



อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงต่อความ
ตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

INFLUENCE OF EXTENSION THEORY INCLUDING ACCEPTANCE OF TECHNOLOGY
USE AND RISK PERCEPTION ON INTENTIONS TO USE TRUE MONEY WALLET
SERVICES FOR CUSTOMERS IN BANGKOK

พรรณี บุตรยั้ง

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง
ต่อความตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร



พรรณี บุตรยัง

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

INFLUENCE OF EXTENSION THEORY INCLUDING ACCEPTANCE OF
TECHNOLOGY USE AND RISK PERCEPTION ON INTENTIONS TO USE TRUE
MONEY WALLET SERVICES FOR CUSTOMERS IN BANGKOK



A Master's Project Submitted in partial Fulfillment of Requirements
for MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (Business Administration (Marketing))
Faculty of Business Administration for Society Srinakharinwirot University

2018

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงต่อความ
ตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ของ

พรรณี บุตรยัง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.เศรษฐวิทย์ พรหมสิทธิ์)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสมล นุนนาค)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาตา สิริกุลตาดา)

ชื่อเรื่อง	อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการ True Money Wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	พรรณี บุตรย้ง
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. เศรษฐวิวัฒน์ พรหมสิทธิ์

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่ วอลเล็ท ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของทรูมันนี่ วอลเล็ท ช่วงอายุระหว่าง 25-59 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยหาค่าที่ การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการทดสอบพบว่า ผู้บริโภคที่มี อายุ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่ วอลเล็ท แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญสถิติ ที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้าน ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่ง อำนวยความสะดวกในการใช้งาน ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และ แรงจูงใจด้านความบันเทิง มี อิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่ วอลเล็ท อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ใน ทิศทางเดียวกัน การรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทรูมันนี่ วอล เล็ท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับระดับ 0.05 ในทิศทางเดียวกันตามลำดับ

คำสำคัญ : ทฤษฎีส่วนขยาย, การยอมรับเทคโนโลยี, ความเข้าใจ, การบริการทรูมันนี่ วอลเล็ท, กรุงเทพมหานคร

Title	INFLUENCE OF EXTENSION THEORY INCLUDING ACCEPTANCE OF TECHNOLOGY USE AND RISK PERCEPTION ON INTENTIONS TO USE TRUE MONEY WALLET SERVICES FOR CUSTOMERS IN BANGKOK
Author	PHANNEE BUDYUNG
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2018
Thesis Advisor	Sedtawat Prommasit , Ph.D.

This research aimed to study the influence of extension theory, including acceptance of the use of technology and the perceptions of risk on intentions to use True money wallet services for people in the Bangkok metropolitan area .The sample group used in the research consisted of consumers, with a total of four hundred people, aged between twenty five to fifty nine, who regularly consumed or ever used a True money wallet. A questionnaire was used as the tool for data collection. The statistics for the analysis of the data included percentage, mean and standard deviation. The statistics for hypothesis testing included a t-test, one-way analysis of variance and multiple regression analysis. The results were as follows: (1) consumers had differences in terms of age, occupation and income and had different intentions regarding of the True money wallet services at a statistically significant level of 0.05 The effort expectancy, social influence, facilitating conditions, performance expectancy and hedonic motivation on intentions to use True money wallet services at a statistically significant level of 0.05 respectively and in the same direction. The risk perception of safety on intentions to use the True money wallet services at a statistically significant level of 0.05 respectively and in the same direction.

Keyword : Extension theory, Technology acceptance, Perception, True money wallet services, Bangkok

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี อันเนื่องมาจากความเมตตากรุณา และการช่วยเหลือเป็นอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร. เศรษฐวัชร์ พรหมสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ซึ่งให้ความรู้คำแนะนำและแนวทาง รวมทั้งข้อปฏิบัติต่าง ๆ สำหรับการดำเนินงานวิจัย ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการ วิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนไปได้ด้วยดี รวมถึงขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำความรู้ต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และ อ.ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถาม และเป็นคณะกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ในครั้งนี้ ซึ่งได้เสียสละเวลาเวลาอันมีค่า ในการให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์แก่วิจัยฉบับนี้เป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์โครงการบริการธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ในคณะกรรมการธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ให้ความเมตตา ให้ความรู้ต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ และขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ช่วยประสานงาน ให้ความช่วยเหลือ

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้การสนับสนุน ส่งเสริม และเป็นกำลังใจให้เสมอมา รวมถึงเพื่อนร่วมงาน เพื่อนๆนิสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สาขาการตลาด รุ่นที่ 19 สำหรับน้ำใจ มิตรภาพ และคำแนะนำต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย อีกทั้งทุก ๆ ท่านที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จของสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่ไม่ได้เอ่ยนาม ใน ณ ที่นี้ด้วย

คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้

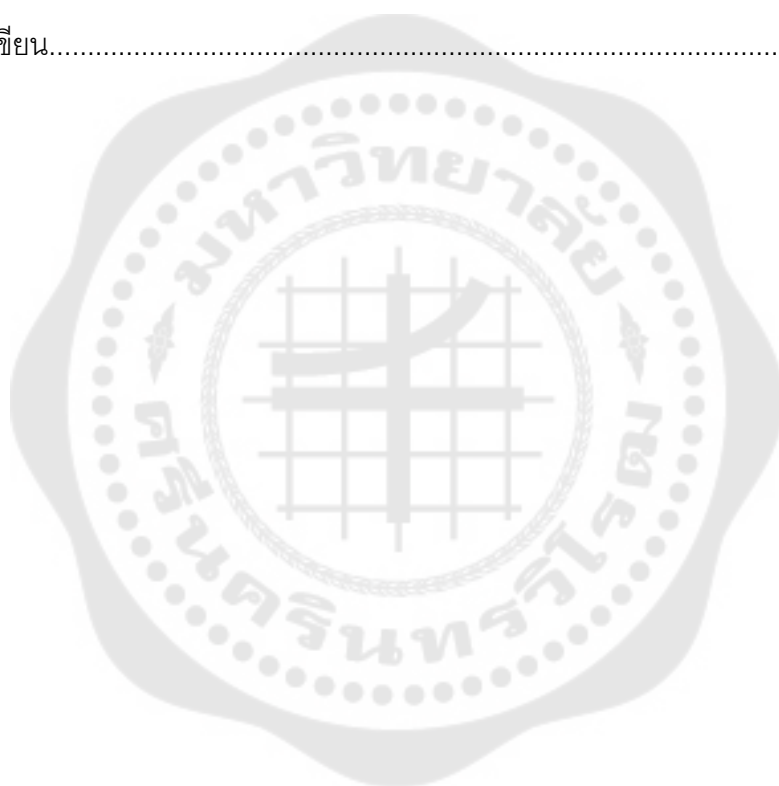
พรรณี บุตรยั้ง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	4
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	4
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	11
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงินของประเทศไทย	13
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนขยายรวมการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (UTAU2) 20	

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง	23
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ	28
2.6 ข้อมูลทั่วไปของ TRUE MONEY	29
2.7 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	46
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	46
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	46
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	46
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
3.5 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	56
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	65
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้	65
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้....	65
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	66
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	99
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	103
สังเขปการวิจัย	103
ขอบเขตของการวิจัย	104

สรุปผลการวิจัย.....	104
อภิปรายผลการศึกษา	109
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	114
ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป	116
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก.....	121
ประวัติผู้เขียน.....	130



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครอง	5
ตาราง 2 สถานที่เจาะจงในการเก็บแต่ละเขต	5
ตาราง 3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครอง	48
ตาราง 4 สถานที่เจาะจงในการเก็บแต่ละเขต	48
ตาราง 5 แสดงจำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ แบบสอบถาม	66
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วน ขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี True money wallet บนสมาร์ทโฟน รวมทั้ง 7 ด้านรวม ทุกด้าน ดังนี้	68
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วน ขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความ ตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	69
ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วน ขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก มีอิทธิพลต่อความ ตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	70
ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วน ขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	71
ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎี ส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน มี อิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	72

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	73
ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	74
ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	75
ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การรับรู้ความเสี่ยง รวมทั้ง 2 ด้าน โดยรวมทุกด้าน	75
ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การรับรู้ความเสี่ยง ด้านรักษาความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	76
ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การรับรู้ความเสี่ยง ด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	77
ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.....	78
ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มเพศ โดยใช้ Levene's test	79
ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample T-Test.....	80
ตาราง 20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้ Levene's test	81
ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า.....	82

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า.....	83
ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ Levene's test.....	85
ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	85
ตาราง 25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละอาชีพโดยใช้ Levene's test.....	87
ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า	87
ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า	88
ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี โดยวิเคราะห์จาก Tolerance และ Variance Inflation (VIF)	92
ตาราง 29 วิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรอิสระเพื่อพิจารณานำเข้าสมการพยากรณ์เมื่อใช้ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแปรตาม	93
ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดย ใช้วิธี Enter.....	94
ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี โดยวิเคราะห์จาก Tolerance และ Variance Inflation (VIF)	96
ตาราง 32 วิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรอิสระเพื่อพิจารณานำเข้าสมการพยากรณ์เมื่อใช้ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแปรตาม	97
ตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธี Enter	98

ตาราง 34 แสดงการสรุปผลสมมติฐานของการวิจัย	99
---	----



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย	9
ภาพประกอบ 2 ระบบการชำระเงินในประเทศไทย Payment Systems in Thailand	14
ภาพประกอบ 3 แบบจำลองทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)	23
ภาพประกอบ 4 ฟังก์ชันการใช้งาน	31
ภาพประกอบ 5 บัตร True Money We Card ชนิด Virtual Card	31
ภาพประกอบ 6 บัตร True Money We Card ชนิดแข็ง	32
ภาพประกอบ 7 ช่องทางการเติมเงินผ่านทางธนาคาร	33
ภาพประกอบ 8 ช่องทางการเติมเงินผ่านร้านค้าร่วมรายการ	33
ภาพประกอบ 9 ช่องทางการเติมเงินผ่านตู้ของทรู	34
ภาพประกอบ 10 ฟังก์ชันการทำงานของแอปพลิเคชัน TRUE MONEY WALLET	36

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบการชำระเงินของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยมีการพัฒนารูปแบบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องไทยแลนด์ 4.0 และการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” ภาคธุรกิจต่าง ๆ ได้คิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างต่อเนื่อง และในช่วงที่ผ่านมา ระบบการชำระเงินของประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน โดยเฉพาะธนาคารพาณิชย์แทบทุกแห่ง รวมถึงผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ แอปพลิเคชันสังคมออนไลน์ รวมทั้งผู้ให้บริการ อี-คอมเมิร์ซ หลายแห่ง ได้มีการแข่งขันพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้บริการลูกค้า สร้างความสะดวกต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน การลงทุน และการซื้อสินค้า ทั้งนี้จากสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าธุรกรรมผ่าน Mobile Banking ในประเทศไทย ในช่วงไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมาถึง ร้อยละ 130 ในขณะที่ตลาดโซเชียลคอมเมิร์ซถือเป็นร้อยละ 40 ของตลาดอีคอมเมิร์ซ (TODAY, 2561) เครื่องมือชนิดหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์และโมบายล์ เพย์เมนต์ ข้อมูลจาก eMarketer คาดการณ์ว่าภายในปี พ.ศ. 2562 จะมีมูลค่าธุรกรรมบนมือถือที่เกิดขึ้นภายในร้านค้าต่าง ๆ สูงถึง 210,000 ล้านดอลลาร์ (หรือราว 6.7 ล้านล้านบาท) เพิ่มขึ้นจาก 8,700 ล้านดอลลาร์ในปี พ.ศ. 2558 เหตุเพราะตอบโจทย์การใช้ชีวิตดิจิทัลของทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ในยุคปัจจุบันได้อย่างดี ทั้งเรื่องคุณภาพที่ครอบคลุมในด้านความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย และเหนือสิ่งอื่นใดช่วยบริหารจัดการบัญชีรายรับ/รายจ่ายได้แบบเรียลไทม์ อีกทั้งความก้าวหน้าของนวัตกรรมบริการที่วันนี้เอื้อประโยชน์ให้ร้านค้า และธุรกิจบริการต่าง ๆ สามารถเพิ่มช่องทางเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้มาใช้บริการได้ในขณะที่ต้นทุนลด แปรเปลี่ยนเป็นกำไรมากยิ่งขึ้น กิดานันท์ มลิทอง (2539) แอปพลิเคชันหนึ่งที่ กำลังเป็นกระแสที่คนรู้จักเป็นจำนวนมาก เทียบ (จากอัตราการใช้ True money wallet เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง) โดยภาพรวมในปีที่ผ่านมา ทุนนี้ เป็นบริษัทฟินเทคในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีอัตราการเติบโตเร็วที่สุด ปัจจุบัน มีผู้ให้บริการใน 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย กัมพูชา เมียนมา เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย มียอดผู้ให้บริการกว่า 21 ล้านคน และมีมูลค่าธุรกรรมทางการเงินรวมทุกประเภทกว่า 140,000 ล้านบาท ให้บริการแบบไฮบริดที่ผสมผสานการให้บริการครอบคลุมทั้ง เพย์เมนต์ และ

ไฟแนนเชียล เซอร์วิส เนื่องจากวัฒนธรรมและพฤติกรรมที่แตกต่างกันในเรื่องของการใช้จ่ายของผู้คนแต่ละพื้นที่ในทั้ง 6 ประเทศ เผยมูลค่าธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน True money wallet ช่วงเดือน มกราคม – สิงหาคม 2561 กว่า 70,000 ล้านบาท ด้วยจำนวนผู้ใช้บริการกว่า 7 ล้านราย และมีผู้ใช้บริการเป็นประจำเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่า ในปัจจุบันทรามนี่เป็นผู้นำอันดับหนึ่งของบริการ e-Wallet ในประเทศไทย มีการสร้างแพลตฟอร์มทางการเงินที่ตอบโจทย์การใช้งานที่ดีที่สุด ช่วยทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ด้วยนวัตกรรมทันสมัย สะดวกและปลอดภัย เพื่อชีวิตที่ดียิ่งขึ้นไปกว่าเดิม ด้วยเทรนด์วันนี้คือ Everyday Payment แพลตฟอร์มครอบคลุมการใช้จ่ายเงินประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการเติมเงิน จ่ายบิล จ่ายเงินที่ร้านค้า ชื้อของออนไลน์ และเติมเกมเพื่อเพิ่มประสบการณ์ความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ตามพฤติกรรมการใช้งานสำหรับผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจร้านค้าต่าง ๆ (Marketeer ,2561)งานวิจัยของ พรชนก พลาบุญย์ (2560) พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้ แรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม โดยร่วมกันพยากรณ์ถึงความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย ในขณะที่ ความคาดหวังจากการใช้งาน ความกังวล คุณค่าด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย แสดงให้เห็นกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อใจในระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย อีกทั้งมีการยอมรับถึงคุณค่าด้านราคาในระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ที่รัฐบาลนำเสนอ นอกจากนี้จากการศึกษายังค้นพบ (นางสาวจิญดา แก้วแทน, 2557) การรับรู้ความเสี่ยง พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้บริโภคเจเนอเรชันเอกซ์ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ ซึ่งส่งผลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์เช่นกัน

จากที่กล่าวมา การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในบางกลุ่มยังคงมีความกังวลในเรื่องของความเสี่ยงเนื่องจากการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินโดยตรง ประชาชนบางส่วนกังวลหากต้องทำการผูกกับบัตรเครดิต และบัญชีธนาคาร ในแง่ของข้อมูลความปลอดภัยรั่วไหล เช่น ถูกขโมยหมายเลขบัตรเครดิตรหัสหลังบัตร ข้อมูลมาจากการสอบถามใน (Pantip, 2560)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” เพื่อเป็นแนวทาง ในการนำมาวิเคราะห์ถึงการรับรู้และความต้องการที่แท้จริง

ของผู้บริโภค เพื่อมาปรับเปลี่ยนใช้ให้เหมาะสมกับการใช้งานในระยะยาว นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มขีดความสามารถในการเป็นเจ้าตลาดในด้านนวัตกรรมทางการเงินออนไลน์ได้อย่างแท้จริง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ กับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของผู้ประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้ ผลของการศึกษาได้คุณค่าและประโยชน์ดังนี้

1. ทำให้ผู้ประกอบการนำไปต่อยอดในเรื่องของการพัฒนาระบบแอปพลิเคชันเพื่อให้เกิดการยอมรับ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน
2. สามารถนำวางแผนในเรื่องของการจัดการความเสี่ยงและการป้องกันความเสี่ยงที่เกิดจากการใช้การระบบการชำระเงินของ True money wallet เพื่อให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น นำไปสู่การเป็นผู้นำตลาดในด้านของการให้บริการระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์
3. ในเชิงด้านการบริหาร เพื่อนำไปพัฒนาเทคโนโลยีแอปพลิเคชันการชำระเงิน และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับผู้บริโภค

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของTrue money wallet ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของTrue money wallet ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5% ดังนั้นผลจากการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 385 ตัวอย่าง และสำรวจความผิดพลาดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ไว้ที่ 5% ของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ใช้หลากหลายวิธีการในการสุ่ม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคมีความสอดคล้องกับความต้องการภายใต้เงื่อนไขที่จำกัด โดยเรียงลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับฉลาก(Lottery Method) เพื่อสุ่มเลือกเขตที่จะเป็นตัวแทนเขตของแต่ละกลุ่มเขตการปกครอง กรุงเทพมหานครจากทั้งหมด 50 เขตและจับฉลากเขตการปกครองมา 5 เขต คิดเป็นจำนวนร้อยละ 10 โดยไม่ใส่คืน สถานที่ที่ถูกจับฉลากเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตราชเทวี เขตจตุจักร เขตวัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้โควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างแต่ละเขตที่เลือกทำการวิจัย เขตละเท่า ๆ กัน

$$\begin{aligned}\text{ขนาดของตัวอย่างในแต่ละเขต} &= 400 \text{ คน} / 5 \text{ เขต} \\ &= 80 \text{ คน/เขต}\end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครองที่ถูกเลือกจะมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครอง

เขตการปกครอง	จำนวน (คน)
เขตบางรัก	80
เขตปทุมวัน	80
เขตราชเทวี	80
เขตจตุจักร	80
เขตวัฒนา	80
รวม	400

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกสถานที่ที่มีผู้คนเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลาย ได้แก่ บริเวณห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ และบริเวณออฟฟิศ เป็นต้น และเลือกกลุ่มเป้าหมายในเขตที่สุ่มไว้ในขั้นที่ 1

ตาราง 2 สถานที่เจาะจงในการเก็บแต่ละเขต

เขตการปกครอง	สถานที่เก็บ	จำนวน (คน)
เขตบางรัก	บริเวณสีลม คอมเพล็กซ์ ,บริเวณออฟฟิศย่านสีลม	80
เขตปทุมวัน	บริเวณสยาม พารากอน ,บริเวณสยาม	80
เขตราชเทวี	บริเวณห้างเซ็นจูรี,บริเวณห้างเซ็นเตอร์วัน	80
เขตจตุจักร	บริเวณเซ็นทรัลลาดพร้าว, บริเวณยูเนี่ยนมอลล์	80
เขตวัฒนา	บริเวณเทอร์มินอล 21 , บริเวณออฟฟิศย่านอโศก	80

ขั้นตอนที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยขอให้ตัวอย่างที่พบตามบริเวณห้างสรรพสินค้า และบริเวณย่านออฟฟิศ ในเขตพื้นที่ที่สุ่มได้ในขั้นที่1 ในการกรอกข้อมูลแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดกรองตัวอย่างโดยใช้คำถามคัด

กรอง (Screening Question) ว่า “ ท่านใช้บริการ True money wallet หรือไม่” หากตัวอย่างตอบว่า “ใช้บริการ True money wallet)” ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือและเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจนครบจำนวนที่กำหนดไว้

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) แบ่งเป็นดังนี้

1.1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1.1.1. เพศ

1.1.1.1. ชาย

1.1.1.2. หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1. 25 – 31 ปี

1.1.2.2. 32 - 38 ปี

1.1.2.3. 39 - 45 ปี

1.1.2.4. 46 - 52 ปี

1.1.2.5. 53 - 59 ปี

1.1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.3.1. 15,000 - 24,999 บาท

1.1.3.2. 25,000 – 34,999 บาท

1.1.3.3. 35,000 - 49,999 บาท

1.1.3.4. 50,000 บาทขึ้นไป

1.1.4 อาชีพ

1.1.4.1. พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน

1.1.4.2. งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์/งานคอมพิวเตอร์/ไอที

1.1.4.3. งานผลิต/ควบคุมคุณภาพ/ งานวิศวกรรม/งานโลจิสติกส์

และซัพพลายเชน/งานวิทยาศาสตร์/วิจัยพัฒนา

1.1.4.4. งานด้านสำนักงานได้แก่ งานธุรการ/จัดซื้อ / งานบัญชี/การเงิน

/งานทรัพยากรบุคคล/ เลขานุการ

1.1.4.5. งานขาย / งานการตลาด / งานบริการลูกค้า

1.2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ประกอบไปด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งแวดล้อม ความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล

1.3 การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบไปด้วย ด้านความปลอดภัย และ ด้านความเป็นส่วนตัว

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี หมายถึง การอธิบายถึงวิธีการและพฤติกรรมของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของบุคคลและองค์การ ประกอบด้วย

1.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ผู้บริโภคคาดหวังจากประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันเกี่ยวกับระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานสามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทันทีและรวดเร็ว มีความสะดวกสบายกว่าการไปชำระเงินรูปแบบเดิม ๆ

1.2 ความคาดหวังในความพยายาม หมายถึง ผู้บริโภคคาดหวังรูปแบบแอปพลิเคชันที่สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง ระบบควรมีการออกแบบไม่ซับซ้อนทำให้เข้าใจง่าย และใช้เวลาในการทำธุรกรรมการเงินบนแอปพลิเคชันในระยะเวลาอันสั้น

1.3 อิทธิพลทางสังคม หมายถึง เป็นสิ่งที่กระตุ้นที่เกิดจากปัจจัยภายนอก คนรอบข้าง หรือคนรู้จักที่มีผลต่อความรู้สึก มีการแนะนำหรือเชิญชวนให้ทดลองใช้แอปพลิเคชันใหม่ ๆ เพื่อให้มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

