเทียบกับการใช้เงินแบบอื่น เช่น การใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต เป็นต้น (มีการปรับเนื้อหาให้เป็นเชิงบวกต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์)			
usage intention		ความตั้งใจที่จะใช้			
Cocosila, M., & Trabelsi, H. (2016)	Assuming I had access to the contactless smartphone payments service, I would intend to use it.	ท่านตั้งใจว่าจะใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ในอนาคต			

	Given that I had access to the contactless smartphone payments service, I predict that I would use it.	ท่านคาดการณ์ว่า จะใช้เงิน อีเล็กทรอนิกส์ในอนาคต			
Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016)	I will recommend to my friends to subscribe to the mobile payment service, if it is available.	ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ ของท่าน ใช้บริการ เงิน อีเล็กทรอนิกส์			
	If I have a good experience with mobile payment I will recommend friends to subscribe to the service.	ถ้าท่านมี ประสบการณ์ที่ดี ในการใช้บริการ เงินอีเล็กทรอนิกส์ ท่านจะแนะนำให้เพื่อนๆ มาสมัครใช้ บริการด้วย			

### บรรณานุกรม

- Cocosila, M., & Trabelsi, H. (2016). An integrated value-risk investigation of contactless mobile payments adoption. *Electronic Commerce Research and Applications*, 20, 159-170.
- Dootson, P., Beatson, A., & Drennan, J. (2016). Financial institutions using social media – do consumers perceive value? *International Journal of Bank Marketing*, 34(1), 9-36.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Phonthanukithaworn, C., Sellitto, C., Fong, & Michelle, W.L. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37-54.

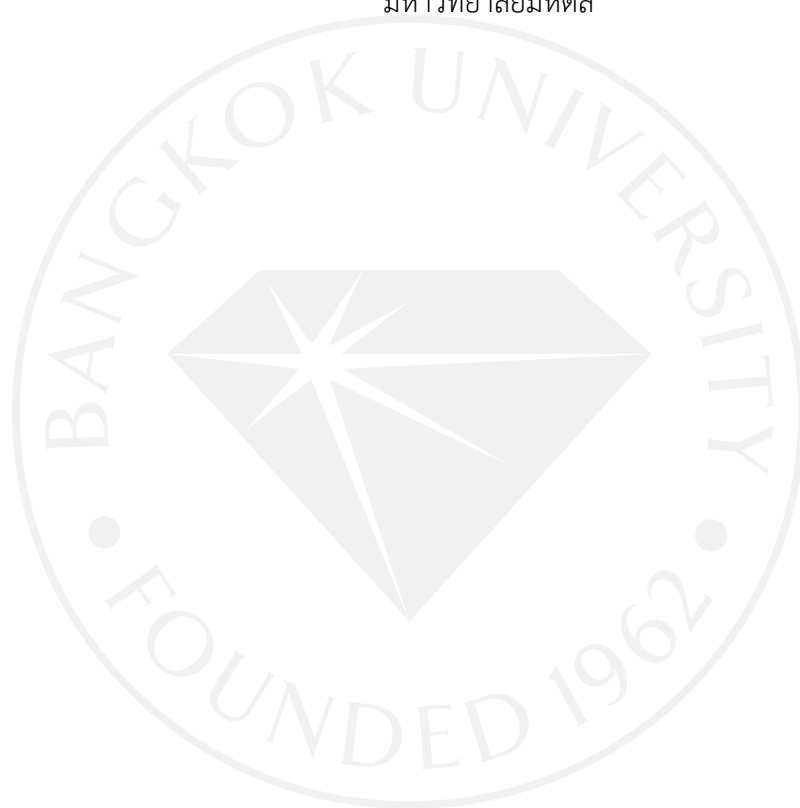


**ประวัติผู้เขียน****ชื่อ-สกุล**

ณัฐพงศ์ กริยาผล

**อีเมล**

Natthaphong.kari@bumail.net

**วุฒิการศึกษา**ปริญญาตรีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 13 เดือน พ.ค. พ.ศ. 61

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ณัฐพงศ์ กิจพงษ์ อยู่บ้านเลขที่ 88/261

ซอย ..... ถนน นครอินทร์ ตำบล/แขวง บางลำภูล่าง

อำเภอ/เขต คลองสาน จังหวัด กทม รหัสไปรษณีย์ 10600

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7580203888

ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา .....

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้

สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้วิธีการเชิงวิจัยเชิงปริมาณ  
ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)

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

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

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... [Redacted] .....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( หญิง พงษ์ ภิริยาพร )

ลงชื่อ..... [Redacted] .....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์ อัญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ..... [Redacted] .....พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤติกา ลีมลาลัย)  
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

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