1.4 สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง การได้รับความสะดวกจากการใช้งาน ในเรื่องของการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน และเมื่อมีปัญหาพนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ตลอดเวลา และมีอุปกรณ์เสริมและความรู้ความเข้าใจที่เหมาะสมกับการใช้งาน

1.5 แรงจูงใจด้านความบันเทิง หมายถึง การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ทำให้น่าศึกษา และอยากที่จะลองเรียนรู้แอปพลิเคชัน

1.6 มูลค่าตามราคา หมายถึง ความคุ้มค่าในส่วนของค่าใช้จ่ายในการใช้งาน แอปพลิเคชัน ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียม และค่าบริการทางอินเทอร์เน็ต

1.7 อุปนิสัยส่วนบุคคล หมายถึง รูปแบบหรือพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่เคยชินในการใช้จ่ายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

2. การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การที่บุคคลรู้สึกถึงความไม่แน่นอน หรือเป็นสิ่งที่คาดเดาไม่ได้ จากการเลือกใช้อุปกรณ์และความสะดวกสบายที่อาจจะส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ในทางตรงกันข้าม หรือทำให้บุคคลนั้นไม่กล้าตัดสินใจที่จะลองใช้บริการ ประกอบด้วย

2.1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคอาจต้องเผชิญกับความสูญเสียทางการเงินอันเนื่องมาจากการถูกละเมิดข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ในระหว่างการใช้งานผ่านระบบแอปพลิเคชัน

2.2 การรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัว หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะได้รับ ความเสียหายจากการละเมิดความเป็นส่วนตัว เช่น ชื่อ เบอร์โทร ที่อยู่ รวมถึง เลขที่บัญชีของบัตรเครดิตและบัตรเดบิต โดยการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นความลับไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม

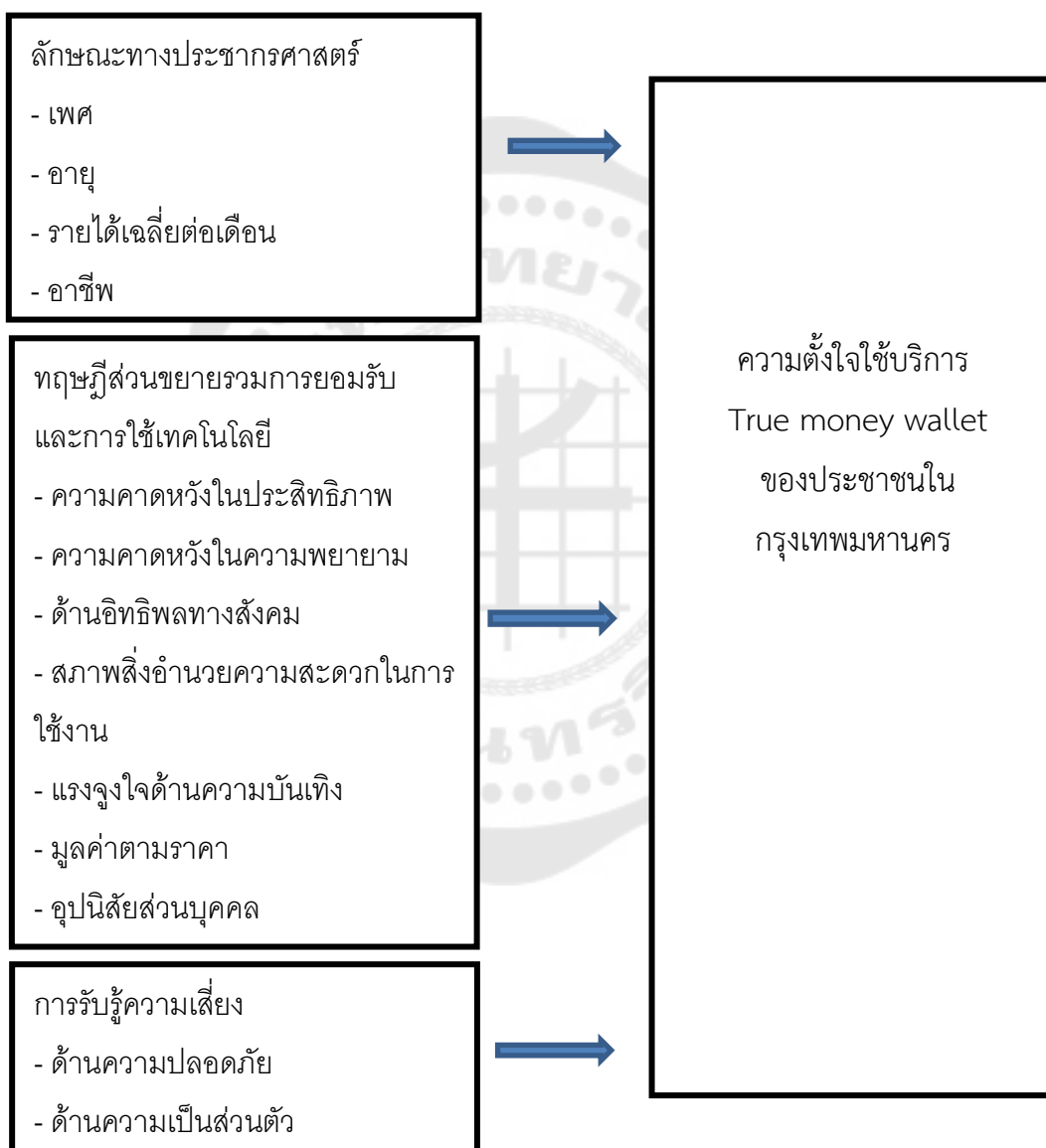
3. ความตั้งใจใช้บริการ หมายถึง ผู้บริโภคมีการศึกษาค้นคว้า ข้อมูลเกี่ยวกับระบบ แอปพลิเคชัน True money wallet ในด้านประโยชน์และวิธีการใช้งาน เพื่อประกอบการตัดสินใจใช้บริการและมีความมุ่งมั่นเป็นอย่างสูง เพื่อใช้งานในทันที

กรอบแนวคิดในการวิจัย

อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน
2. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานครสามารถอธิบายแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามรายการดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงินของประเทศไทย
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนขยายรวมการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปของ True money wallet
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

จากการศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ มีผู้ให้ความหมายลักษณะประชากรศาสตร์ ดังต่อไปนี้ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั่นเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 57-58) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญดังนี้

1. อายุ (Age) ผลกระทบที่แต่ละประเภทจะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่าง อีกทั้งความชอบและรสนิยมของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย

ตัวอย่างเช่น วัยรุ่นมักจะสนใจสินค้าตามสมัยนิยมหรือแฟชั่น ส่วนผู้สูงอายุมักจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามตัวแปรชนิดนี้อาจเป็นตัวแปรหลงได้ ตัวอย่างเช่น สินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนวัยหนุ่มสาว แต่กลับมีผู้สูงอายุมาซื้อแทน ทั้งนี้มีสาเหตุมาจากจิตวิทยาภายในของคนเราที่คิดว่าตัวเองยังเป็นหนุ่มสาวอยู่ เป็นต้น

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงมักจะมีอารมณ์อ่อนโยนกว่าผู้ชาย ส่วนผู้ชายมักจะมีความเป็นผู้นำสูงกว่าผู้หญิง เป็นต้น นักการตลาดจึงได้นำลักษณะความแตกต่างทางเพศมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์บางประเภท ในอดีตผู้หญิงจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ประเภทครีมบำรุงผิว น้ำหอม ครีมเปลี่ยนสีผม ยาระงับกลิ่นกาย แต่ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าสินค้าเหล่านี้เจริญเติบโตสูงมากในส่วนตลาดชาย ซึ่งเป็นสินค้าที่สามารถใช้ได้ทั้ง 2 เพศ (Unisex)

3. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีกว่า และมีราคาที่สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

4. อาชีพ (Occupation) บุคคลในแต่ละสาขาอาชีพจะมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น นักธุรกิจ ต้องการรถยนต์ที่ดูดีมีระดับ เช่น เบนซ์ (Benz) ผู้ใช้แรงงานต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ยา สีสัน และอาหาร เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อจะได้จัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

5. รายได้ (Income) โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่า สินค้าและบริการที่นิยมใช้การแบ่งส่วนตลาดตามรายได้ ได้แก่ บ้าน รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และการท่องเที่ยว เป็นต้น แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยนเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ตัวอื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มผู้บริหารธุรกิจที่มั่งคั่งรุ่นเยาว์ (Yuppies) เป็นการใช้เกณฑ์รายได้รวมกับเกณฑ์อายุ เป็นต้น

นอกจากนี้การศึกษา อาชีพ และรายได้นั้น มักจะมีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง บุคคลที่มีการศึกษาสูง มักจะมีอาชีพการงานที่ดี มีรายได้สูง ส่วนบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ โอกาสที่จะมีอาชีพการงานในระดับสูงนั้นย่อมเป็นไปได้ยาก จึงทำให้มีรายได้ต่ำ

6. ขนาดครอบครัว (Family Size) และสถานภาพครอบครัว (Marital status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมา

โดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านี้ และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะ ด้านประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ที่ตัดสินใจในครัวเรือน เพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

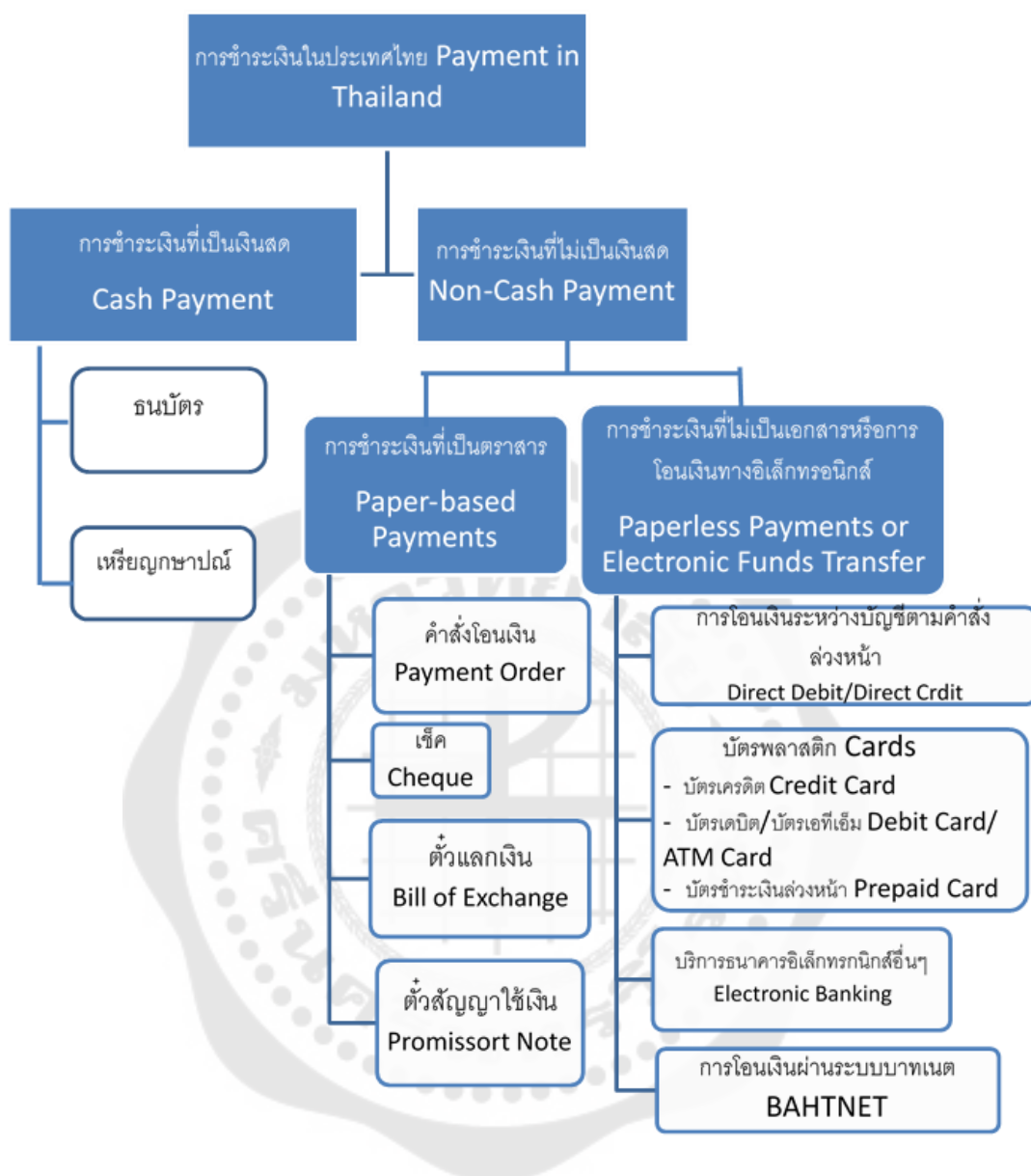
จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้นำลักษณะด้านประชากรศาสตร์มาใช้ในการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญนำไปสู่การวางแผนธุรกิจเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับการชำระเงินในอนาคต

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงินของประเทศไทย

ระบบการชำระเงินหมายถึงกระบวนการส่งมอบหรือโอนสื่อการชำระเงินเพื่อชำระราคา โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ

1. องค์กรและบุคคล หมายถึง ผู้จ่ายเงิน ผู้รับเงิน และองค์กรที่เป็นตัวกลางใน การชำระเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงิน เป็นต้น
2. กระบวนการดำเนินการภายใต้กฎหมาย ระเบียบ ข้อตกลง กฎเกณฑ์ ธรรมเนียมปฏิบัติ ที่กำหนดบทบาท หน้าที่ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและบุคคลต่าง ๆ รวมถึงกลไกการชำระเงินที่เกี่ยวข้อง
3. สื่อการชำระเงินประเภทต่าง ๆ เช่น เงินสด ตราสารการเงิน บัตรพลาสติก การโอนเงินทางบัญชี ตลอดจนถึงการชำระเงินด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ระบบการชำระเงินอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือระบบการชำระเงินด้วยเงินสด และระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสด



ภาพประกอบ 2 ระบบการชำระเงินในประเทศไทย Payment Systems in Thailand

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2542)

1. การชำระเงินที่เป็นเงินสด

การจัดพิมพ์ธนบัตร การนำธนบัตรออกใช้ การรับและจ่ายเงินสดระหว่างธนาคารกลาง สถาบันการเงิน และบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการตรวจคัดธนบัตรชำรุดออกไปทำลาย และพิมพ์ธนบัตรใหม่ขึ้นทดแทนเป็นต้น

2. การชำระเงินที่มีใช้เงินสด

จำแนกได้เป็นการใช้สื่อการชำระเงินที่เป็นตราสาร เช่น เช็ค ดราฟท์ ตัวแลกเงิน ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ส่งจ่าย ผู้ทรงเช็ค ธนาคารที่เกี่ยวข้อง ระบบหรือวิธีการแลกเปลี่ยนเช็คระหว่างธนาคาร ตลอดจนกฎหมายเกี่ยวกับการใช้เช็คเป็นต้น สำหรับการชำระเงินที่มีใช้ตราสารเช่น ระบบอิเล็กทรอนิกส์ จะเกี่ยวข้องกับบุคคล สถาบันการเงิน รวมถึงระบบการโอนเงินด้วยวิธีอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และระเบียบวิธีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเป็นต้น

2.1 การชำระเงินที่เป็นตราสาร (Paper-based Payments)

- คำสั่งโอนเงิน เป็นวิธีการชำระเงินที่ลูกค้าของธนาคารสั่งให้ธนาคารโอนเงินจากบัญชีของตนเพื่อจ่ายเงินจำนวนที่แน่นอนให้แก่ผู้รับเงินหรือเข้าบัญชีที่ธนาคารของผู้รับเงินโดยทางโทรเลข ไปรษณีย์ วิทยุ หรือทางโทรศัพท์

- เช็ค เป็นตราสารซึ่งบุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้ส่งจ่าย สั่งโดยปราศจากเงื่อนไขให้ธนาคารจ่ายเงินจำนวนหนึ่งโดยหักจากบัญชีเงินฝากกระแสรายวันของตนให้แก่หรือตามคำสั่งของบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับเงิน เช็คเป็นสื่อการชำระเงินที่เป็นตราสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในระบบการชำระเงินของประเทศไทย เนื่องจากมีความสะดวก สามารถสั่งจ่ายได้โดยไม่จำกัดจำนวนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

- ตัวแลกเงิน เป็นตราสารที่บุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้ส่งจ่าย สั่งบุคคลคนหนึ่งเรียกว่า ผู้จ่ายให้จ่ายเงินจำนวนที่แน่นอนให้แก่หรือตามคำสั่งของบุคคลอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับเงิน ตัวแลกเงินจะออกโดยมีเงื่อนไขและกำหนดเวลาแน่นอนหรือให้ใช้เงินเมื่อทวงถามก็ได้

- ตัวสัญญาใช้เงิน เป็นตราสารที่บุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้ออกให้คำมั่นสัญญาว่าจะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่หรือตามคำสั่งของบุคคลอีกบุคคลหนึ่งเรียกว่าผู้รับเงินเมื่อครบกำหนดชำระโดยจะมีการกำหนดอัตราดอกเบี้ยไว้หรือไม่ก็ได้

2.2 การชำระเงินที่ไม่เป็นตราสารหรือการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

เมื่อเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารได้ถูกนำมาใช้ในด้านการเงินและการธนาคารเพิ่มขึ้น ธนาคารจึงได้พัฒนาวิธีการชำระเงินจากระบบตราสารมาสู่ระบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking Services) เช่น การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์การฝากถอนผ่านเครื่อง ATM การชำระเงิน ณ จุดขาย (Electronic Funds Transfer at Point of Sale หรือ EFTPOS) รวมทั้งระบบ S.W.I.F.T. ซึ่งเป็นการโอนเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น

สื่อการชำระเงินที่ไม่เป็นตราสารหรือการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีใช้อยู่ในประเทศไทย ประกอบด้วย

- การโอนเงินระหว่างบัญชีตามคำสั่งล่วงหน้า การโอนเงินระหว่างบัญชีตามคำสั่งล่วงหน้า เป็นบริการโอนเงินที่ธนาคารพาณิชย์ได้เริ่มให้บริการแก่ลูกค้าธนาคารพาณิชย์ตั้งแต่ประมาณปี 2530 โดยเริ่มจากการโอนเงินเดือนหรือค่าจ้างจากบัญชีขององค์กร บริษัท ห้างร้าน เข้าบัญชีของพนักงานที่เปิดบัญชีไว้ในธนาคารเดียวกันหรือที่เรียกกันว่า บริการ Direct Credit นอกจากนี้ ยังมีบริการที่เรียกว่า Direct Debit นั่นคือ การหักเงินจากบัญชีเพื่อชำระค่าใช้จ่ายรายเดือนที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ทุกเดือน ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าสินค้าและบริการจากการใช้บัตรเครดิต เป็นต้น โดยบริการทั้งสองประเภทที่กล่าวถึงนี้ ยังคงเป็นบริการการโอนเงินเฉพาะภายในธนาคารพาณิชย์เดียวกัน ไม่สามารถทำ รายการโอนเงินระหว่างบัญชีต่างธนาคารได้

- บัตรพลาสติก เป็นสื่อการชำระเงินที่พัฒนามาจากเงินสดและเช็ค เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่จะลดการถือเงินสด และเพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายที่กว้างขวาง บัตรพลาสติก แบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะทางกายภาพ คือ บัตรแถบแม่เหล็ก กับบัตรสมาร์ทการ์ด (Smart Card)

บัตรแถบแม่เหล็กใช้เทคโนโลยีบันทึกข้อมูลในแถบแม่เหล็กที่ใช้แพร่หลายมานาน ส่วนบัตรสมาร์ทการ์ด เป็นวิวัฒนาการอีกระดับหนึ่งของบัตรพลาสติกโดยการนำเทคโนโลยีไมโครชิพ มาช่วยในการเก็บข้อมูลแทนการเก็บข้อมูลด้วยแถบแม่เหล็กแบบเดิม ซึ่งมีจุดอ่อนในด้านความปลอดภัยของข้อมูล บัตรสมาร์ทการ์ดถูกออกแบบมาเพื่อป้องกันการปลอมแปลงหรือแก้ไขข้อมูลที่ผู้ออกบัตรได้บันทึกไว้ บัตรสมาร์ทการ์ดมีขนาดใกล้เคียงกับบัตรเครดิตทั่วไป ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานกับอุปกรณ์อ่านข้อมูลบัตรเครดิตได้ด้วย แผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ที่ฝังอยู่ด้านหน้าหรือด้านหลังบัตรทำหน้าที่เก็บข้อมูลและประมวลผลได้ด้วยตัวเอง จึงมีประโยชน์ในการใช้งานลักษณะออฟไลน์

ด้วยคุณสมบัติที่สามารถเก็บข้อมูลจำนวนมากได้นี้ สมาร์ทการ์ดจึงเป็นความหวังของทุกคนที่มองว่าในอนาคตเราจะสามารถเก็บข้อมูลของบัตรประเภทต่าง ๆ และเงินสดไว้ในบัตรเพียงใบเดียวแทนกระเป๋าสตางค์ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต บัตรประจำตัวประชาชน ข้อมูลสุขภาพ ปัจจุบันสมาร์ทการ์ดยังมีการใช้อยู่ในวงจำกัด ทั้งนี้เพราะค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูงและยังขาดการกำหนดมาตรฐานของบัตรและระบบงานรองรับเพื่อให้บัตรที่ออกมาจากแหล่งต่าง ๆ สามารถใช้ร่วมกันได้

บัตรเครดิตยังแบ่งประเภทได้ตามลักษณะของการชำระเงิน เช่น การชำระเงินที่จ่ายภายหลัง (Pay Later) การชำระเงินที่จ่ายทันที (Pay Now) หรือการชำระเงินที่จ่ายไว้ล่วงหน้า (Pay Before) ดังนี้

1) บัตรเครดิต (Credit Card) เป็นสื่อการชำระเงินในลักษณะซื้อก่อนจ่ายทีหลัง (Pay Later) โดยผู้ออกบัตรจะกำหนดคุณสมบัติและวงเงินการใช้จ่ายของผู้ถือบัตรไว้ล่วงหน้า ผู้ถือบัตรจะได้รับประโยชน์จากการนำบัตรไปซื้อสินค้าหรือบริการโดยได้รับช่วงปลอดการชำระเงิน (Grace Period) ภายในระยะเวลาหนึ่งตามที่ผู้ออกบัตรจะกำหนด โดยในระหว่างนั้นผู้ออกบัตรจะเป็นผู้รับภาระในการชำระเงินให้แก่ร้านค้าผู้รับบัตรไปก่อน ผู้ออกบัตรจะส่งใบเรียกเก็บเงินให้ผู้ถือบัตรชำระภายในระยะเวลาที่กำหนดเดือนละครั้งผู้ออกบัตรอาจยอมให้ผู้ถือบัตรชำระเงินบางส่วน โดยคิดดอกเบี้ยตามเงื่อนไขการผ่อนชำระที่ผู้ออกบัตรกำหนดไว้ เช่น ชำระร้อยละ 10 ของยอดที่เรียกเก็บโดยมีอัตราชำระขั้นต่ำ 2,000 บาท เป็นต้น

สำหรับบัตรเครดิตที่ไม่มีเงื่อนไขการผ่อนชำระ เราจะเรียกบัตรประเภทนี้ว่า Charge Card ผู้ออกบัตรส่วนมากจะไม่ใช่สถาบันการเงินจึงไม่มีสิทธิในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า ดังนั้น ผู้ถือบัตรจึงต้องชำระเงินทั้งจำนวนเมื่อได้รับใบเรียกเก็บเงิน โดยส่วนมากแล้วบัตรประเภท Charge Card มักจะเป็นบัตรที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น Travel and Entertainment Card ได้แก่ บัตรอเมริกันเอ็กซ์เพรส บัตรไดเนอร์สคลับ ซึ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวที่จะใช้บัตรชำระค่าเดินทาง ที่พัก ค่าอาหารและความบันเทิงต่าง ๆ

บัตร Charge Card อีกประเภทที่เราพบกันเป็นประจำ คือบัตรร้านค้า (Retailer Card) ซึ่งเป็นบัตรที่ห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าออกให้เฉพาะกลุ่มลูกค้าของตนเอง เพื่อใช้ซื้อสินค้าเฉพาะภายในห้างร้านนั้น ๆ เอง ถือเป็นการออกบัตรเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดและส่งเสริมการขาย เช่น บัตรเซ็นทรัล บัตรโรบินสัน เป็นต้น

2) บัตรเดบิต / บัตรเอทีเอ็ม (Debit Card / ATM Card) บัตรเดบิตเป็นบัตรพลาสติกประเภทจ่ายเงินทันทีเมื่อซื้อสินค้าและบริการ (Pay Now) โดยบัตรประเภทนี้ใช้คู่กับบัญชีเงินฝากของผู้ถือบัตร ซึ่งอาจจะเป็นบัญชีออมทรัพย์ หรือกระแสรายวัน โดยส่วนใหญ่ธนาคารผู้ออกบัตรจะพัฒนาบัตร ATM ของตนมาเป็นบัตรเดบิต เช่นบัตรเดบิตในประเทศของธนาคารกรุงเทพ กสิกรไทย ไทยพาณิชย์ หรือบัตรเดบิตต่างประเทศ เช่นMaestro หรือ Visa Electron Card ซึ่งสามารถนำไปใช้ที่ร้านค้าในต่างประเทศได้ โดยผู้ถือบัตรจะถูกหักเงินในบัญชีทันทีขณะที่ใช้บัตรชำระเงิน

บัตรเดบิตนี้เป็นสื่อการชำระเงินที่เหมาะสมกับผู้ที่ไม่ใช่บัตรเครดิตและประสงค์จะใช้จ่ายจากเงินในบัญชีของตนเองเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ บัตรเดบิตมีประโยชน์ต่อผู้ถือบัตรและผู้ประกอบการค้าหลายด้านดังนี้ ไม่ต้องพกพาเงินสดจำนวนมากทำให้ปลอดภัยจากการสูญหาย

- ไม่ต้องเสียเวลาในการแวะไปธนาคารหรือเครื่องเอทีเอ็ม เพื่อดถอนเงินจากบัญชี ก่อนการชำระค่าสินค้าหรือบริการใด ๆ

- สามารถบริหารเงินในบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากไม่ต้องถอนเงินจากบัญชีมาถือไว้ ธนาคารจะตัดบัญชีตามจำนวนเงินที่ซื้อสินค้าเท่านั้น

- ผู้ประกอบการสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการตรวจนับเก็บรักษาเงินสด และนำส่งเข้าบัญชีธนาคาร เนื่องจากธนาคารจะดูแลโอนเงินเข้าบัญชีให้โดยอัตโนมัติ

- ผู้ประกอบการไม่ต้องเสี่ยงต่อการถูกโจรกรรมโดยเฉพาะกิจการที่เปิด 24 ชั่วโมง เช่น สถานีบริการน้ำมัน หรือซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

3) บัตรชำระเงินล่วงหน้า (Prepaid Card) ลักษณะของสื่อการชำระเงินประเภทนี้ จะเป็นบัตรที่ผู้ถือบัตรได้จ่ายเงินล่วงหน้า (Pay Before) ให้แก่ผู้ออกบัตร เพื่อใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าต่ำ เช่น ใช้ชำระค่าโทรศัพท์สาธารณะ ค่าเช่าที่จอดรถ ค่าผ่านทางด่วน หรือค่าโดยสารรถประจำทาง เป็นต้นวัตถุประสงค์ของการออกบัตรชำระเงินล่วงหน้านี้เพื่อตอบสนองความต้องการความสะดวกในการชำระเงินมูลค่าต่ำ ซึ่งปกติมักชำระด้วยเหรียญกษาปณ์ ทำให้เป็นภาระทั้งแก่ผู้ซื้อและผู้ขายที่จะต้องแลกเงินเหรียญจำนวนมาก เสียเวลาในการตรวจนับและเปลืองเนื้อที่ในการจัดเก็บการใช้บัตรชำระเงินล่วงหน้าจะช่วยแก้ปัญหาเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี

บัตรชำระเงินล่วงหน้าที่นิยมใช้กันแพร่หลายที่สุดในประเทศไทยขณะนี้คือ บัตรโทรศัพท์ ซึ่งออกโดยองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย เพราะนอกจากใช้ชำระค่าโทรศัพท์แล้วยังเป็น สิ่งของสะสม (Collected Item) ที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วไม่แพ้การสะสมแสตมป์อีกด้วย นอกจากนั้นยังมีบัตรที่ออกโดยเอกชนเพื่อชำระค่าชมภาพยนตร์ ค่าโดยสารรถประจำทาง แต่ยังคงใช้กันในวงจำกัด

- บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ (Electronic Banking Services) นอกจากบริการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วยังมีบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ อีก ซึ่งธนาคารแต่ละแห่งเรียกแตกต่างกันเช่น Office Banking , Home Banking หรือ Tele-Banking เป็นบริการที่ลูกค้าสามารถสอบถามข้อมูลด้านการเงินของตนที่เกี่ยวข้องกับบริการธนาคาร

และข้อมูลอื่น ๆ ที่ธนาคารสามารถจัดให้ทันทีที่ต้องการได้โดยไม่ต้องไปติดต่อ ณ สำนักงานธนาคารด้วยตนเอง โดยใช้เครื่องโทรศัพท์หรือคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่นำมาเชื่อมโยงกับเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารเพื่อใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking Services) ลูกค้าจะได้รับรหัสประจำตัวผู้ใช้บริการซึ่งเปรียบเสมือนกุญแจที่ไขเข้าไปในระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคาร ระบบจะรับคำสั่งดังกล่าวมาทำการตรวจสอบสิทธิและอำนาจของผู้ทำรายการต่าง ๆ เช่นการสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี การขอเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต การโอนเงินและการชำระเงินเป็นต้น นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งได้พัฒนาเครือข่ายของธนาคารในการให้บริการกับกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ และลูกค้าผู้นำเข้าและส่งออกสินค้าเพื่อให้สามารถทำรายการจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของตนเองเข้าถึงเครือข่ายของธนาคารบน Internet

- การโอนเงินผ่านระบบบาทเนต เป็นระบบการโอนเงินมูลค่าสูงด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้บริการแก่ธนาคารและสถาบันการเงินซึ่งมีเงินฝากอยู่ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยในการโอนเงินในบัญชีเงินฝากของตนไปเข้าบัญชีของสถาบันอื่น ระบบบาทเนตยังมีบริการโอนเงินเพื่อบุคคลที่สาม ซึ่งธนาคารสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการโอนเงินไปธนาคารอื่นเพื่อให้ นำเข้าบัญชีของผู้รับประโยชน์ที่ธนาคารนั้น ประชาชนทั่วไปและองค์กรธุรกิจต่าง ๆ สามารถติดต่อขอใช้บริการผ่านธนาคารที่ตนมีเงินฝากไปเข้าบัญชีของผู้รับเงินที่ธนาคารต่าง ๆ ได้ทั่วราชอาณาจักร

พัฒนาการใหม่ ๆ ในระบบการชำระเงิน

วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ของการพาณิชย์ที่เรียกว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Commerce ในกระบวนการธุรกรรมทางพาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์นั้นปัจจัยประการสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกรรมทางพาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสมบูรณ์ได้ คือ ระบบการชำระเงิน ซึ่งมี 3 รูปแบบ ได้แก่

- 1) การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยใช้เทคโนโลยีเสริมสร้างความปลอดภัย
- 2) การใช้วิธีการชำระเงิน ที่เป็นตราสาร เช่น เช็คหรือการโอนเงินผ่านธนาคาร
- 3) การชำระเงินด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปของข้อมูลดิจิทัลที่เก็บอยู่ในบัตรสมาร์ทการ์ด หรือฮาร์ดดิสก์ในเครื่องคอมพิวเตอร์

ธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนต่างเล็งเห็นความสำคัญและศักยภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นใน

ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รัฐบาลจึงได้จัดตั้งคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อประชุมหารือกำหนดนโยบาย แนวทาง และมาตรฐานสำหรับข้อกำหนดทั้งทางเทคนิค ธุรกิจ กฎระเบียบ และระบบความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีสมาร์ตการ์ดในประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีทิศทางที่สอดคล้องกัน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนขยายรวมการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (UTAU2)

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ได้ศึกษาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (UTAUT2) กล่าวว่า เป็นทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาบนพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดจากปัจจัยหลัก 8 ทฤษฎีพื้นฐานของด้านการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้น จึงมีความเป็นไปได้ที่จะนำมาใช้เป็นกรอบอ้างอิง เพื่อประยุกต์การศึกษางานวิจัยที่มีความครอบคลุมทั้งกลุ่มบุคคลทั่วไปและกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน โดยอาศัยความตั้งใจและพฤติกรรมเป็นตัวพยากรณ์ตัวแปรตามลำดับ เพื่อให้ผลวิจัยมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ

Venkatesh et al. (2012 อ้างถึงใน สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) กล่าวว่า ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh และคณะเนื่องจากแบบจำลอง 8 ทฤษฎีข้างต้น เมื่อใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐานในงานวิจัย อาจทำให้จำเป็นต้องคัดเลือกเฉพาะแบบจำลองที่มีชื่อเสียง หรือทำให้งานวิจัยส่วนใหญ่ละเลยแบบจำลองที่เป็นทางเลือก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้อธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลภายใต้ทฤษฎีรวม (Unified theory) ที่อาศัยพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดของปัจจัยต่าง ๆ จาก 8 ทฤษฎี และถูกนำไปใช้ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจ (เช่น Entertainment Telecommunication Banking และ Public administration) โดยใช้ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมและ/หรือพฤติกรรมการใช้เป็นตัวแปรหลัก

หลักการของทฤษฎี UTAUT ศึกษา พฤติกรรมการใช้ ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ (1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) (2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) และ (3) อิทธิพลของสังคม (Social influence) ส่วนสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งานมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ สำหรับตัวแปรเสริม/ ตัวผันแปรมีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ประสบการณ์ และ (4)

ความสนใจในการใช้งานมีความสำคัญในการหาหน้าที่เชื่อมโยง (Conjunction) แบบจำลองทั้ง 8 ทฤษฎีให้กลายเป็นทฤษฎีรวม ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักและตัวแปรเสริม/ตัวผันแปรตามทฤษฎี UTAUT

พรชนก พลาบุญย์ (2560, น.8-9) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็น การตัดสินใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีไปใช้อย่างเต็มที่ เพราะคิดว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์และง่ายต่อการนำมาใช้งาน

อัศรเดช ปิ่นสุข (2558, น.20) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็น การตัดสินใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีไปใช้อย่างเต็มที่ เพราะคิดว่า เทคโนโลยีนั้นเป็นวิถีทางที่ดีกว่า และมีประโยชน์มากกว่า ระยะเวลาตั้งแต่ขั้นความรู้จนถึงการยืนยันใช้เทคโนโลยีนั้นอาจกินเวลาหลาย ๆ ปี

Hart, Nwibere & Inyang (2015 อ้างถึงใน พรชนก พลาบุญย์ (2560, น.19) รายงานว่า การยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model: TAM) เป็นแบบจำลองที่ประยุกต์มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล(Theory of Reasoned Action: TRA) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยาที่ถูกนำไปใช้ศึกษาอย่างแพร่หลายโดยภายใต้ภาวะปกติบุคคลจะคิดใคร่ครวญถึงผลที่จะได้รับจากการกระทำของตนก่อนเสมอจึงจะตัดสินใจกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง และก่อนการกระทำพฤติกรรมหนึ่งบุคคลจะมีเจตนาเกิดขึ้นก่อนการกระทำซึ่งเรียกเจตนาที่ว่า ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) โดยพฤติกรรมทางสังคมของบุคคลส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจดังกล่าว

Venkatesh et al. (2012 อ้างถึงใน ชวิศา พุ่มดนตรี, 2559, น.23-25) ได้เสนอหลักการของ UTAUT2 ว่า การศึกษาพฤติกรรมที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และ/หรือ พฤติกรรมการใช้ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 7 ประการซึ่งได้แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และ/หรือ พฤติกรรมการใช้ได้รับอิทธิพลจาก 7 ปัจจัยหลัก ได้แก่

1. ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ (Performance Expectancy: PE) หมายถึงความเชื่อของแต่ละคนว่าการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้ได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และสามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีได้ โดยมีปัจจัยที่

เกี่ยวข้อง คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี ความสามารถของเทคโนโลยีที่แต่ละบุคคลเชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ แรงจูงใจภายนอก ความคาดหวังในผลลัพธ์ของการทำงาน และข้อดีของนวัตกรรม

2. ความคาดหวังจากความพยายาม (Effort Expectancy: EE) หมายถึงความง่ายในการใช้งาน มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน นวัตกรรมมีความยากหรือง่ายต่อการใช้งาน และความง่ายต่อการใช้งานตามที่กฎในแบบจำลอง

3. อิทธิพลทางสังคม (Social Influence: SI) หมายถึงการรับรู้ของแต่ละคนว่ากลุ่มคนอื่น ๆ ที่มีความสำคัญต่อตัวเองได้ให้ความหวังว่า แต่ละคนควรใช้เทคโนโลยีใหม่ ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ บรรทัดฐาน และปัจจัยทางสังคม

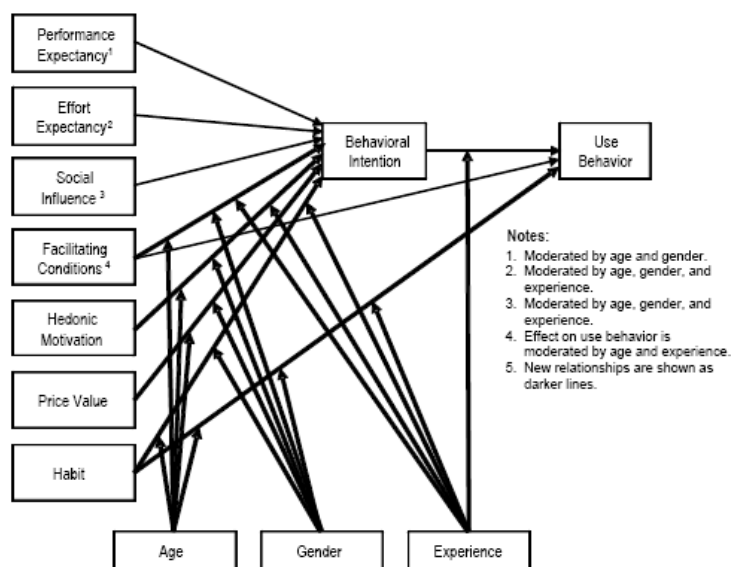
4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions: FC) หมายถึงความเชื่อของแต่ละคนว่าโครงสร้างพื้นฐานองค์การที่ดีจะช่วยส่งเสริม และเพิ่มความสะดวกในการใช้งานได้ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้อง ได้แก่ การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความสอดคล้องเหมาะสมกับผู้ใช้งาน

5. แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation: HM) หมายถึง ความสนุก ความพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี

6. มูลค่าตามราคา (Price Value: PV) หมายถึง ความรู้ความคิดและทักษะการเปรียบเทียบของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายเพื่อการใช้ประโยชน์นั้น ๆ

7. อุปนิสัยส่วนบุคคล (Habit: H) หมายถึง การที่บุคคลมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติ เนื่องด้วยสิ่งที่เรียนรู้มาในอดีต และได้เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นอุปนิสัยส่วนตัว

รวมทั้งมีตัวแปรเสริม ได้แก่ เพศ (Gender), อายุ (Age), และประสบการณ์ (Experience) ทั้งนี้ ปัจจัยหลักทั้ง 7 ประการจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ด้วย สำหรับตัวแปรเสริมจะส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และ/หรือพฤติกรรมการใช้ผ่านทางปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ (1) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (2) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (3) มูลค่าตามราคา และ (4) อุปนิสัยส่วนบุคคล ตามที่ปรากฏในภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 แบบจำลองทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี เป็นกระบวนการความคิด การตัดสินใจในการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ซึ่งใช้เวลาในการเรียนรู้ การทดลองใช้ นำไปสู่การรับรู้ได้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาออกมาให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการทางความคิด มีเป้าหมายที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก นักวิจัยและนักวิชาการต่างให้ความสนใจในการค้นคว้า ทฤษฎีและการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเลือกศึกษาจากพฤติกรรม ทศนคติ เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยี เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ๆ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

Rubio, Oubia, and Villaseor (2014, pp. 289-298) กล่าวว่า ผู้บริโภคจะเลือกแบรนด์ร้านค้า จากข้อได้เปรียบด้านราคา แต่คุณภาพมีบทบาทสำคัญมากกว่าราคาต่อความสำเร็จของแบรนด์ร้านค้า เนื่องจากคุณภาพของแบรนด์ร้านค้าจะมีผลกับการรับรู้ความเสี่ยง ดังนั้น การรับรู้คุณภาพของแบรนด์ร้านค้าจะกระทบต่อความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้ คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ และความพึงพอใจของผู้บริโภค เป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องเข้าใจแง่มุมของแบรนด์ที่จะตัดสินใจรับรู้ความเสี่ยงและความเสี่ยงที่รับรู้นั้นมีผลกระทบและสัมพันธ์กับความสำเร็จของแบรนด์

นราทิพย์ ณ ระนอง (2557, น.28-30) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและในการซื้อขายสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในรูปแบบใหม่เพิ่มมากขึ้น เช่น ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy risk) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security risk) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยสามารถสรุปประเภทของความเสี่ยงในบริบทของการซื้อขายสินค้าและบริการในระบบออนไลน์ได้เป็น 8 ประเภท ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial/Monetary risk) 2) ความเสี่ยงด้านความสามารถของสินค้า (Performance /Functional risk) 3) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time/Opportunity risk) 4) ความเสี่ยงด้านสังคม (Social risk) 5) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychological risk) 6) ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical risk) 7) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy risk) 8) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security risk) (Cunningham et al., 2005; Lee,2008; Zheng et al., 2012; Featherman & Pavlou, 2002 ;2012 Rakhi & mala, 2014; Lu et al, 2005; Farzianpour et al.,2014) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial/Monetary risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคอาจต้องเผชิญกับความสูญเสียทางการเงินอันเนื่องมาจากต้นทุนแอบแฝงซึ่งส่งผลให้ค่าใช้จ่ายนั้นมีราคาสูงเกินความเป็นจริงและอาจจะมีสินค้าหรือบริการชนิดเดียวจำหน่ายอยู่ที่อื่นแต่มีราคาที่ถูกลงกว่า หรือความสูญเสียที่อาจเกิดจากสินค้าหรือบริการให้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายไป

2. ความเสี่ยงด้านความสามารถของสินค้า (Performance /Functional risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่สินค้าหรือบริการไม่สามารถทำงานได้ตามปกติหรือไม่สามารถทานได้ตรงกับสรรพคุณตามที่โฆษณาได้กล่าวอ้างไว้ จึงส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจเนื่องจากระดับการทำงานของสินค้าและบริการต่ำกว่าความคาดหวังของผู้บริโภคที่ตั้งไว้ โดยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในด้านนี้จะมีระดับที่สูงหรือต่ำขึ้นขึ้นอยู่กับความรู้เกี่ยวกับข้อมูลสินค้าหรือบริการและประสบการณ์ในการใช้งานของผู้บริโภค

3. ความเสี่ยงด้านเวลา (Time/Opportunity risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะต้องเสียเวลาและความสับสนวุ่นวาย หรือความพยายามในการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ หรือผู้บริโภคอาจต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ขั้นตอนวิธีการใช้งานสินค้าหรือบริการ ในกรณีที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งานมาก่อน นอกจากนี้ยังรวมไปถึงระยะเวลาที่ผู้บริโภคต้องใช้ในการรออันเนื่องมาจากความผิดพลาดในการทำงานของระบบ ซึ่งระยะเวลาที่ผู้บริโภคเสียไปนี้คือค่าเสียโอกาสในการทำกิจกรรมอย่างอื่น

งานวิจัยของ Featherman and Pavlou (2002) ยังพบว่า ผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการในระบบออนไลน์เป็นบุคคลประเภทที่ให้ความสำคัญกับเวลา (Time oriented) โดยผู้บริโภคจะมีความกังวลเกี่ยวกับเวลาที่ต้องใช้ในการจัดเตรียมหรือติดตั้งระบบการเรียนรู้วิธีการใช้งานตลอดจนวิธีการแก้ปัญหาการระบบเกิดความผิดพลาด ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงในด้านเวลาจึงเป็นสาเหตุหลักที่ผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะเลือกใช้หรือไม่ใช้บริการ

4. ความเสี่ยงด้านสังคม (Social risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะสูญเสียสถานะทางสังคมภายในกลุ่มซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการที่ไม่ตรงกับคุณภาพมาตรฐานที่กลุ่มทางสังคมนั้นได้วางไว้ หรืออาจเป็นสินค้าที่ไม่ได้เป็นที่นิยม (Untrendy) ในสังคมนั้นโดยบุคคลในสังคมรอบข้างของผู้บริโภค เช่นบุคคลในครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน จะแสดงออกถึงความคิดเห็นด้านลบหรือความรู้สึกผิดหวังต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค สูญเสียความมั่นใจหรือก่อให้เกิดความอับอายแก่ทางสังคมได้

Farzianpour และ คณะ (2014) ได้ขยายความเพิ่มเติมอีกว่า ผู้บริโภคแต่ละคนนั้นเป็นสมาชิกอยู่ในสภาพทางสังคมที่แตกต่างกันออกไป และถูกแวดล้อมไปด้วยผู้คนจำนวนมาก ซึ่งแต่ละคนต่างก็มีความรู้ ความเชื่อ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นในทิศทางที่แตกต่างกันออกไป อีกทั้งผู้คนยังมีความพยายามที่จะถ่ายทอดความคิดและประสบการณ์ให้แก่กันและกัน รวมถึงพยายามโน้มน้าวให้บุคคลอื่นในสังคมคิดเช่นเดียวกันกับตน โดยเฉพาะในกรณีที่สินค้าหรือบริการนั้นเป็นสินค้าใหม่หรือมีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับข้อมูลความคิดเห็นของคนในสังคม เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้นเป็นอย่างมาก

5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychological risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าการซื้อสินค้าหรือบริการในครั้งนั้นมีความขัดแย้งกับบุคลิกลักษณะนิสัยของตนเอง (Self-perception) หรือสินค้าและบริการเข้ากันไม่ได้กับภาพลักษณ์ (Self-image) ของผู้บริโภค จึงทำให้เกิดความรู้สึกในด้านลบและสูญเสียความมั่นใจในตนเอง (Self-esteem)

6. ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะได้รับอันตรายหรือได้รับบาดเจ็บทางร่างกายจากการใช้สินค้าหรือบริการ โดยทั่วไปความเสี่ยงด้านนี้มักเกี่ยวข้องกับความปลอดภัย สุขภาพร่างกายและชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภค

7. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะได้รับความเสียหายจากการละเมิดความเป็นส่วนตัวโดยการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นความลับไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม โดยเจ้าของธุรกิจที่ให้บริการออนไลน์อาจนำข้อมูลของ

ผู้บริโภคหรือข้อมูลเกี่ยวพันพฤติกรรมการซื้อขายไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต เช่น การส่งข้อความ อีเมลขยะ และในกรณีที่น่ากลัวที่สุดคือ การโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคล (Spoofed) เพื่อนำไปใช้ในการปลอมตัวและแอบอ้างในการทำธุรกรรมหรืออ้างสิทธิเพื่อรับผลประโยชน์ต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นอาชญากรรมและมีความผิดตามกฎหมาย โดยความเสียหายที่เกิดขึ้นนั้นอาจเป็นผลมาจากนโยบายและความเข้มงวดในการรักษาความลับของข้อมูลลูกค้าของบริษัท จึงนับเป็นความท้าทายต่อเจ้าของธุรกิจและบริการออนไลน์ ในการดำเนินนโยบายด้านนี้ให้มีความรัดกุมมากที่สุด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

ความเสี่ยงในด้านนี้ถือเป็นความเสี่ยงที่มีอุปสรรคสำคัญที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจการให้บริการออนไลน์โดยเฉพาะบริการทางการเงิน โดยผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่ใช้บริการธนาคารในการทำธุรกรรมออนไลน์นั้นมีความกังวลว่าธนาคารจะนำข้อมูลด้านการเงินของตนไปใช้ประโยชน์ร่วมกับธนาคารหรือบริษัทที่อยู่ในเครือเดียวกัน หรืออาจจะนำข้อมูลมาใช้ในเชิงการค้าเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่น ๆ เพิ่มเติม และจากการเก็บข้อมูลพบว่าผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการธนาคารออนไลน์นั้นมีความต้องการที่จะรับรู้และควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองในทุก ๆ ด้าน

8. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะต้องเผชิญกับความสูญเสียทางการเงิน เช่น การโดนละเมิดข้อมูลความลับทางการเงิน หมายเลขบัตรเครดิต หรือรหัสผ่านในการใช้งานบัตรเครดิต ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านนี้แตกต่างกัน ทั้งนี้ระดับการรับรู้ขึ้นอยู่กับนโยบายในการรักษาความปลอดภัยที่เจ้าของธุรกิจหรือบริการเลือกใช้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วความคาดหวังของผู้บริโภคในด้านรักษาความปลอดภัยจะต้องเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการทำธุรกรรม ตั้งแต่การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าให้เป็นความลับ ขั้นตอนการชำระเงินและข้อมูลทางการเงินต่าง ๆ หรือการส่งต่อข้อมูลของลูกค้าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ดังนั้น การรับรู้ความเสี่ยงในด้านนี้จึงมีความเกี่ยวข้องกับการเลือกใช้เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ามากที่สุด จากผลวิจัยของ (Lee, 2008) ยังพบว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เพิ่มมากขึ้น หากผู้บริโภคสามารถเชื่อถือได้ในระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางการเงินและบัตรเครดิต นอกจากนี้ นักวิชาการหลายท่านยังระบุความเสี่ยงในด้านนี้เป็นหนึ่งในความเสี่ยงที่สุดกับการให้บริการธนาคารออนไลน์

Cunningham 1967 อ้างถึงใน Lu, Hsu, and Hsu (2005, p.109) อธิบายว่า นักวิจัย และนักวิชาการทางการตลาดมากมาย กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง คือการรับรู้ความไม่

แน่นอนของลูกค้าซึ่งเกี่ยวข้องในทิศทางลบกับการซื้อสินค้า หรือบริการ ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงที่สูงขึ้น จึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนด้านลบที่สำคัญ

ในสภาพแวดล้อมออนไลน์ ความเสี่ยงมีผลต่อการประเมินเลือกสินค้า หรือบริการ (Martin & Camarero, 2008) โดยระบบรักษาความปลอดภัย และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งไปกระทบต่อการซื้อสินค้าของลูกค้า ขณะที่ข้อมูลการนำเสนอขององค์กร หรือเว็บไซต์ต่อลูกค้ามีผลเช่นกัน หากมีการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน ย่อมทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำแสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงขึ้นกับระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน

ขณะที่การประเมินความเสี่ยงของลูกค้า เป็นขั้นตอนที่มีความยุ่งยาก เพราะจะขึ้นอยู่กับค่านิยม มาตรฐานของแต่ละคน หรือแต่ละสังคมว่าจะกำหนดระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ไว้ที่ระดับใด เปรียบเทียบโดยใช้อะไรเป็นมาตรฐาน อย่างไรก็ตามพฤติกรรมที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยงอาจจำแนกออกเป็น 4 ลักษณะคือ

1. การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง หมายถึง การที่ไม่ได้มีการพิจารณาเปรียบเทียบความเสี่ยงกับความเสี่ยงอื่นหรือประโยชน์ที่จะได้รับ กระบวนการวิเคราะห์จะขึ้นกับเงื่อนไขทางสังคม เช่น เจตคติ ความเชื่อ
2. เปรียบเทียบความเสี่ยงที่คาดคะเนได้กับค่าความเสี่ยงที่กำหนดไว้เป็นมาตรฐาน เนื่องจากในความเป็นจริงไม่ว่าเราจะทำกิจกรรมใด ๆ ย่อมต้องมีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตอยู่แล้ว การประเมินความเสี่ยงนี้ มีหลักในการพิจารณาว่า ถ้าความเสี่ยงที่เกิดจากกิจกรรมที่พิจารณาไม่มากกว่าระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น เป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้
3. การประเมินความเสี่ยง โดยพิจารณาจากค่าใช้จ่ายที่จะต้องสูญเสียไปในการป้องกันไม่ให้ความเสี่ยงนั้นเกิดขึ้น
4. การประเมินความเสี่ยงโดยตัดสินใจจากผลตอบแทนที่ได้รับ เช่น ในการเดินทางบนท้องถนน ถ้าขับรถเร็วหรือใช้มอเตอร์ไซด์มีความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตสูง แต่ได้รับผลตอบแทนคือประหยัดเวลา

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยงหากผู้แบรนด์ได้มีการนำเสนอความน่าเชื่อถือในเรื่องของความปลอดภัย ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ความเสี่ยงลดลง และชื่อเสียงของแบรนด์ส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงเช่นกัน เพราะเป็นตัวรับประกันว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับจะไม่ส่งผลเสียในภายหลัง หรือหากเกิดความผิดพลาดบางประการ แบรนด์หรือองค์กรนั้นจะสามารถแก้ปัญหาได้ในทันที และผลจากการรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด ข้อมูลที่ไม่แสดงให้เห็นถึงความ

ปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัย การเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน อาจนำไปสู่ ความผิดหวัง ความไม่พึงพอใจ และทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าไม่ตัดสินใจที่จะทำการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความเสี่ยงจึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่สำคัญ และน่าสนใจ ผู้วิจัยจึงได้นำมาสร้างเป็นหนึ่งในตัวแปรอิสระในกรอบแนวความคิด

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ

พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2545 อ้างถึงใน พรชนก พลาบุญย์, 2560, น.21) กล่าวว่า ความตั้งใจ (Intention) หมายถึงการเอาใจจดจ่อซึ่งเป็นการตัดสินใจที่จะเลือกหรือกระทำในวิธีใดวิธีหนึ่ง มีทิศทางแน่นอนของจิตมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนต่อสิ่งที่ปรารถนาและแสดงออกตามที่ทัศนคติหรือมีความเชื่อต่อสิ่งนั้น

Engel Blanckwell & Miniard (1995 อ้างถึงในพรชนก พลาบุญย์, 2560, น.22) ได้อธิบายว่า แบบจำลองของความตั้งใจเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการซื้อและมักมีการศึกษาความตั้งใจซื้อและใช้บริการเมื่อจะมีการออกสินค้าใหม่นอกจากนั้นยังมีปัจจัยที่กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อและใช้บริการและพฤติกรรมด้วยคือช่วงเวลา (Time Interval) โดยที่ความแข็งแกร่งของความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจกับพฤติกรรมจะมีผลจากช่วงเวลาระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรมซึ่งโอกาสที่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนความตั้งใจอาจมากขึ้นถ้าช่วงเวลามากขึ้นแต่ถ้าช่วงเวลานั้นความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจกับพฤติกรรมจะแข็งแกร่งมากกล่าวคือถ้าผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อและใช้บริการแล้วแต่ยังไม่ได้ซื้อทันทีปล่อยเวลาให้เนิ่นนานไปโอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าก็จะน้อยลงนั่นเองและปัจจัยด้านประสบการณ์(Experience) โดยที่ทัศนคติและความตั้งใจซื้อและใช้บริการที่อิงกับประสบการณ์จริงจะมีความมั่นคงกับพฤติกรรมมากกว่าทัศนคติและความตั้งใจซื้อและใช้บริการที่อิงกับประสบการณ์ทางอ้อมกล่าวคือทัศนคติที่ถูกสร้างผ่านการเปิดรับโฆษณาจะทำนายได้น้อยกว่าที่ถูกสร้างผ่านการทดลองใช้สินค้า

ความตั้งใจ คือ ความเต็มใจของบุคคลในการกระทำพฤติกรรม เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนการกระทำ โดยใช้ทฤษฎีแนวคิดพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) (Ajzen,1991) ในการอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนทัศนคติ (Attitudes) การคล้อยตาม (Subjective Norm) และ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) ทั้งสามอย่างนี้ถูกใช้ในการอธิบายความตั้งใจโดยตรงและโดยอ้อมของผู้คนในหลาย ๆ กรณี อย่างเช่น ความสมัครใจในการออกเสียงและการให้ (Hrubes, Ajzen & Daigle, 2001) ในการวัดโดยตรง (Direct

Measurement) ของปัจจัยเหล่านี้ ทศนคติ หมายความว่า การตัดสินใจประเมินข้อดีข้อเสียของการแสดงพฤติกรรมนั้น ในขณะที่การคล้อยตามหมายถึง ความรับรู้ของบุคคลถึงแรงกดดันทางสังคมในการแสดงพฤติกรรม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม หมายความว่า ความมั่นใจในการรับรู้ของบุคคลถึงการแสดงพฤติกรรมของตน (Fishbein & Ajzen, 2005)

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจ

ในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจนั้นจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับปัจจัยต่าง ๆ ที่จะใช้กำหนดความตั้งใจของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่มาจากตัวบุคคลหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นปัจจัยที่มาจากตัวบุคคลได้แก่ลักษณะบุคลิกภาพของตัวผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่เราไม่สามารถควบคุมได้ไม่ว่าจะเป็นความต้องการแรงจูงใจทัศนคติความสามารถในการรับรู้ข่าวสารความสามารถในการปรับตัว ฯลฯ ในกรณีของปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นนั้นจะต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของตัวกระตุ้นเพื่อที่จะได้สามารถนำมาใช้ในการกระตุ้นความสนใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งเราจะต้องทำการพิจารณาในด้านที่เกี่ยวข้องกับขนาดสีคันการเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดอื่นจุดยืนของสินค้าความแปลกใหม่ ฯลฯ ซึ่งตัวกำหนดเหล่านี้เป็นสิ่งที่เราสามารถควบคุมได้นำมาใช้ในการวางแผนดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการรับข้อมูล (Engel, et al., 1995)

สรุปว่า การศึกษาถึงความตั้งใจมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ นำไปสู่การใช้งานจริง เพราะมันเป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานมุ่งมั่นที่จะใช้ และสิ่งเป็นสิ่งที่สามารถคาดเดาได้ และก่อนที่จะทำการตัดสินใจ จะเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เราเกิดความอยาก และตั้งใจที่จะทำหรือเลือกสิ่งนั้น ซึ่งปัจจัยที่กระตุ้นอาจเกิดจาก คนรอบข้าง หรือจากบุคลิกของตนเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่เราไม่สามารถควบคุมได้ไม่ว่าจะเป็นความต้องการแรงจูงใจทัศนคติความสามารถในการรับรู้ข่าวสารความสามารถในการปรับตัว โดยที่ทัศนคติและความตั้งใจซื้อและใช้บริการที่อิงกับประสบการณ์จริงจะมีความมั่นคงกับพฤติกรรมมากกว่าทัศนคติและความตั้งใจซื้อและใช้บริการที่อิงกับประสบการณ์ทางอ้อม

2.6 ข้อมูลทั่วไปของ TRUE MONEY

ทรูมันนี่คือบริษัทฟินเทคชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มุ่งมั่นให้บริการทางการเงินแก่ทั้งผู้บริโภคยุคดิจิทัลและผู้บริโภคที่เข้าไม่ถึงบริการของสถาบันทางการเงิน โดยให้บริการใน 6 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย กัมพูชา เมียนมาร์ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย

ทรูมันนี่ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2546 และเข้าเป็นธุรกิจหนึ่งของบริษัทแอสเซนดัมน์ในปี พ.ศ. 2557 โดยทรูมันนี่มีผู้ถือหุ้นหลักสองราย คือ เครือเจริญโภคภัณฑ์ (หรือ ซีพี) กลุ่มธุรกิจด้าน

อาหาร การเกษตร ค้าปลีก และธุรกิจด้านโทรคมนาคมชั้นนำของโลก และอีกหนึ่ง คือ บริษัท แอนท์ ไฟแนนเชียล เซอร์วิส เซส กรุ๊ป ผู้นำด้านเทคโนโลยีที่มุ่งมั่นพัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความเท่าเทียมกันของทุกคน มุ่งเน้นให้บริการทางการเงินแก่ทุก ๆ คนรวมไปถึงผู้ที่เข้าถึงบริการของสถาบันทางการเงินต่าง ๆ ให้บริการโดย บริษัท แอสเซนด มั่นใจ และเป็นพันธมิตรกับ บริษัท Alipay โดยมีบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุดอย่างทรูมันนี่ วอลเล็ท แอปเดียวที่ช่วยให้ชีวิตในการใช้จ่ายง่ายขึ้น และตอบโจทย์กับทุกไลฟ์สไตล์ พร้อมมีเครือข่ายตัวแทน ทรูมันนี่ ที่ครอบคลุมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งนี้เพื่อมอบความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินให้กับหลายล้านคนเพื่อก้าวไปสู่ชีวิตที่ดียิ่งขึ้น บริการด้านการเงินที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมด้านการเงิน ไม่ว่าจะเป็น เดบิต-จ่าย-โอน-ถอน ได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และล่าสุด ทรูมันนี่ (True Money) ได้ปรับโฉมภาพลักษณ์ใหม่เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้ในปัจจุบัน กับการเปิดตัวแอปพลิเคชัน ที่มีชื่อว่า True money wallet ที่ผู้ใช้บริการสามารถจัดการทุกเรื่องเกี่ยวกับการเงินได้ด้วยตนเอง ผ่านทางแอปพลิเคชัน ซึ่งประกอบด้วย 3 บริการหลักๆ ก็คือ เติมเงิน (Top Up), โอนเงิน (Transfer) และบริการชำระบิล (Bill Payment) และล่าสุด กับฟังก์ชันใหม่ Scan & Pay รายแรกในประเทศไทย ที่ลูกค้าสามารถชำระค่าบริการได้ด้วยตนเอง เสมือนมีเคาน์เตอร์ส่วนตัวตลอด 24 ชั่วโมง รองรับการจ่ายได้กว่า 80 บิล และที่สำคัญ ใช้ได้ทุกเครือข่าย พร้อมพบโปรโมชันโดนใจจากการเติมเงินมือถือหรือเติมเน็ต, ซื้อสินค้าที่ 7-Eleven, True Coffee และร้านค้าพันธมิตรอื่น ๆ คุณสามารถใช้ซื้อแอปฯ เติมเกม หรือซื้อไอเทมเกม, ชำระบิล, ชอปปิงออนไลน์, โอนเงิน

พันธกิจ

เราพร้อมที่จะทำให้ทุก ๆ คนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ด้วยนวัตกรรมใหม่ เพื่อชีวิตที่ดียิ่งขึ้นไปกว่าเดิม

ปัจจุบันทรูมันนี่มีบริการด้านการเงินที่หลากหลาย อาทิ True money wallet แอปพลิเคชันอำนวยความสะดวกในการใช้จ่ายง่ายขึ้นและตอบโจทย์กับทุกไลฟ์สไตล์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายตัวแทน ทรูมันนี่ ที่คอยให้บริการทางด้านการเงินที่หลากหลาย อาทิ เติมเงิน ชำระสินค้า โอนเงินในและระหว่างประเทศ ครอบคลุมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และบริการรับชำระเงินแบบออฟไลน์ ทั้งหมดนี้เพื่อมอบความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินให้กับหลายล้านคนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อก้าวไปสู่ชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

TRUE MONEY WALLET

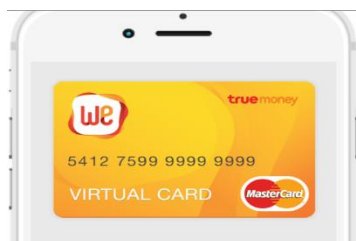
แอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์ ที่เพื่อนๆสามารถใช้จ่ายแทนเงินสดได้ทุกที่ ทุกเวลา และเติมเงินออนไลน์ปลอดภัยจากค่าจากค่าธรรมเนียมที่รบกวนใจ สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน True money wallet จาก Appstore สมาร์ทโฟนในระบบ iOS และ Play Store ในระบบ Android สามารถใช้ซื้อสินค้าที่ 7-ELEVEN, จ่ายบิล, เติมเงินมือถือ, ชื้อบัตรเงินสด และเปิดใช้ We Card เพื่อนำไปใช้ซื้อสินค้าออนไลน์และร้านค้าต่าง ๆ ทุนบัตรเครดิตได้ โดยเพื่อนๆสามารถควบคุมทุกการใช้จ่ายได้ด้วยตัวเอง ง่าย, สะดวก, รวดเร็ว, ปลอดภัย สามารถทำรายการได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านโทรศัพท์มือถือ ประกอบไปด้วยหลายฟังก์ชันภายใต้แอปพลิเคชันเดียวกัน ดังภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 ฟังก์ชันการใช้งาน

ที่มา : ทฤษฎี มั่นใจ (2562a)

หนึ่งในฟังก์ชันของ True money wallet ที่จะช่วยให้เพื่อนๆสามารถซื้อของจับจ่ายใช้สอยได้เหมือนบัตรเครดิต คือ We Card ซึ่งเป็นบัตรเดบิตแบบเติมเงิน ที่ออกบัตรโดย MasterCard มีทั้งแบบบัตรแข็งและแบบ Virtual Card โดยเพื่อนๆสามารถนำ We Card ไปใช้จ่ายได้ที่ร้านค้าและเว็บไซต์ที่รับบัตร MasterCard ได้ทั้งหมด ซึ่งตอบโจทย์สำหรับคนที่ไม่สามารถมีบัตรเครดิตเป็นของตนเองได้



ภาพประกอบ 5 บัตร True Money We Card ชนิด Virtual Card

ที่มา : ทฤษฎี มั่นใจ (2562b)



ภาพประกอบ 6 บัตร True Money We Card ชนิดแข็ง

ที่มา : ทูม มั่นใจ (2562b)

บัตร We Card ทั้งสองประเภท ตามภาพประกอบ 5 และภาพประกอบ 6 สามารถใช้จ่ายได้ดังนี้

1. We Card บัตรแข็ง สามารถใช้ได้กับร้านค้าทั่วประเทศที่มีสัญลักษณ์ MasterCard

2. We Card แบบ Virtual สามารถใช้ผูกกับ Appstore และ Google Play Store เพื่อซื้อแอป, ซื้อของออนไลน์บนเว็บไซต์ที่รับบัตรเครดิต, จ่ายค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าตัวเครื่องบิน, ซื้อ Digital Content เช่น เกม, เพลง ภาพยนตร์ และอีกมากมาย

เนื่องจากแอปพลิเคชันเกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน ดังนั้นเรื่องของความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก ซึ่งในทุกการใช้จ่ายของเพื่อน ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet นั้นมีความปลอดภัยในระดับเดียวกับมาตรฐานธนาคารชั้นนำ ด้วยระบบความปลอดภัย 2 ชั้น (2-Factor authentication)

ขั้นที่ 1 ป้อนรหัสผ่าน/PIN ทุกครั้งที่ใช้งาน

ขั้นที่ 2 ป้อนรหัส OTP (One Time Password) ก่อนการทำธุรกรรมสู่ระบบภายนอกทุกครั้ง

ประชาชนจึงสามารถมั่นใจได้อย่างเต็มร้อยว่าการใช้จ่ายต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet จะมีความปลอดภัย ไม่มีการตัดเงินหายไปเองอย่างแน่นอน และการใช้งานแอปพลิเคชัน ท่านต้องทำการเติมเงินเข้าไปในระบบ ซึ่งสามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้

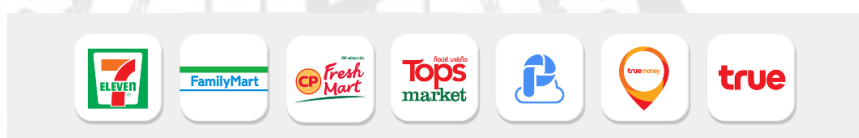
1. เติมนเงินผ่านธนาคาร โดยผูกบัญชีธนาคาร, ATM และ Internet Banking
ซึ่งไม่มีค่าธรรมเนียมจากการทำธุรกรรมผ่านช่องทางเหล่านี้ ตามภาพประกอบ 7



ภาพประกอบ 7 ช่องทางการเติมนเงินผ่านทางธนาคาร

ที่มา : ทู มั่นนี้ (2562d)

2. เติมนเงินผ่านร้านค้าที่ร่วมรายการ ซึ่งไม่มีค่าธรรมเนียมจากการทำธุรกรรมผ่าน
ช่องทางนี้ ตามภาพประกอบ 8



ภาพประกอบ 8 ช่องทางการเติมนเงินผ่านร้านค้าร่วมรายการ

ที่มา : (ทู มั่นนี้, 2562d)

3. เติมนเงินผ่านตู้เติมนเงิน ตู้ทูมั่นนี้ ตู้ Blue pay และตู้ ซิงเกอร์ไม่มีค่าธรรมเนียมใด ๆ
แต่หากใช้บริการ ตู้เติมทุน ตู้บุญเติม และตู้เติมสบายพลัส จะต้องมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมทุก
ครั้งที่มีการใช้บริการ ตามภาพประกอบ 9



ภาพประกอบ 9 ช่องทางการเติมเงินผ่านตู้ของทรู

ที่มา : ทรู มั่นใจ (2562d)

True money wallet สามารถผ่านช่องทางการเติมเงินออนไลน์ได้หลากหลายช่องทาง ทั้งทางเลขบัญชีธนาคารชั้นนำต่าง ๆ ตู้เอทีเอ็ม i-Banking Mobile Banking ร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านค้าต่าง ๆ รวมไปถึงตู้เติมเงินที่กระจายอยู่ทุกจุดทั่วประเทศไทย นอกจากนั้น ทางแอปพลิเคชันยังมีบริการผูกเชื่อมบัญชีธนาคารที่ช่วยให้การเติมเงินแต่ละครั้งของคุณสะดวกยิ่งขึ้น เพราะสามารถเติมเงินเข้าบัญชี True money wallet ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์อย่างไร้ข้อจำกัด ซึ่งตอนนี้ทาง True money wallet ก็ได้มีธนาคารพันธมิตรที่เปิดให้ลูกค้าเข้าร่วมผูกเชื่อมบัญชีแล้วกว่า 3 ธนาคารชั้นนำ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเติมเงินเข้าบัญชีได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

นอกจากจะสามารถเติมเงินออนไลน์ ผ่านการผูกบัญชีธนาคารแล้ว ลูกค้า True money wallet ยังมีช่องทางการเติมเงินผ่านธนาคารอีกหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นตู้เอทีเอ็ม , Mobile Banking หรือ Internet Banking ซึ่งแต่ละช่องทางก็ช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าแตกต่างกันไป โดยสำหรับเติมเงินผ่านตู้เอทีเอ็มก็สามารถเติมเงินโดยไม่มีค่าธรรมเนียม และมีอัตราการเติมเงินที่แตกต่างกันไปแต่ละธนาคาร ลูกค้าจากธนาคารต่าง ๆ ยังสามารถเติมเงินผ่านแอปพลิเคชันของแต่ละธนาคารหรือ Mobile Banking ที่หลายคนคุ้นเคย โดยเริ่มต้นจากการ Log-in เข้าแอปพลิเคชันแล้วเลือกเติมเงิน จากนั้นเข้าหมวดเติมเงินอื่น แล้วเลือก True money wallet จากนั้นกรอกเบอร์ทรูมันนี่ วอลเล็ตในช่องเลขที่อ้างอิง พร้อมจำนวนเงินที่ต้องการเติม แล้วกดยืนยันการทำรายการกดเติมเงิน ตรวจสอบรายการแล้วกดยืนยัน

เสร็จสิ้นการทำรายการ ขณะที่ถ้าต้องการเติมเงินผ่าน Internet Banking ก็สามารถ Log-in เพื่อเติมเงินได้เช่นกัน โดยผู้ที่เติมครั้งแรกอาจจะต้องกรอกแบบฟอร์ม และระบุในช่องประเภทบริการ ว่าเติมเงิน-ชำระค่ามือถือ/ชำระแบบรวมบิล และเลือกซื้อบริษัท ทรูมันนี่ วอลเล็ต

จากนั้นยืนยันการทำรายการด้วยหมายเลขรหัส OTP เลือกรหัสเติมเงินอื่น ๆ จากแบบฟอร์มที่สร้างไว้ก่อนหน้า กรอกรายการเติมเงินที่ต้องการเติม และยืนยันการทำรายการ อย่างไรก็ตาม ลูกค้าไม่สามารถเติมเงินผ่านช่องทางของธนาคารได้ในช่วงเวลา 22.00-01.00 น. ของทุกวัน ขณะที่รายการเติมเงินก็จะยังไม่แสดงในหน้าประวัติการทำรายการเช่นกัน โดยลูกค้าจะเห็นแค่ยอดเงินที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น

ลูกค้าทรูมันนี่ยังสามารถเติมเงินออนไลน์ผ่านช่องทางอื่น ๆ นอกจากธนาคารได้อีกหลากหลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นร้านสะดวกซื้อใกล้บ้านโดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นร้านเซเว่นอีเลฟเว่น, ร้าน Tops, จุดรับชำระทรูมันนี่, True Shop ฯลฯ นอกจากนี้ยังสามารถเติมเงินได้ผ่านตู้เติมเงินทั่วไปทั้งตู้ทรูมันนี่ ตู้บุญเติม ตู้เติมสบาย และตู้กะปุกอีกด้วย พูดได้ว่า นอกจากจะสามารถใช้จ่ายเงินชำระหนี้ได้หลากหลายวิธีแล้ว ลูกค้ายังสามารถเติมเงินแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตได้หลากหลายช่องทางใกล้บ้าน เพื่อตอบรับทุกไลฟ์สไตล์ความสะดวกรวดเร็วในการใช้ชีวิตในสังคมไร้เงินสด



ฟังก์ชันการใช้งานของแอปพลิเคชัน True money wallet



ภาพประกอบ 10 ฟังก์ชันการทำงานของแอปพลิเคชัน TRUE MONEY WALLET

ที่มา : (ทรู มั่นใจ, 2562c)

ฟังก์ชันเหล่านี้ตอบใจത്യคนในสังคมยุคปัจจุบันอย่างมาก เพราะ ทุกวันนี้เวลาที่มีอย่างจำกัด การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เรียกว่า TRUE MONEY WALLET หรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้การใช้จ่าย เป็นเรื่องที่ย่าย สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ส่งผลให้ชีวิตการเป็นอยู่สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และทุกคนที่มีสมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ก็สามารถดาวน์โหลดมาใช้งานได้ง่ายดายดาย โดยไม่จำเป็นต้องเป็นลูกค้าของ TRUE ผู้ที่ให้บริการค่ายอื่น ๆ ก็สามารถดาวน์โหลดและใช้งานได้เช่นกัน ด้วยประโยชน์ที่ครบวงจร และขั้นตอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย รวมถึงมีพนักงานและช่องทางในการให้คำปรึกษาหากเกิด

ปัญหาระหว่างการใช้งานอีกด้วย ทำให้แอปพลิเคชัน TRUE MONEY WALLET กลายเป็นแอปพลิเคชันที่มียอดดาวน์โหลดและมีผู้ใช้งานมากขึ้นเรื่อย

2.7 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิริสุตา รอดทอง (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของปัจจัย ความสัมพันธ์ และทดสอบอิทธิพลของปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน ตลอดจนตรวจสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยมุ่งเน้นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้หรือเคยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟนและมีประสบการณ์ในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชัน จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ในการทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์วิธี Independent t-test ,One-Way ANOVA และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายและการรับรู้ความสะดวกในการพกพาอยู่ในระดับเห็นด้วย ทั้งนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่าย และปัจจัยด้านการรับรู้ความสะดวกในการพกพา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลที่ระดับ 0.368 นอกจากนี้ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน

นุริยา เหลี่ยมปาน (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล: ผลกระทบของความพร้อม ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และอิทธิพลทางสังคม

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา อิทธิพลของความพร้อมด้านเทคโนโลยีปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและอิทธิพล ทางสังคมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลบนสมารท์โฟน และศึกษาความสัมพันธ์ของ ความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลที่มีต่อการใช้งานแอปจริง รวมถึงการเปรียบเทียบความตั้งใจและ

พฤติกรรมการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลของช่วงอายุที่ต่างกันของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี การรับรู้ ประโยชน์ และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้ง ความตั้งใจในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ใช้และไม่ได้ใช้งานจริง นอกจากนี้จากการศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรม การวางแผนการเงินของช่วงอายุที่ต่างกัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุที่แตกต่างกันคือความตั้งใจในการใช้งาน แตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจในการใช้งานสูงสุด และกลุ่มตัวอย่าง ที่อยู่ในช่วงอายุที่แตกต่างกันมีความถนัดในการใช้งานแอปติดตามงบประมาณ และแอปวางแผนค่าใช้จ่ายและเงินออมที่ แตกต่างกัน โดยกลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาและทำงานแล้วตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปมีความถนัดในการใช้งานสูงสุด สำหรับแอปช่วยเหลือทางการเงินและแอปคำนวณเงินกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีความถนัดในการใช้งานไม่แตกต่างกัน

จันทิรา แซ่เตี่ยว (2559) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับวัยกลางคน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับวัยกลางคน เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์กับพฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์บนโทรศัพท์สำหรับวัยกลางคน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ให้ตรงต่อความต้องการของวัยกลางคน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Independent t-test, One-Way ANOVA และ Least Significant Difference (LSD)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอาชีพ การเลือกใช้อุปกรณ์ และช่องทางในการค้นหาแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สีตัวอักษรบนสมาร์ทโฟนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รูปแบบตัวอักษรบนสมาร์ทโฟนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ช่วงระยะเวลาที่ใช้สมาร์ทโฟนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยกลางคน จึงมีความต้องการของสื่ตัวอักษร และรูปแบบอักษรที่ชัดเจน เพื่อความชัดเจนในการมองเห็น ข้อความบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

พรชนก พลาบุญ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่มีความตั้งใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย ซึ่งพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 370 คน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-25 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ มีรายได้ต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และส่วนใหญ่รู้จักบริการพร้อมเพย์จาก TV ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานแรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย ร้อยละ 69 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนปัจจัยด้านความคาดหวังจากการใช้งาน ความกังวล และคุณค่าด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย

พรไพลิน อัมพพลิน (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ความสะดวกและความรวดเร็วในการทำธุรกรรมที่ส่งผลต่อความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ และด้านผลการทำงานของระบบชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด และเพื่อศึกษาความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ ด้านผลการทำงานคุณค่าด้านราคา อิทธิพลทางสังคม และเงื่อนไขความสะดวกที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงและความเที่ยงแล้ว เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 403 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพ โสดระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้ 15,001-30,000 บาท มีความถี่การใช้ระบบการชำระเงิน ด้วยคิวอาร์โค้ดในรอบเดือนที่ผ่านมาเป็นจำนวน 1-2 ครั้ง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) การรับรู้ความสะดวกและความรวดเร็วส่งผลทางบวกต่อความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ และด้านผลการทำงาน (2) ความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้และคุณค่าด้านราคา และอิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้ระบบ (3) ความตั้งใจใช้ระบบและเงื่อนไขความสะดวกส่งผลทางบวกต่อการใช้งานระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์โค้ด

ภัสสรณัฐ รวยธนาสมบัติ (2558) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมถึงเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชันว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดในแต่ละกลุ่มเป้าหมายอย่างถูกต้อง โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านการแจกแบบสอบถาม กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 600 คน แบ่งเป็นเจนเนอเรชันละ 200 คน หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และการใช้สถิติเชิงอ้างอิงโดยใช้วิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า เบื้องต้นในเรื่องพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชันพบว่า เจเนอเรชันวายมีแนวโน้มในการซื้อสินค้าออนไลน์จากการเข้าชมร้านค้าออนไลน์มากที่สุด โดยเจนเนอเรชันเอ็กซ์มีความถี่ในการเข้าชมร้านค้าออนไลน์มากที่สุด คือทุกวัน ทุกวัน หรือ 1-3 ครั้งต่ออาทิตย์ ส่วนในเรื่องความถี่ในการซื้อสินค้าออนไลน์เจนเนอเรชันวายและเจนเนอเรชันเอ็กซ์มีความถี่สูงสุดเท่ากันคือ 3 ครั้ง ในรอบ 6 เดือน ส่วนในเรื่องช่องทางการซื้อสินค้าของทั้ง 3 เจเนอเรชันมีความแตกต่างกัน คือ กลุ่มคนในเจนเนอเรชันวายนิยมซื้อผ่านช่องทาง Instagram มากที่สุด ส่วนกลุ่มคนในเจนเนอเรชันเอ็กซ์นิยมซื้อผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด และกลุ่มคนในเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์นิยมซื้อผ่านเว็บไซต์ของร้านค้ามากที่สุด

ผลการวิจัยทางสถิติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในแต่ละเจนเนอเรชันที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า แต่ละเจนเนอเรชันมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตที่ทั้ง 3

เจเนอเรชันมีเหมือนกัน คือ แรงจูงใจด้านบันเทิง (HM) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (PT) โดย ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (PT) มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 2 ในทุกเจเนอเรชัน โดยเจเนอเรชันวายและเจเนอเรชันเอ็กซ์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเคยชิน (HB) มากที่สุดเป็นอันดับแรก ในขณะที่เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์นั้นให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านบันเทิง (HM) มากที่สุด

วิชา พุ่มดนตรี (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยรวมการยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีทั้งสิ้น 30 ตัวแปร โดยกำหนดจำนวนไว้ 10 เท่าของตัวแปร รวมทั้งสิ้นเท่ากับ 300 ตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนประชากรของประชากรสัญชาติไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล และเคยได้ยินชื่อ หรือรู้จักบริการพร้อมเพย์ ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้าน อิทธิพลทางสังคม และแรงจูงใจด้านความบันเทิง ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ทั้งในแง่อิทธิพลจาก บุคคลที่สำคัญ, บุคคลที่ ฉันชื่นชอบ, บุคคลคนที่นับถือและยกย่อง, และ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ในแง่การได้รับความ ช่วยเหลือจากบุคคลอื่นเมื่อพบปัญหาในการใช้งานพร้อมเพย์ และในแง่แรงจูงใจด้านความบันเทิงที่ เกิดจากการใช้บริการพร้อมเพย์ทำให้มีความสุข และการใช้บริการพร้อมเพย์เป็นเรื่องสนุก มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 ปัจจัยด้าน ความคาดหวังจากความพยายาม และสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการ ใช้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยในด้านความคาดหวัง จากความพยายามนั้น ประกอบไปด้วยความพยายามในการเรียนรู้การใช้พร้อมเพย์ด้วยตัวเองได้ง่าย และสามารถเป็นผู้เชี่ยวชาญได้ไม่ยาก สำหรับด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก ประกอบไปด้วย การมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการใช้บริการพร้อมเพย์ เช่นอุปกรณ์สื่อสาร สัญญาณอินเทอร์เน็ต การเข้าถึงได้กับเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่ใช้งานอยู่ และการมีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในการใช้บริการพร้อมเพย์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 ปัจจัยด้าน มูลค่าตามราคา ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการให้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยในด้านมูลค่าตามราคานั้น ประกอบไปด้วย ความสมเหตุสมผล ความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป คุณค่าที่เกิดขึ้นเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น และคุณค่าที่เกิดขึ้นเมื่อ เทียบกับราคาที่ต้องจ่ายของ

ค่าใช้จ่าย หรือค่าธรรมเนียมจากบริการพร้อมเพย์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ปัจจัยด้าน ความคาดหวังด้านสมรรถภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยในด้านความคาดหวังด้านสมรรถภาพนั้น ประกอบไปด้วย ประโยชน์ของบริการพร้อมเพย์กับการดำเนินชีวิต ความรวดเร็ว และการเพิ่มประสิทธิภาพในการ ดำเนินชีวิตจากบริการพร้อมเพย์ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 ปัจจัยด้าน อุปนิสัยส่วนบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยในด้านอุปนิสัยส่วนบุคคลนั้น ประกอบไปด้วย ความรู้สึกดีใจ การใช้บริการพร้อมเพย์ ลักษณะการใช้บริการพร้อมเพย์เป็นประจำ และการใช้บริการพร้อมเพย์เป็น การใช้งานแบบปกติ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญที่ 0.05 ปัจจัยด้าน การรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลเชิงลบต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยในด้าน การรับรู้ความเสี่ยงนั้นประกอบไปด้วย ความเสี่ยงจากการ ทำงานผิดพลาด หรือความไม่แน่นอนของระบบพร้อมเพย์ ความเสี่ยงจากการถูกเจาะโดยผู้บุกรุกที่ไม่หวังดี ความเสี่ยงที่ส่งผลให้เกิดความสูญเสียทางด้านข้อมูลส่วนตัว ความเสี่ยงที่ส่งผลให้เกิดความ สูญเสียทางการเงิน ความเสี่ยงที่ส่งผลให้เกิดความสูญเสียทางเวลา และความเสี่ยงที่ส่งผลให้เกิด ความสูญเสียน่าเชื่อถือ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ นัยสำคัญที่ 0.05

นราทิพย์ ณ ระนอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่มีบัญชีธนาคารเป็นของตนเอง และเป็นผู้ที่ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน จำนวน 400 คน ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับต่ำ มีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง และมีความตั้งใจใช้บริการในระดับสูง การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับการตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของผู้บริโภค โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม การรับรู้ความเสี่ยงผู้บริโภคด้านความปลอดภัย เป็นความเสี่ยงด้านที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของผู้บริโภคมากที่สุด

Carlsson, C., Carlsson, J., hyvonen , K., Puhakainen, J., & Walden, P. (2005) อ้างถึงใน นายจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ (2554) Adoption of mobile device and services-searching for answer with the UTAUT เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาอุปกรณ์และโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยหาคำตอบจากทฤษฎี UTAUT มีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาบริการใหม่ ๆ เข้าไปในบริการของ 3G แต่เขาทั้งหลายยังไม่สามารถเข้าถึงจุดอิ่มตัวในแถบยุโรป มีการพัฒนาบริการทางด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากความคาดหวังของการยอมรับเทคโนโลยีจากโมเดลการยอมรับเทคโนโลยีของทฤษฎี UTAUT เพื่อใช้เป็นแนวคิดและเครื่องมือเพื่อบ่งบอกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการส่งข้อความในรูปแบบ การบริการค้นหาข้อมูล และการบริการของเสียงเรียกเข้า ซึ่งได้ตั้งสมมติฐานออกมาโดยเขาแต่ละปัจจัยมาหาความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ซึ่งในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linear Regression) จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 300 คนของลูกค้าในฟินแลนด์โดยการส่งเมลซึ่งได้รับการตอบกลับในอัตราที่ค่อนข้างสูง ก่อนที่จะได้ผลจากการศึกษาจะใช้การคำนวณทางสถิติ Cronbach's alpha coefficient เข้ามาวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) การคาดหวังความมีประโยชน์จากการใช้อุปกรณ์หรือบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use) และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการคาดหวังในการใช้งาน (Effort Expectancy) มีความคล้ายคลึงกับปัจจัยด้านความคาดหวังประสิทธิภาพ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงเชิงบวกกับความตั้งใจในการใช้งาน เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และความตั้งใจในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กันโดยตรง ซึ่งความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างตัวแปรในอิทธิพลเชิงสังคมเป็นตัวแปรอิสระซึ่งส่งผลทำให้ อิทธิพลทางสังคมไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน (Facilitating Condition) ไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน ต่อมาได้หาปัจจัยอื่น ๆ ในการประกอบพิจารณา เช่นปัจจัยด้านความกังวล (Anxiety) มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งในงานวิจัยได้บ่งชี้ว่าปัจจัยด้านความกังวลไม่มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน ค้นพบอีกว่าปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude) มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งาน

Venkatesh, V., Morris, M. G., และ Davis, F. D. (2003) อ้างถึงใน นายจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ (2554) User Acceptance of information technology : toward a unified view. เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงการยอมรับการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และระบบเทคโนโลยี

สารสนเทศภายในองค์กรที่ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายทำให้เกิดการลงทุนประมาณ 50% ของการหา ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่เข้ามาภายในองค์กร (Westland and Clark ,2000) ซึ่งมีการทำวิจัยในอดีตที่ผ่านมาเกี่ยวกับการยอมรับจากหลาย ๆ โมเดล โดยแต่ละโมเดลมีชุดโครงสร้างของ ตัวแปรที่มีความแตกต่างกันในการบ่งชี้การยอมรับ ซึ่งในงานวิจัยนี้จะศึกษาถึงการทบทวนโมเดลที่มีผลต่อการยอมรับของผู้ใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 8 โมเดล เปรียบเทียบการทดลองในอดีตของทั้ง 8 โมเดล โดยการเก็บข้อมูลจากบริษัทที่กำลังประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยเป็น องค์กรที่มีความแตกต่างทางเทคโนโลยี ลักษณะองค์กร ประเภทอุตสาหกรรม หน้าห้ององค์กร และ ลักษณะการใช้งาน โดยเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 654 ราย ตลอดระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา กับ 3 การวัดผลที่เอามาเปรียบเทียบ ทำการทดสอบภาคความเชื่อมั่นและความตรง ด้วยวิธีทางสถิติ Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.70 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ Partial Least Squares (PLS) ซึ่งทั้ง 8 โมเดลสามารถอธิบายได้ระหว่าง 17-53% ของความตั้งใจ ในการใช้งานเทคโนโลยี ต่อมาได้นำโมเดลที่ผสมผสานทั้ง 8 ตัวเข้าด้วยกันเรียกว่า Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) โดยการทำรวมปัจจัยหลัก 4 ตัว ที่จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้และการทำงานจริงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้นและมีตัวแปรควบคุมที่เพิ่มเติมขึ้นมาในการโยงความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งจากการทดสอบโดยใช้ข้อมูลเดียวกับที่ได้พิสูจน์ทั้ง 8 โมเดลก่อนหน้านี้ พบว่าสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการใช้งานและการทำงานจริงถึง 70% จึงมีข้อสรุปให้ทฤษฎี UTAUT เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ สำหรับจัดการความต้องการเข้าถึงความประสบความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา แนะนำและช่วยให้เข้าใจแรงขับเคลื่อนในการยอมรับของพนักงานในบริษัท ที่มีต่อระบบเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่นี้

ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานประกอบด้วยปัจจัย ด้านการคาดหวังถึงประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากยิ่งขึ้นถ้าเป็นผู้ชายและอายุ การทำงานยังน้อย ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งานง่าย ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากยิ่งขึ้น ถ้าเป็นผู้หญิงมีอายุการทำงานที่มากและมีประสบการณ์ในการใช้งานระบบน้อย ปัจจัย ด้านอิทธิพลเชิงสังคม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากยิ่งขึ้น ถ้าเป็นผู้หญิง ที่มีอายุการทำงาน ที่มาก อยู่ภายใต้คำสั่งจากหัวหน้างานและมีประสบการณ์ในการใช้งานระบบน้อย โดยปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความสามารถในการใช้ งานคอมพิวเตอร์ ความกังวลในการใช้งานคอมพิวเตอร์ ทศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้งาน ส่วน

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานจริงคือปัจจัยสภาพแวดล้อมที่สนับสนุน ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากยิ่งขึ้นถ้ามีอายุการทำงานที่มากและเพิ่มขึ้นตามประสบการณ์ในการใช้งานระบบ

Davis, F.D. (1993) อ้างถึงใน นายจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ (2554) User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions, and behavioral impacts. ได้ใช้แบบจำลองทฤษฎี TAM แสดงให้เห็นถึงกลไกที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศโดยอ้างอิงเหตุผลที่ว่า เป้าหมายขององค์กรส่วนใหญ่เชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในงานที่ทำแต่ถ้าเกิดผู้ใช้มีความรู้สึกไม่ชอบใช้ระบบ จะเกิดความรู้สึกว่าระบบสารสนเทศนี้จะนำมาซึ่งประสิทธิภาพที่น้อยลง ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเลือกนำทฤษฎี TAM มาศึกษาการยอมรับหรือปฏิเสธการใช้งานระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเลือกศึกษากับผู้เชี่ยวชาญและหัวหน้าพนักงานจำนวน 112 ราย โดยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้คือ เมล์อิเล็กทรอนิกส์ (Email) และโปรแกรมพิมพ์งาน ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าภายใต้แบบจำลองทฤษฎี TAM แล้ว การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้การใช้งานง่าย มีผลโดยตรงกับทัศนคติของผู้ใช้ซึ่งก็จะส่งผลต่อการใช้งานจริง ดังนั้นการออกแบบระบบเป็นปัจจัยภายนอก ก็น่าจะมีผลทางอ้อมต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานจริง

ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้พบว่า การออกแบบระบบมีผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน , การรับรู้ถึงประโยชน์และทัศนคติของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังค้นพบอีกว่า การออกแบบระบบผู้ออกแบบระบบควรคำนึงถึงความง่ายในการใช้งานและประโยชน์ที่ได้จากการใช้ระบบ ซึ่งมีส่วนในการตัดสินใจใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของ True money wallet ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและใช้บริการระบบการชำระเงินของ True money wallet ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา & ลีดา วานิชย์บัญชา, 2560) จากสูตรดังนี้ ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร มีระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5% กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดได้ 400 ตัวอย่าง

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนหรือขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะได้จากการคำนวณ

P คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด 50%

หรือ 0.5 ของประชากรทั้งหมด

E คือ ค่าเปอร์เซ็นต์คลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง = 0.05

Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ผู้วิจัยใช้ความเชื่อมั่น 95%

และ Z มีค่าเท่ากับ 1.96

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าในสูตรได้ดังนี้ } n &= \frac{(.50)(1-.50)(1.96^2)}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือเท่ากับ } 385 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และสำรวจความผิดพลาดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ไว้ที่ 5% ของกลุ่มตัวอย่าง ได้เท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ใช้หลากหลายวิธีการในการสุ่ม เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคมีความสอดคล้องกับความต้องการภายใต้เงื่อนไขที่จำกัด โดยเรียงลำดับขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีจับฉลาก (Lottery Method) เพื่อสุ่มเลือกเขตที่จะเป็นตัวแทนเขตของแต่ละกลุ่มเขตการปกครอง กรุงเทพมหานคร จากทั้งหมด 50 เขตและจับฉลากเขตการปกครองมา 5 เขต คิดเป็นจำนวนร้อยละ 10 โดยไม่ใส่คืน สถานที่ที่ถูกจับฉลากเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตราชเทวี เขตจตุจักร เขตวัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้โควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนตัวอย่างแต่ละเขตที่เลือกทำการวิจัย เขตละเท่า ๆ กัน

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของตัวอย่างในแต่ละเขต} &= 400 \text{ คน} / 5 \text{ เขต} \\ &= 80 \text{ คน/เขต} \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครองที่ถูกเลือกจะมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขตการปกครอง

เขตการปกครอง	จำนวน (คน)
เขตบางรัก	80
เขตปทุมวัน	80
เขตราชเทวี	80
เขตจตุจักร	80
เขตวัฒนา	80
รวม	400

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกสถานที่ที่มีผู้คนเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลาย ได้แก่ บริเวณห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ และบริเวณออฟฟิศ เป็นต้น และเลือกกลุ่มเป้าหมายในเขตที่สุ่มไว้ในขั้นที่ 1

ตาราง 4 สถานที่เจาะจงในการเก็บแต่ละเขต

เขตการปกครอง	สถานที่เก็บ	จำนวน (คน)
เขตบางรัก	บริเวณสีลม คอมเพล็กซ์ ,บริเวณออฟฟิศย่านสีลม	80
เขตปทุมวัน	บริเวณสยามพารากอน ,บริเวณสยาม	80
เขตราชเทวี	บริเวณห้างเซ็นจูรี,บริเวณห้างเซ็นเตอร์วัน	80
เขตจตุจักร	บริเวณเซ็นทรัลลาดพร้าว, บริเวณยูเนี่ยนมอลล์	80
เขตวัฒนา	บริเวณเทอร์มินอล 21 , บริเวณออฟฟิศย่านอโศก	80
รวม		400

ขั้นตอนที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยขอให้ตัวอย่างที่พบตาม บริเวณห้างสรรพสินค้าและบริเวณย่านออฟฟิศ ในเขตพื้นที่ที่สุ่มได้ในขั้นที่1 ในการกรอกข้อมูลแบบสอบถาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดกรองตัวอย่างโดยใช้คำถามคัดกรอง (Screening Question) ว่า “ ท่านใช้บริการ True money wallet หรือไม่” หากตัวอย่างตอบ

ว่า ใช้บริการ True money wallet)” ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือและเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจนครบจำนวนที่กำหนดไว้

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) ทางผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน เพื่อให้ครอบคลุมกับข้อมูลที่ต้องการในการประมวลผลวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มี 4 ข้อ ดังนี้

ตัวแปรที่ศึกษา

1. **เพศ** เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Question) ประกอบไปด้วย คำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) และใช้ระดับการวัดข้อมูลโดยใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. **อายุ** เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Question) ประกอบไปด้วย คำถามที่มีหลายคำถามให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และใช้ระดับการวัดข้อมูลโดยใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) มีการกำหนดช่วงอายุ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

$$\text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ประชากรที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีอายุอยู่ในช่วง 25-59 ปี ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงได้ใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการช่วงอายุ โดยแบ่งเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงอายุ} &= \frac{59-25}{5} \\ &= 6.8 = 7 \text{ ปี} \end{aligned}$$

วิธีกำหนดช่วงอายุ ตามโครงสร้างที่กำหนดโดย(สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ซึ่งระบุกลุ่มวัยทำงานเป็นต้น มีการแบ่งช่วงอายุดังนี้

2.1 25 - 31 ปี

2.2 32 - 38 ปี

2.3 39 - 45 ปี

2.4 46 - 52 ปี

2.5 53 - 59 ปี

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Question) ประกอบไปด้วย คำถามที่มีหลายคำถามให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และใช้ระดับการวัดข้อมูลโดยใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

3.1 15,000 - 24,999 บาท

3.2 25,000 - 34,999 บาท

3.3 35,000 - 49,999 บาท

3.4 50,001 บาทขึ้นไป

4. อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Question) ประกอบไปด้วย คำถามที่มีหลายคำถามให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว โดยใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีการรวบรวมข้อมูล “โอกาสในโลกการทำงานของปีการศึกษา 2559” ทั้งระดับปริญญาตรีและอาชีวศึกษา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนกว่า 138,630 คน ที่มาใช้งานบน (JobThai, 2559) จากเว็บไซต์จ๊อบไทยดอทคอม ดังนี้

4.1 พนักงานรักษาความปลอดภัย / พ่อบ้าน/แม่บ้าน

4.2 งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์ / งานคอมพิวเตอร์/ไอที

4.3 งานผลิต/ควบคุมคุณภาพ /งานวิศวกรรม/งานโลจิสติกส์ และ
ซัพพลายเชน/งานวิทยาศาสตร์ / วิจัยพัฒนา

4.4 งานด้านสำนักงานได้แก่ งานธุรการ/จัดซื้อ / งานบัญชี/การเงิน /งาน
ทรัพยากรบุคคล/ เลขานุการ

4.5 งานขาย / งานการตลาด / งานบริการลูกค้า

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้นิพนธ์เกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในความสะดวก 3) ด้านอิทธิพลทางสังคม 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน 5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง 6) มูลค่าตามราคา 7) อุปนิสัยส่วนบุคคล ซึ่งคำถามทั้งหมดในส่วนที่ 2 ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval Scale) ในการวัดข้อมูล โดยจะให้

คะแนนกับสิ่งที่กำลังวัดอยู่ตามคะแนนที่กำหนดให้ โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมา พิจารณาความถี่ กลุ่มผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยอภิปรายผลคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2560: 29) โดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{จำนวนชั้น} &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และ 2) ความคาดหวังในความสะดวก เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

เกณฑ์ค่าแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3) ด้านอิทธิพลทางสังคม เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

เกณฑ์ค่าแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับการมีอิทธิพลมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับการมีอิทธิพลมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับการมีอิทธิพลปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับการมีอิทธิพลน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับการมีอิทธิพลน้อยที่สุด

4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และ 6) มูลค่าตามราคา เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

เกณฑ์ค่าแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับความเหมาะสมมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับความเหมาะสมมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับความเหมาะสมปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด

5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

เกณฑ์ค่าแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

6) อุปนิสัยส่วนบุคคล เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถาม
ดังนี้

เกณฑ์ค่าแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง เช่น ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว ซึ่งคำถามทั้งหมดในส่วนที่ 3 ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval Scale) ในการวัดข้อมูล โดยจะให้คะแนนกับสิ่งที่กำลังวัดอยู่ตามคะแนนที่กำหนดให้ โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมาพิจารณาความถี่ กลุ่มผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยอภิปรายผลคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา & จูฑิตา วานิชย์บัญชา, 2560) โดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

เกณฑ์ค่าแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับการรับรู้มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับการรับรู้มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับการรับรู้ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับการรับรู้น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับการรับรู้น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ซึ่งคำถามทั้งหมดในส่วนที่ 3 ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-Ended Question) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ Likert Scale ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราอันตรภาคหรือมาตราช่วง (Interval Scale) ในการวัดข้อมูล โดยจะให้คะแนนกับสิ่งที่กำลังวัดอยู่ตามคะแนนที่กำหนดให้ โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประชากรมาพิจารณาความถี่ กลุ่มผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยอภิปรายผลคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560: 29) โดยคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ช่วงกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80
 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยแบบสอบถามดังนี้

เกณฑ์ค่าแปลความหมาย

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย	
4.21 – 5.00	หมายถึง	มีระดับการตั้งใจใช้มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	มีระดับการตั้งใจใช้มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	มีระดับการตั้งใจใช้ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	มีระดับการตั้งใจใช้น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	มีระดับการตั้งใจใช้น้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ ให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. สร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายและสมมติฐานของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่ได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจง่าย และชัดเจนยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง จากนั้นนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบและแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและแก้ไขแล้ว (แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์) ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์นั้นไปทดลองใช้จำนวน 40 ชุด เพื่อนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ด้วยสูตรครอนบัคแอลฟา (Cronbach's Alpha) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งมีค่าระหว่าง ($0 \leq \alpha \leq 1$) ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก ซึ่งโดยปกติจะยอมรับค่า α ไม่น้อยกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา & ฐิตา วานิชย์บัญชา, 2560) ซึ่งความเชื่อมั่นจากการทดสอบแบบสอบถามโดยรวมของงานวิจัยนี้เท่ากับ .782 แบ่งเป็นรายด้าน ดังนี้

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	.924
ความคาดหวังในความสะดวก	.891

อิทธิพลของสังคม	.938
สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการทำงาน	.939
แรงจูงใจด้านความบันเทิง	.862
มูลค่าตามราคา	.953
อุปนิสัยส่วนบุคคล	.856
ด้านรักษาความปลอดภัย	.962
ด้านข้อมูลส่วนตัว	1.000
ความตั้งใจให้บริการ	.968

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวบรวมข้อมูลได้จากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่ได้กำหนดไว้
2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร วารสาร ที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

3.5 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบจำนวนความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้เก็บข้อมูลมา (Editing)
2. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์มาแปลงข้อมูลและทำการลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า (Coding) นำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าสถิติต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การแจกแจงความถี่ (Frequency) เสนอผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน และอาชีพ

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ซึ่งสถิติที่ใช้มีดังนี้

2.1 การทดสอบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพ กับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent t-test สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ในสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ และใช้สถิติ One-Way ANOVA สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ในสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

2.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลของสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง และมูลค่าตามราคา ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ตามสมมติฐานข้อที่ 2 และระดับการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ด้านการเงิน และด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ตามสมมติฐานข้อที่ 3 โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ซึ่งเป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) (กัลยา วานิชย์บัญชา & จิรดา วานิชย์บัญชา, 2560) มีสูตรดังนี้

$$p = \frac{fx100}{n}$$

เมื่อ p แทน ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซ็นต์
 f แทน ค่าความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ
 n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) (กัลยา วานิชย์บัญชา & จิ๊ตดา วานิชย์บัญชา, 2560) มีดังนี้

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum xi$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation: S.D (กัลยา วานิชย์บัญชา & จิ๊ตดา วานิชย์บัญชา, 2560) มีสูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{[(n \sum x^2) - (\sum x)^2]}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบคุณภาพ การหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α - Coefficient) ของ (กัลยา วานิชย์บัญชา & จิ๊ตดา วานิชย์บัญชา , 2560) มีสูตรดังนี้

$$\text{Cronbach's Alpha } \alpha = \frac{\overline{k \text{ covariance} / \text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

เมื่อ Cronbach's Alpha แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

k แทน จำนวนคำถาม

covariance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนรวมระหว่างคำถามต่าง ๆ

variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน

3.1 สถิติ Independent Sample t-test (กัลยา วาณิชย์บัญชา & จุฑิตา วาณิชย์บัญชา, 2560) มีสูตรดังนี้

3.1.1 กรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มเท่ากัน $S_1^2 = S_2^2$ มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

3.1.2 กรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มไม่เท่ากัน $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)}{n_1 - 1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)}{n_2 - 1}}$$

เมื่อ t แทนค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-Distribution

$\bar{X}_1, \bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

S_1, S_2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
 df แทน องศาของความเป็นอิสระ

3.2 การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance ANOVA) แบบการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}, df_1=k-1, df_2=N-k \text{ มีสูตรดังนี้}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ทดสอบ
 MS_B แทน ค่าเฉลี่ยกำลังสองระหว่างกลุ่ม
 MS_W แทน ค่าเฉลี่ยกำลังสองภายในกลุ่ม
 df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ
 N แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

3.3 สถิติ Brown – Forsythe (B) กรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) มีสูตรดังนี้

$$B = \frac{MS_B}{MS_W}$$

โดยค่า $MS_W = \left(1 - \frac{n_j}{N}\right) S_i^2$

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา Brown-Forsythe
 MS_B แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_W แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนภายในกลุ่ม
 k แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร
 S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ i

กรณีพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความสัมพันธ์เป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) มีสูตรดังนี้

$$LSD = \sqrt{n - k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางการวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มของตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

α แทน ความคลาดเคลื่อน

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (วิเชียร เกตสิงห์, 2541) มีสูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_I - \bar{X}_J}{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา t-distribution

MS_w แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับ

Brown – Forsythe

$\bar{X}_I$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

$\bar{X}_J$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ j

n_i แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ i

n_j แทน จำนวนตัวอย่างของกลุ่มที่ j

3.4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

จากสมการแสดงการความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ของประชากรจะเห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระ ($\alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ส่วนหนึ่ง ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถอธิบายได้นี้ เรียกว่า ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (Error : ϵ) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบ

พหุคูณจะเป็นการพยากรณ์หาค่าสัมประสิทธิ์ α และ β_1 จากค่าสถิติ a และ b ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยหลักการวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำให้สมการดังกล่าวมีค่าความคาดเคลื่อนกำลังสองรวมกันน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของประชากร

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \cdots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตัวอย่าง

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \cdots + b_k X_k$$

โดยที่ X แทน ตัวแปรอิสระ

Y แทน ตัวแปรตาม

K แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

เมื่อ α และ a เป็นจุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย หรือ ค่าของ Y เมื่อให้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์

ส่วน β และ b เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Partial Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร ตาม (Y) เมื่อตัวแปรอิสระนั้นเปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าคงที่ โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ a และ b สามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$a = Y - b_1 X_1 - b_2 X_2 - \cdots - b_k X_k$$

$$b_i = \frac{\sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุคูณมีเงื่อนไขที่สำคัญ คือ

1. ความผิดพลาด (error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่ม และมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ
2. ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X) จะต้องเท่ากัน

3. ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม (Y) แต่ละค่าเป็นอิสระกัน
4. ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นอิสระกัน



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง เรื่อง “อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	สถิติทดสอบ t-test
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสองของคะแนน (Mean of square)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสอง (Sum of square)
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
Adjust R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติการวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณที่ปรับแก้ให้เหมาะสม
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจของสถิติการวิเคราะห์ความถดถอย พหุคูณที่ปรับแก้ให้เหมาะสม
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา F – Distribution
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative hypothesis)
*	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคาอุปนิสัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ด้านความปลอดภัย และด้านความเป็นส่วนตัว

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ปราบกฎผลดังตาราง 5 ดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	152	38
หญิง	248	62
รวม	400	100
2. อายุ		
25-31 ปี	238	59.5
32-38 ปี	113	28.2
39-45 ปี	49	12.3
รวม	400	100
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
15,000 - 24,999 บาท	116	29
25,000 - 34,999 บาท	200	50
35,000 - 49,999 บาท	49	12.3
50,001 บาทขึ้นไป	35	8.7
รวม	400	100

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
4. อาชีพ		
พนักงานรักษาความปลอดภัย/ พ่อบ้าน/แม่บ้าน	25	6.3
งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิก ดีไซน์/งานคอมพิวเตอร์/ไอที	53	13.3
งานผลิต/ควบคุมคุณภาพ/งาน วิศวกรรม/งานโลจิสติกส์ และ ซัพพลายเชน/งานวิทยาศาสตร์/ วิจัยพัฒนา	42	10.5
งานด้านสำนักงานได้แก่ งาน ธุรการ/จัดซื้อ / งานบัญชี/การเงิน / งานทรัพยากรบุคคล/ เลขานุการ งานขาย / งานการตลาด / งาน บริการลูกค้า	114	28.5
	166	41.4
รวม	400	100

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 5 พบว่าข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 และ เพศชาย มีจำนวน 152 คนคิดเป็นร้อยละ 38 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-31 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ อายุ 32-38 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และอายุ 39-45 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 –34,999 บาท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 24,999 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ถัดมา มีรายได้เฉลี่ย 35,000 -

49,999 จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และมีรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพงานขาย / งานการตลาด / งานบริการลูกค้า จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา มีอาชีพงานด้านสำนักงานได้แก่ งานธุรการ/จัดซื้อ / งานบัญชี/การเงิน /งานทรัพยากรบุคคล/ เลขานุการ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ถัดมาอาชีพงานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์ ,งานคอมพิวเตอร์/ไอที จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ถัดมาอาชีพงานผลิต/ควบคุมคุณภาพ /งานวิศวกรรม/งานโลจิสติกส์ และ ทัฟฟลายเซน/งานวิทยาศาสตร์ / วิจัยพัฒนา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมีอาชีพพนักงานรักษาความปลอดภัย ,พ่อบ้าน/แม่บ้านจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี True money wallet บนสมาร์ตโฟน รวมทั้ง 7 ด้านรวมทุกด้าน ดังนี้

ทัศนคติส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	3.57	0.722	มาก
2.ความคาดหวังในความสะดวก	3.65	0.726	มาก
3.อิทธิพลของสังคม	3.02	0.809	ปานกลาง
4.สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	3.42	0.781	มาก
5.แรงจูงใจด้านความบันเทิง	3.49	0.917	มาก
6.มูลค่าตามราคา	3.20	1.108	ปานกลาง
7.อุปนิสัยส่วนบุคคล	3.54	0.771	มาก
ทัศนคติส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีโดยรวม	3.41	0.833	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทัศนคติส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคาดหวังในความสะดวก ความคาดหวังในประสิทธิภาพ อุปนิสัยส่วนบุคคล แรงจูงใจด้านความบันเทิง และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 3.57 3.54 3.49 และ 3.42 ตามลำดับ และให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ มูลค่าตามราคา และอิทธิพลของสังคม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และ 3.02 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. การใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงินมีประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชีวิตประจำวันของคุณ	3.56	0.856	มาก
2. การใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงิน ทำให้คุณจัดการเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตได้ดียิ่งขึ้น	3.59	0.823	มาก
3. ท่านคิดว่า True money wallet ช่วยให้ประหยัดเวลาลดขั้นตอนที่ซับซ้อนและยุ่งยาก	3.56	0.868	มาก
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพโดยรวม	3.57	0.721	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงิน ทำให้คุณจัดการเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตได้ดียิ่งขึ้น ท่านคิดว่า True money wallet ช่วยให้ประหยัดเวลาลดขั้นตอนที่ซับซ้อนและยุ่งยาก และการใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงินมีประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชีวิตประจำวันของคุณอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 3.56 และ 3.56 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ความคาดหวังในความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ขั้นตอนการการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย	3.53	.920	มาก
2. การใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่นการจ่าย โอน หรือเติมเงิน เป็นเรื่องที่ย่าง	3.67	.927	มาก
3. รูปแบบของแอปพลิเคชัน และข้อความที่นำเสนอ เข้าใจง่ายทำให้สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง	3.68	.869	มาก
4. คุณสามารถจดจำขั้นตอนการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้	3.75	.978	มาก
ความคาดหวังในความสะดวกโดยรวม	3.65	0.726	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีความคาดหวังในความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คุณสามารถจดจำขั้นตอนการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ รูปแบบของแอปพลิเคชัน และข้อความที่นำเสนอ เข้าใจง่ายทำให้สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง การใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่นการจ่าย โอน หรือเติมเงิน เป็นเรื่องที่ย่าง และขั้นตอนการการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 3.68 3.67 และ 3.53 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. กลุ่มเพื่อนและคนรู้จักท่าน ใช้บริการ True money wallet อยู่	3.18	1.034	ปานกลาง
2. ดาราที่ท่านชื่นชอบเป็นพรีเซนเตอร์ ของ True money wallet	3.03	1.083	ปานกลาง
3. ครอบครัวของท่านใช้บริการ True money wallet	2.86	1.126	ปานกลาง
ด้านอิทธิพลทางสังคมโดยรวม	3.02	0.809	ปานกลาง

จากตาราง 9 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มเพื่อนและคนรู้จักท่าน ใช้บริการ True money wallet อยู่ ดาราที่ท่านชื่นชอบเป็นพรีเซนเตอร์ ของ True money wallet และครอบครัวของท่านใช้บริการ True money wallet อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 3.03 และ 2.86 ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. จุดชำระเงินมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ทั่วถึง	3.37	0.993	ปานกลาง
2. สมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์ที่มีความง่ายต่อการใช้งาน True money wallet	3.80	0.948	มาก
3. พนักงานให้คำแนะนำการใช้งานและแก้ปัญหาได้ทุกคำถาม	3.08	0.930	ปานกลาง
ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานโดยรวม	3.42	0.781	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์ที่มีความง่ายต่อการใช้งาน True money wallet อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และให้ความคิดเห็นว่าจุดชำระเงินมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ทั่วถึง และพนักงานให้คำแนะนำการใช้งานและแก้ปัญหาได้ทุกคำถาม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ และ 3.37 และ 3.08 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติส่วน
ขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อ
ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. ท่านรู้สึกสนุกเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet	3.41	0.796	มาก
2. ท่านรู้สึกท้าทายเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet	3.79	2.177	มาก
3. ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet	3.27	0.900	ปานกลาง
ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิงโดยรวม	3.49	0.917	มาก

จากตาราง 11 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทัศนคติส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้
เทคโนโลยี ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 เมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นว่าท่านรู้สึกท้าทายเมื่อท่านใช้งาน
ผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet และท่านรู้สึกสนุกเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True
money wallet อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และ 3.41 และให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet อยู่ในระดับปานกลาง
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของ
 ขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อความ
 ตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติของขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. ค่าใช้จ่ายจากการถอนเงินออกจากแอปพลิเคชันและโอนไปยัง ธนาคารอื่น เช่น ค่าธรรมเนียม เพื่อใช้ในการใช้บริการ True money wallet นั้นสมเหตุสมผล	3.13	0.957	ปานกลาง
2. ค่าธรรมเนียมในการเติมเงินที่ตู้ต่าง ๆ ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่าใน การใช้จ่ายผ่าน True money wallet	3.26	2.286	ปานกลาง
3. การใช้ True money wallet ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับการที่ต้อง จ่ายแพ็คเกจเน็ตรายเดือน	3.21	0.934	ปานกลาง
ด้านมูลค่าตามราคาโดยรวม	3.20	1.108	ปานกลาง

จากตาราง 12 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของขยายรวมการยอมรับและการใช้
 เทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อ
 พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ค่าธรรมเนียมในการเติม
 เงินที่ตู้ต่าง ๆ ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่าในการใช้จ่ายผ่าน True money wallet การใช้ True money
 wallet ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับการที่ต้องจ่ายแพ็คเกจเน็ตรายเดือน และค่าใช้จ่ายจากการถอนเงิน
 ออกจากแอปพลิเคชันและโอนไปยังธนาคารอื่น เช่น ค่าธรรมเนียม เพื่อใช้ในการใช้บริการ True
 money wallet นั้นสมเหตุสมผล อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 3.21 และ 3.13
 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านรู้สึกเคยชินในการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน	3.45	.980	มาก
2. ท่านใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ	3.51	1.088	มาก
3. ท่านมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน	3.55	.951	มาก
4. การทำธุรกรรมต่าง ๆ แอปพลิเคชันเป็นเรื่องปกติสำหรับท่าน	3.64	1.108	มาก
ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคลโดยรวม	3.54	0.771	มาก

จากตาราง 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการทำธุรกรรมต่าง ๆ แอปพลิเคชันเป็นเรื่องปกติสำหรับท่าน ท่านมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน ท่านใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ และท่านรู้สึกเคยชินในการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 3.55 3.51 และ 3.45 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความเสี่ยง รวมทั้ง 2 ด้าน โดยรวมทุกด้าน

การรับรู้ความเสี่ยง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านรักษาความปลอดภัย	3.43	0.795	มาก
2. ด้านข้อมูลส่วนตัว	3.11	0.768	ปานกลาง
การรับรู้ความเสี่ยงโดยรวม	3.27	0.781	ปานกลาง

จากตาราง 14 พบว่า ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านข้อมูลส่วนตัว อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การรับรู้ความเสี่ยง ด้านรักษาความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านรักษาความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านรู้สึกกังวลใจในการใช้บริการการชำระเงินผ่าน True money wallet เนื่องจากผู้อื่นอาจเข้าถึงบัญชีของท่านได้	3.45	0.891	มาก
2. ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเข้าใช้บริการผ่าน True money wallet	3.41	0.893	มาก
3. ท่านรู้สึกเป็นอันตรายเป็นอย่างมากหากต้องส่งข้อมูลที่อ่อนไหวผ่านระบบ True money wallet เช่น หมายเลขบัญชี รหัสผ่าน และข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ระหว่างการใช้งานผ่านระบบแอปพลิเคชันนี้	3.43	0.907	มาก
การรับรู้ความเสี่ยงโดยรวม	3.43	0.795	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยง ด้านรักษาความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านรู้สึกกังวลใจในการใช้บริการการชำระเงินผ่าน True money wallet เนื่องจากผู้อื่นอาจเข้าถึงบัญชีของท่านได้ ท่านรู้สึกเป็นอันตรายเป็นอย่างมากหากต้องส่งข้อมูลที่อ่อนไหวผ่านระบบ True money wallet เช่น หมายเลขบัญชี รหัสผ่าน และข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ระหว่างการใช้งานผ่านระบบแอปพลิเคชันนี้ และ ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเข้าใช้บริการผ่าน True money wallet อยู่ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 3.43 และ 3.41 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
การรับรู้ความเสี่ยง ด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money
wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ความเสี่ยง ด้านข้อมูลส่วนตัว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านไม่มั่นใจในการรักษามาตรการรักษาข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ True money wallet	3.15	0.924	ปานกลาง
2. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการ True money wallet อาจจะมีละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของท่าน	3.14	0.927	ปานกลาง
3. ท่านกังวลว่าผู้ให้บริการ True money wallet จะนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้ในทางอื่นที่ไม่ได้รับการยินยอมจากท่านก่อน	3.07	0.953	ปานกลาง
ด้านข้อมูลส่วนตัวโดยรวม	3.11	0.768	ปานกลาง

จากตาราง 16 พบว่า ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยง ด้านข้อมูลส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านไม่มั่นใจในการรักษามาตรการรักษาข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ True money wallet ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการ True money wallet อาจจะมีละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของท่าน และท่านกังวลว่าผู้ให้บริการ True money wallet จะนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้ในทางอื่นที่ไม่ได้รับการยินยอมจากท่านก่อน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 3.14 และ 3.07 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจให้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ความตั้งใจให้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านไม่ลังเลที่จะดาวน์โหลดและใช้งานแอปพลิเคชันนี้ทันที	3.37	0.938	ปานกลาง
2. ท่านตั้งใจจะใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน True money wallet แทนการใช้งานของธนาคารต่าง ๆ	3.32	0.809	ปานกลาง
3. ท่านตั้งใจที่จะใช้จ่ายผ่าน True money wallet แทนการใช้จ่ายเงินสดและบัตรต่าง ๆ	3.28	0.768	ปานกลาง
ความตั้งใจให้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวม	3.32	0.554	ปานกลาง

จากตาราง 17 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจให้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าท่านไม่ลังเลที่จะดาวน์โหลดและใช้งานแอปพลิเคชันนี้ทันที ท่านตั้งใจจะใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน True money wallet แทนการใช้งานของธนาคารต่าง ๆ และท่านตั้งใจที่จะใช้จ่ายผ่าน True money wallet แทนการใช้จ่ายเงินสดและบัตรต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 3.32 และ 3.28 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน ทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้และอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจให้บริการ True money wallet แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจให้บริการ True money wallet แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจให้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจให้บริการ True money wallet แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ค่าที (Independent sample t-test) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกันที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มเพศ โดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet (จำแนกตามเพศ)	Levene's test for Equality of Variance	
	F	Sig
ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	8.299*	0.004

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของ แต่ละกลุ่มเพศ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่า t กรณีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน (Equal not variances assumed) ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 19

ตาราง 19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet
จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample T-Test

ความตั้งใจใช้บริการ		Levene's test for Equality of Variance				
True money wallet	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig
(จำแนกตามเพศ)						
ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	ชาย	3.2961	0.61085	-.763	279	0.446
	หญิง	3.3414	0.51686			

จากตาราง 19 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet โดยจำแนกตามเพศ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.446 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) และ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศหญิงและเพศชายมีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: one way- ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง มากกว่า 2กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยดูจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และ ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ย

แตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธี ทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มอายุโดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet (จำแนกตามอายุ)	Levene Statisitc	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	5.879*	2	397	0.003

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มอายุ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นจึงใช้การทดสอบ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 21

ตาราง 21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet
จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ความตั้งใจใช้บริการ					
True money wallet (จำแนกตามอายุ)		Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้บริการ	Brown-				
True money wallet	Forsythe	5.930*	2	131.299	0.003

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามอายุมีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยว่าคู่ใด ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 22

ตาราง 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet
จำแนกตามกลุ่มอายุ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

อายุ	$\bar{X}$	25-31 ปี	32 - 38 ปี	39-45 ปี
		3.3992	3.2537	3.1224
25-31 ปี	3.3992	-	.14547*	.27671*
			(.030)	(.023)
32 - 38 ปี	3.2537	-	-	.13124
				(.501)
39-45 ปี	3.1224	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างการตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่าผู้บริโภคมียุ 25-31 ปี และ 32-38 ปี มีค่า Sig.เท่ากับ 0.030 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 25-31 ปี มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีอายุ 32-38 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 25-31 ปี มีการตั้งใจใช้ บริการ True money wallet มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 32-38 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ .14547

ผู้บริโภคมียุ 25-31 ปี และ 39-45 ปี มีค่า Sig.เท่ากับ 0.023 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 25-31 ปี มีตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกับ ผู้บริโภคที่มีอายุ 39-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคที่มีอายุ 25-31 ปี มี การตั้งใจใช้บริการ True money wallet มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 39-45 ปี โดยมีผลต่างของ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ .27671

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความความตั้งใจใช้ บริการ True money wallet บนสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: one way- ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง มากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยดูจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และ ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธี ทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	4.105	3	396	0.051

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น คือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงใช้การทดสอบ F-Test ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 24

ตาราง 24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet (จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน)		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Between Groups	2.005	3	.668	2.196	.088
	Within Groups	120.517	396	.304		
	Total	122.522	399			

จากตาราง 24 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่า Sig. เท่ากับ .088 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance: one way- ANOVA) โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง มากกว่า 2กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทั้งนี้จะทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มก่อน โดยดูจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง F-test และ ถ้าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันให้ทดสอบสมมติฐานจากตาราง Brown-Forsythe test ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ถ้าสมมติฐานใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อยหนึ่งคู่จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธี ทดสอบแบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 เพื่อหาว่า ค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test ซึ่งตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละอาชีพโดยใช้ Levene's test

ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet (จำแนกตามอาชีพ)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	2.989*	4	395	0.019

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของแต่ละกลุ่มอาชีพ โดยใช้ Levene's test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้นจึงใช้การทดสอบ Brown-Forsythe ในการทดสอบสมมติฐาน ดังตาราง 26

ตาราง 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe พบว่า

ความตั้งใจให้บริการ True money wallet (จำแนกตามอาชีพ)		Statistic	df1	df2	Sig.
ความตั้งใจให้บริการ	Brown-	4.330*	4	272.942	.002
True money wallet	Forsythe				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 ผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet จำแนกตามอาชีพ มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ

สมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's C เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยว่าคู่ใด ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 27

ตาราง 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจใช้บริการ True money wallet

จำแนกตามกลุ่มอาชีพ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

อาชีพ	งานออกแบบ	งานด้าน	งานขาย / งาน	งานผลิต/	พนักงาน	
	ศิลปะ	สำนักงาน	การตลาด /	ควบคุม	รักษาความ	
	กราฟฟิก	ได้แก่ งาน	งานบริการ	คุณภาพ/งาน	ปลอดภัย/	
	ดีไซน์/งาน	ธุรการ/จัดซื้อ	ลูกค้า	วิศวกรรม/	พ่อบ้าน/	
	คอมพิวเตอร์/	/ งานบัญชี/		งานโลจิสติกส์	แม่บ้าน	
	ไอที	การเงิน /งาน		และซัพพลาย		
		ทรัพยากร		เชน /งาน		
		บุคคล/		วิทยาศาสตร์/		
		เลขานุการ		วิจัยพัฒนา		
	$\bar{X}$	3.490	3.377	3.307	3.214	3.026
งานออกแบบ						
ศิลปะ กราฟฟิก						
ดีไซน์/งาน	3.490	0.113	0.183	0.276	0.464*	
คอมพิวเตอร์/ไอที	-	(0.929)	(0.084)	(0.107)	(0.000)	
งานด้านสำนักงาน						
ได้แก่ งานธุรการ/						
จัดซื้อ / งานบัญชี/			0.070	0.163	0.350*	
การเงิน /งาน	3.377	-	(0.981)	(0.634)	(0.005)	
ทรัพยากรบุคคล/						
เลขานุการ						

ตาราง 27 (ต่อ)

อาชีพ	$\bar{X}$	งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิก ดีไซน์/งาน คอมพิวเตอร์/ ไอที	งานด้าน สำนักงาน ได้แก่ งาน ธุรการ/จัดซื้อ / งานบัญชี/ การเงิน /งาน ทรัพยากร บุคคล/ เลขานุการ	งานขาย / งาน การตลาด / งานบริการ ลูกค้า	งานผลิต/ ควบคุม คุณภาพ/งาน วิศวกรรม/ งานโลจิสติกส์ และซัพพลาย เชน /งาน วิทยาศาสตร์/ วิจัยพัฒนา	พนักงาน รักษาความ ปลอดภัย/ พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
		3.490	3.377	3.307	3.214	3.026
งานขาย / งาน การตลาด / งาน บริการลูกค้า	3.307	-	-	-	0.093 (0.960)	0.280* (0.018)
งานผลิต/ควบคุม คุณภาพ/งาน วิศวกรรม/งานโลจิสติกส์ และซัพ พลายเชน /งาน วิทยาศาสตร์/วิจัย พัฒนา	3.214	-	-	-	-	0.187 (0.569)
พนักงานรักษา ความปลอดภัย/ พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.026	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างการตั้งใจให้บริการ True money wallet จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ งานออกแบบ ศิลปะ

กราฟฟิคดีไซน์/ งานคอมพิวเตอร์/ไอที มีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิค ดีไซน์/ งานคอมพิวเตอร์/ไอที อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี อาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ที่งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์/ งานคอมพิวเตอร์/ ไอที โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ .46390

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ งาน ด้านสำนักงานได้แก่ งานธุรการ/จัดซื้อ /งานบัญชี/การเงิน /งานทรัพยากรบุคคล/เลขานุการ มีค่า Sig.เท่ากับ 0.005 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงาน รักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ งานธุรการ/จัดซื้อ /งานบัญชี/การเงิน /งานทรัพยากรบุคคล/ เลขานุการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงาน รักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet น้อยกว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีอาชีพ งานธุรการ/จัดซื้อ /งานบัญชี/การเงิน /งานทรัพยากรบุคคล/เลขานุการ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย เท่ากับ .35053

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน งานขาย / งานการตลาด / งานบริการลูกค้า มีค่า Sig.เท่ากับ 0.018 ซึ่ง น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้ บริการ True money wallet แตกต่างกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ งานขาย / งานการตลาด / งานบริการลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet น้อย กว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ งานขาย / งานการตลาด / งานบริการลูกค้า โดยมีผลต่างของ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ .28056

สำหรับรายคู่อื่นไม่พบว่ามีผลแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความ คาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มี อิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

H_0 : ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

H_1 : ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยกำหนดตัวแปรดังนี้

X_1 = ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

X_2 = ความคาดหวังในความสะดวก

X_3 = ด้านอิทธิพลทางสังคม

X_4 = สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

X_5 = แรงจูงใจด้านความบันเทิง

X_6 = มูลค่าตามราคา

X_7 = อุปนิสัยส่วนบุคคล

Y_1 = ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยวิเคราะห์จาก Tolerance และ Variance Inflation (VIF)

	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)		
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (X_1)	0.980	1.020
ความคาดหวังในความสะดวก (X_2)	0.457	2.187
ด้านอิทธิพลทางสังคม (X_3)	0.891	1.122
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X_4)	0.884	1.131
แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X_5)	0.979	1.021
มูลค่าตามราคา (X_6)	0.986	1.014
อุปนิสัยส่วนบุคคล (X_7)	0.457	2.190

จากตาราง 28 พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี มีค่าตั้งแต่ 0.457 ถึง 0.986 และค่า VIF ของตัวแปรทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี มีค่าตั้งแต่ 1.014 ถึง 2.190 แสดงว่าตัวแปรทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม และไม่เกิดปัญหาความเป็นสหสัมพันธ์ร่วม

ตาราง 29 วิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรอิสระเพื่อพิจารณานำเข้าสมการพยากรณ์เมื่อใช้ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแปรตาม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	24.460	7	3.494	13.968*	.000
Residual	98.062	392	.250		
Total	126.657	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ทุกด้าน ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (Y_1) เนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ 0.05 จึงสรุปคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คำนวณหาความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดงในตาราง 30

ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constraint)	1.304	.233	5.601*	.000
ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ(X_1)	.103	.035	2.952*	.003
ความคาดหวังใน ความสะดวก (X_2)	.159	.051	3.121*	.002
อิทธิพลของสังคม (X_3)	.150	.033	4.566*	.000
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ในการใช้งาน (X_4)	.116	.034	3.408*	.001
แรงจูงใจด้านความ บันเทิง (X_5)	.058	.028	2.092*	.037
มูลค่าตามราคา (X_6)	.013	.023	.550	.583
อุปนิสัยส่วนบุคคล (X_7)	-.006	.048	-.131	.896
r = 0.447 Adjusted R ² = 0.185				
R ² = 0.200 SE = 0.50016				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 พบว่า ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี 5 ด้าน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่สามารถร่วมทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

$$Y_1 = 1.304 + 0.159(X_2) + 0.150(X_3) + 0.116(X_4) + 0.103(X_1) + 0.058(X_5)$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ (X_1) ความคาดหวังในความสะดวก (X_2) อิทธิพลของสังคม (X_3) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X_4) และ ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง (X_5)

ถ้าทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทุกด้านมีค่าคงที่ ประชาชนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.304 หน่วย

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ 18.5% หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (Y_1) ได้ร้อยละ 18.5

ตัวแปรทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี มูลค่าตามราคา (X_6) และอุปนิสัยส่วนบุคคล (X_7) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (Y_1)

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

H_0 : การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

H_1 : การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่าSig. มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยกำหนดตัวแปรดังนี้

X_8 = ด้านความปลอดภัย

X_9 = ด้านข้อมูลส่วนตัว

Y_1 = ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยวิเคราะห์จาก Tolerance และ Variance Inflation (VIF)

	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)		
ด้านความปลอดภัย	0.963	1.039
ด้านข้อมูลส่วนตัว	0.864	1.022

จากตาราง 31 พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง มีค่าตั้งแต่ 0.864 ถึง 0.963 และค่า VIF ของตัวแปรทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี มีค่าตั้งแต่ 1.022 ถึง 1.039 แสดงว่าตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม และไม่เกิดปัญหาความเป็นสหสัมพันธ์ร่วม

ตาราง 32 วิเคราะห์ความแปรปรวนของตัวแปรอิสระเพื่อพิจารณาเข้าสู่สมการพยากรณ์เมื่อใช้ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแปรตาม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	4.724	2	2.362	7.960*	.000
Residual	117.798	397	.297		
Total	126.657	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงทุกด้าน ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (Y_1) เนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้คือ 0.05 จึงสามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐานคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดงในตาราง 33

ตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธี Enter

การรับรู้ความ เสี่ยง	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constraint)	2.760	.150	18.350*	.000
ด้านความ ปลอดภัย(X ₈)	.119	.035	3.401*	.001
ด้านข้อมูลส่วนตัว (X ₉)	.050	.036	1.391	.165
r = 0.196 Adjusted R ² = 0.034				
R ² = 0.039 SE = 0.54472				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 การรับรู้ความเสี่ยง 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยจึงนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่สามารถรวมทำนายมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

$$Y_1 = 2.760 + 0.119(X_8)$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความปลอดภัย(X₈)

ถ้าการรับรู้ความเสี่ยงทุกด้านมีค่าคงที่ ประชาชนความตั้งใจใช้บริการ True money wallet มีค่าอยู่ที่ระดับ 2.760 หน่วย

ค่า Adjusted R Square (R^2) มีค่าเท่ากับ 3.4% หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการนี้สามารถอธิบายความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (Y_1) ได้ร้อยละ 34.0

ตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง ด้านข้อมูลส่วนตัว(X_9)ไม่มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร (Y_1)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 34 แสดงการสรุปผลสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน		
ลักษณะประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน	Independent Sample T-Test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน	Brown-Forsythe test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน	F-Test	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน		
ลักษณะประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ตโฟน แตกต่างกัน	Brown-Forsythe test	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร		
ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1.1 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
1.3 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลของสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐานที่ 2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวัง ในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มี อิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร		
ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
1.4 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ บริการ True money wallet	Multiple Regression	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
1.5 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มี อิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	สอดคล้องกับ สมมติฐาน
1.6 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน
1.7 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	ไม่สอดคล้องกับ สมมติฐาน

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร		
การรับรู้ความเสี่ยง	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบสมมติฐาน
3.1 การรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	สอดคล้องกับสมมติฐาน
3.2 การรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	Multiple Regression	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัย“อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”โดยผลของการวิจัยครั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการตลาดในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงเพื่อเป็นแนวทางต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าในการทำวิจัยต่อไป

สังเขปการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ กับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของผู้ประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และ ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานทางการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน
2. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเกี่ยวกับ ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามและกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 โดยใช้สูตรครอนบัคแอลฟา (Cronbach's alpha) เมื่อคำนวณค่าครอนบัคแอลฟาที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 40 ชุด พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ เท่ากับ 0.924 ด้านความคาดหวังในความสะดวก เท่ากับ 0.891 ด้านอิทธิพลทางสังคม เท่ากับ 0.938 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก เท่ากับ 0.939 ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง เท่ากับ 0.862 ด้านมูลค่าตามราคา เท่ากับ 0.953 ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล เท่ากับ 0.856 ด้านรักษาความปลอดภัย เท่ากับ 0.962 ด้านข้อมูลส่วนตัว เท่ากับ 1.000 และความตั้งใจใช้บริการ เท่ากับ 0.968

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 1 นำมาหาความถี่และค่าร้อยละ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยีในส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในส่วนที่ 3 และความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ในส่วนที่ 4 นำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard Deviation)

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ Independent Sample t-test เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ การวิเคราะห์สมการของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกัน สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม หรือมากกว่าโดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และ สมมติฐานข้อที่ 3

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัย เรื่องอิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยแจกแจง ความถี่และค่าร้อยละ จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 มีอายุ 25-31 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000-34,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 และมีอาชีพงานขาย/งานบริการลูกค้า จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก และ ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีโดยรวมพบว่าคุณค่าความคิดเห็นอยู่ในระดับดี พิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีทุกข้อได้แก่ การใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงิน ทำให้คุณจัดการเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตได้ดียิ่งขึ้น ท่านคิดว่า True money wallet ช่วยให้ประหยัดเวลาลดขั้นตอนที่ซับซ้อนและยุ่งยาก และการใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงินมีประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชีวิตประจำวันของคุณ ตามลำดับ

ด้านความคาดหวังในความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความสะดวก อยู่ในระดับดีทุกข้อได้แก่ คุณสามารถจดจำขั้นตอนการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ รูปแบบของแอปพลิเคชัน และข้อความที่นำเสนอ เข้าใจง่ายทำให้สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง การใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่นการจ่าย โอน หรือเติมเงิน เป็นเรื่องง่าย และขั้นตอนการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ตามลำดับ

ด้านอิทธิพลทางสังคม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อได้แก่ กลุ่มเพื่อนและคนรู้จักท่าน ใช้บริการ True money wallet อยู่ ดาราที่ท่านชื่นชอบเป็นฟรีเซเตอร์ ของ True money wallet และครอบครัวของท่านใช้บริการ True money wallet ตามลำดับ

ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน อยู่ในระดับดีได้แก่ สมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์ที่มีความง่ายต่อการใช้งาน True money wallet และให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ จุดชำระเงินมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ทั่วถึง และพนักงานให้คำแนะนำการใช้งานและแก้ปัญหาได้ทุกคำถาม ตามลำดับ

ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง อยู่ในระดับดีได้แก่ ท่านรู้สึกท้าทายเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet ท่านรู้สึกสนุกเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet และให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet ตามลำดับ

ด้านมูลค่าตามราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อได้แก่ ค่าธรรมเนียมในการเติมเงินที่ผู้ต่าง ๆ ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่าในการใช้จ่ายผ่าน True money wallet การใช้ True money wallet ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับการที่ต้องจ่ายแพ็คเกจเน็ตรายเดือน และค่าใช้จ่ายจากการถอนเงินออกจากแอปพลิเคชันและโอนไปยังธนาคารอื่น เช่น ค่าธรรมเนียม เพื่อใช้ในการใช้บริการ True money wallet นั้นสมเหตุสมผล ตามลำดับ

ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล อยู่ในระดับดีทุกข้อได้แก่ การทำธุรกรรมต่าง ๆ แอปพลิเคชันเป็นเรื่องปกติสำหรับท่าน ท่านมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน ท่านใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ และท่านรู้สึกเคยชินในการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ด้านรักษาความปลอดภัย และ ด้านข้อมูลส่วนตัว โดยการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง โดยรวมพบว่าความคิดเห็นอยู่ในระดับดี พิจารณาเป็นรายด้าน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ด้านรักษาความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านรักษาความปลอดภัย อยู่ในระดับดีทุกข้อ ได้แก่ ท่านรู้สึกกังวลใจในการใช้บริการการชำระเงินผ่าน True money wallet เนื่องจากผู้อื่นอาจเข้าถึงบัญชีของท่านได้ ท่านรู้สึกเป็นอันตรายเป็นอย่างมากหากต้องส่งข้อมูลที่อ่อนไหวผ่านระบบ True money wallet เช่น หมายเลขบัญชีรหัสผ่าน และข้อมูลส่วนบุคคลอื่น ๆ ระหว่างการใช้งานผ่านระบบแอปพลิเคชันนี้ และ ข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเข้าใช้บริการผ่าน True money wallet ตามลำดับ

ด้านข้อมูลส่วนตัว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านข้อมูลส่วนตัว อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ท่านไม่มั่นใจในการรักษามาตรการรักษาข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ True money wallet ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการ True money wallet อาจจะมีละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของท่าน และ ท่านกังวลว่าผู้ให้บริการ True money wallet จะนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้ในทางอื่นที่ไม่ได้รับการยินยอมจากท่านก่อน ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ได้แก่ ท่านไม่ลังเลที่จะดาวน์โหลดและใช้งานแอปพลิเคชันนี้ทันที ท่านตั้งใจจะทำการธุรกรรมทางการเงินผ่าน True money wallet แทนการใช้งานของธนาคารต่าง ๆ และท่านตั้งใจที่จะใช้จ่ายผ่าน True money wallet แทนการใช้เงินสดและบัตรต่าง ๆ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกันผลการวิจัยพบว่า

สมมติฐาน 1.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศหญิงและเพศชายมีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐาน 1.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้บริโภคมที่มีอายุ 25-31 ปี มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 32-38 ปี และผู้บริโภคที่มีอายุ 25-31 ปี มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet มากกว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 39-45 ปี

สมมติฐาน 1.3 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True Money ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 15,000 - 24,999 บาท 25,000 - 34,999 บาท 35,000 - 49,999 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐาน 1.4 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ที่งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์/งานคอมพิวเตอร์/ไอที ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ งานธุรการ/จัดซื้อ /งานบัญชี/การเงิน /งานทรัพยากรบุคคล/เลขานุการ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน มีการตั้งใจใช้บริการ True money wallet น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ งานขาย /งานการตลาด /งานบริการลูกค้า

สมมติฐานที่ 2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก ด้านอิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลของสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง เชิงบวกกับทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความสะดวก อิทธิพลของสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านข้อมูลส่วนตัว มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง เชิงบวกกับการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย

อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง“อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. **เพศ** ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ แอปพลิเคชัน True money wallet เป็นระบบการชำระเงินที่มีความสะดวกสบาย มีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย เช่นการชำระเงิน การโอนเงินไปยัง

ธนาคารต่าง ๆ การร่วมลุ้นรางวัล รวมถึงส่วนลดพิเศษต่าง ๆ ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพที่ตอบโจทย์กลุ่มคนในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และกลุ่มคนส่วนใหญ่หันมาใช้สมาร์ทโฟนกันมากยิ่งขึ้นรวมถึงการให้บริการอินเทอร์เน็ต อย่างทั่วถึง จึงเป็นผลทำให้ผู้ใช้งานเพศชายและเพศหญิงต่างมีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันนี้ เพื่ออำนวยความสะดวกในชีวิตที่มีความเร่งรีบ และด้วยปัจจัยด้านสมาร์ทโฟนและระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่เอื้อต่อการใช้งานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริสุดา รอดทอง (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟน พบว่าเพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตั้งใจดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันที่ไม่แตกต่างกัน

2. อายุ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุ แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet แตกต่างกัน โดยผู้มีอายุ 25-31 ปี มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet มากที่สุด เนื่องจาก กลุ่มคนช่วงอายุนี้นี้เป็นวัยที่มีการเปิดรับนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ๆ กล้าลองเสี่ยง อยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลา และด้วยพฤติกรรมของคนที่ไม่ชอบพกเงินสด ทำให้การใช้จ่ายผ่านสมาร์ทโฟน ตอบโจทย์กลุ่มคนเหล่านี้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุริยา เหลี่ยมปาน (2559) เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการใช้งานแอปวางแผนการเงินส่วนบุคคล: ผลกระทบของความพร้อม ด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และ อิทธิพลทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงอายุที่แตกต่างกันมีความตั้งใจในการใช้งานแตกต่างกัน

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ความสามารถของแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน เช่น การการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การใช้จ่ายซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน การโอนเงินธนาคาร การเดินทางโดยสารสาธารณะต่าง ๆ การเติมเงินเกมส์ ล้วนเป็นกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี ซึ่งหากผู้ใช้งานรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน ผู้ใช้งานย่อมยินยอมที่จะยอมที่จะใช้จ่ายเพื่อความสะดวกสบายของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริสุดา รอดทอง (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ทโฟน พบว่า เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตั้งใจดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันที่ไม่แตกต่างกัน

4. อาชีพ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อาชีพ แตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้ บริการ True money wallet แตกต่างกัน โดยอาชีพงานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์/ งาน คอมพิวเตอร์/ไอที มีความตั้งใจบริการ บริการ True money wallet มากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ เนื่องจากแต่ละอาชีพ มี ปัจจัย ความสนใจ รวมถึงค่านิยมที่แตกต่างกัน กลุ่มอาชีพงานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์/ งานคอมพิวเตอร์/ไอที ถือเป็นกลุ่มอาชีพที่มีความสนใจในเรื่องของ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ เป็นปัจจัยหลัก ด้วยไลฟ์สไตล์ของคนทำงานกลุ่มนี้ที่ชื่นชอบความ ทันสมัย ความแปลกใหม่ ทำให้มีความตั้งใจใช้บริการใช้จ่าย True money wallet มากกว่ากลุ่ม อาชีพอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทิวา แซ่เตียว (2559) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการ เลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับวัยกลางคน พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพ การเลือกใช้แอปพลิเคชัน และช่องทางในการค้นหาแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน

5. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ บริการ True money wallet ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากแอปพลิเคชันนี้มีการออกแบบฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เช่น การ ชำระเงินตามร้านค้าที่ร่วมรายการเพียงสแกนคิวอาร์โค้ด การเติมเงินเกมส์เข้าระบบ การชำระค่า โดยสาธารณธารณะ สิ่งเหล่านี้ทำให้การจัดการเวลาและคุณภาพชีวิตของผู้ใช้งานมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Carlsson, C., Carlsson, J., hyvonen , K., Puhakainen, J., & Walden, P. (2005) อ้างถึงในนายจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์ (2554) Adoption of mobile device and services-searching for answer with the UTAUT เป็นงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการ พัฒนาอุปกรณ์และโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยหาคำตอบจากทฤษฎี UTAUT พบว่า ปัจจัยความ คาดหวังด้านประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) การคาดหวังความมีประโยชน์จากการใช้ อุปกรณ์หรือบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งาน (Intention to Use)

6. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความคาดหวังใน ความสะดวก มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ บริการ True money wallet ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภคมักปฏิเสธการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีความยุ่งยาก ซับซ้อน และ เข้าใจยาก ดังนั้นการที่มีการดีไซน์ข้อความ รูปแบบของแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่าย สามารถเรียนรู้ การใช้งานได้ด้วยตนเอง และสามารถจดจำขั้นตอนการใช้งานต่าง ๆ ได้ จะทำให้ผู้บริโภคมีการ ตั้งใจใช้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Venkatesh, V., Morris, M. G., และ Davis, F. D. (2003) อ้างถึงใน นายจักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ์ (2554) User Acceptance of information

technology: toward a unified view. เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงการยอมรับการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และระบบเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งานง่าย ซึ่งมีอิทธิพลต่อการยอมรับมากยิ่งขึ้น ถ้าเป็นผู้หญิงมีอายุการทำงานที่มากและมีประสบการณ์ในการใช้งานระบบน้อย

7. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอิทธิพลทางสังคม มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากคนส่วนใหญ่เลือกใช้ หรือซื้อสินค้าเมื่อมีคนมาอธิบายว่าบริการนั้นมีดีอย่างไร หรือเลือกตามดาราคาที่ขึ้นชอบเพราะต้องการเป็นส่วนหนึ่งกับคนเหล่านั้น รวมถึงต้องการเป็นที่ยอมรับจากกลุ่มเพื่อน และคนรู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก พลาบุญย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาล พบว่า อิทธิพลของสังคม ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย

8. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านสภาพสิ่งแวดล้อม **ความสะดวกในการใช้** มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้งาน หากแอปพลิเคชันมีปัญหาผู้ใช้งานสามารถติดต่อเพื่อสอบถามและแก้ปัญหาได้ทันที และนอกจากนี้ยังมีจุดให้บริการอย่างทั่วถึง ตามสถานที่ใกล้บ้านและจุดบริการที่สำคัญต่างๆ เช่นตามรถไฟฟ้า ห้าง และย่านชุมชน จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจใช้บริการ บริการ True money wallet มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก พลาบุญย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาล พบว่าด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย

9. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากการใช้งานบนแอปพลิเคชันมีการนำเสนอฟังก์ชันที่หลากหลาย เช่นการให้ซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน โดยมีส่วนลดทุกครั้งจากการใช้จ่ายผ่านทางแอปพลิเคชัน การร่วมลุ้นรางวัลต่างๆ การสะสมพอยท์จากการใช้งาน รูปแบบแอปพลิเคชันการใช้งานที่น่าสนใจ ทำให้การใช้จ่ายเป็นเรื่องที่น่าสนุกมากยิ่งขึ้น เป็นตัวกระตุ้นหลักที่ทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจใช้บริการ

True money wallet มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสสรานัฐ รวยธนาสมบัติ (2558) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชั่น พบว่า ผลการวิจัยทางสถิติเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในแต่ละเจนเนอเรชั่นที่ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า แต่ละเจนเนอเรชั่นมีการให้ความสำคัญกับปัจจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตที่ทั้ง 3 เจเนอเรชั่นมีเหมือนกัน คือ แรงจูงใจด้านบันเทิง (HM) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (PT) โดย ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (PT) มีอิทธิพลมากเป็นอันดับ 2 ในทุกเจนเนอเรชั่น

10. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา
ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากคนส่วนใหญ่เมื่อรับรู้ถึงคุณภาพและประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน รวมถึงขั้นตอนการใช้งานที่เข้าใจง่าย ทำให้ประหยัดเวลา คนส่วนใหญ่ยินยอมที่จะเสียเงินเพื่อให้จัดการชีวิตได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก พลาบุลย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาล พบว่า คุณค่าด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการ ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย

11. ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล
ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก อุปนิสัยเป็นเรื่องของปัจจัยภายใน แต่ละบุคคลมีความชอบ ความถนัด ความคิด ที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยหลักที่เป็นปัจจัยภายนอกทำให้อุปนิสัยของคนเราเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้เมื่อต้องไปทำธุรกรรมในสถานที่จุดให้บริการ ต้องใช้ระยะเวลาในการรอคิวเพื่อใช้บริการ การที่จะต้องเดินทางระยะเวลานานเนื่องจากจุดให้บริการและที่พักอยู่ห่างกันมาก เมื่อผู้บริโภครู้สึกได้ถึงความสะดวกสบายในการใช้บริการรูปแบบเดิม ๆ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางแอปพลิเคชันจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้คนเกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้จึงเป็นแรงจูงใจหลักที่ทำให้อุปนิสัยของคนเราเปลี่ยนแปลงไปซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพรชนก พลาบุลย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาล พบว่าด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย

12. การรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน และมั่นใจได้ว่าทุกครั้งที่มีการธุรกรรมทางการเงิน หรือมีการใช้จ่ายร้านค้าต่างๆ ระบบจะสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) การรับรู้ความเสี่ยงผู้บริโภคด้านความปลอดภัย เป็นความเสี่ยงด้านที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันของผู้บริโภคมากที่สุด

13. การรับรู้ความเสี่ยง ด้านข้อมูลส่วนตัว ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจาก ข้อมูลส่วนตัวเป็นข้อมูลที่ไม่ควรเปิดเผยต่อสาธารณะเพราะว่าข้อมูลที่สำคัญของแต่ละบุคคล ทำให้แอปพลิเคชัน หากแอปพลิเคชัน และระบบทำให้เรามั่นใจได้ว่าข้อมูลส่วนตัวของเราจะไม่ถูกเผยแพร่ หรือนำไปใช้ในทางที่ผิด จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจใช้บริการ True money wallet มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) การรับรู้ความเสี่ยงผู้บริโภคด้านความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโมบายแบงก์กิงแอปพลิเคชันของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะสรุปได้ดังนี้

1. ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ฝ่ายการตลาดควรมีการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยมุ่งเน้นที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก นั่นคือผู้ที่มีอายุ 25-31 ปี อาชีพผู้บริโภคที่มีอาชีพ งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์/ งานคอมพิวเตอร์/ไอที เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีความตั้งใจใช้บริการ True money wallet มากกว่าผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจในการเพิ่มยอดขายและวางแผนได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น

2. ด้านความคาดหวังในความสะดวก นักการตลาดควรมีการสอบถามผู้ที่ใช้งานจริง หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้งานธุรกรรมผ่านทางแอปพลิเคชัน เกี่ยวกับรูปแบบ และขั้นตอนของการใช้งาน เพื่อสร้างความสะดวกสบายในการใช้งานมากยิ่งขึ้น หากนักออกแบบสามารถนำเสนอแอปพลิเคชัน ที่เข้าใจง่าย ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ผู้บริโภคสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วย

ตนเอง การใช้งานในแต่ละครั้งเราสามารถใช้งานโดยใช้ระยะเวลาเพียง 2-3 นาที ในการใช้จ่าย เมื่อผู้บริโภครับรู้ได้ถึงประโยชน์เหล่านี้ จะทำให้ปริมาณการใช้งานเพิ่มมากขึ้น และนักการตลาดควรคิดวิธีการนำเสนอเพื่อให้ผู้บริโภครายใหม่เกิดการทดลองใช้ ทำให้เขารับรู้ได้ถึงความสะดวกสบายที่เกิดจากการใช้จ่ายผ่านทางแอปพลิเคชัน True money wallet

3. ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ฝ่ายวิจัยและพัฒนาแอปพลิเคชันควรมีการออกแบบรูปแบบของแอปพลิเคชันที่ไม่ซับซ้อน ผู้บริโภคไม่ต้องเสียเวลานานในการใช้งาน รวมทั้งมีการพัฒนารูปแบบแอปพลิเคชัน ที่มีความทันสมัย สามารถใช้งานได้หลากหลาย เช่น ร้านอาหาร รถโดยสารสาธารณะ ร้านค้าสะดวกซื้อต่าง ๆ และช่องทางการชำระเงินอื่น ๆ นักการตลาดควรใส่ใจทุกขั้นตอน กระบวนการให้แอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพมากยิ่งขึ้น

4. ด้านอิทธิพลของสังคม นักการตลาดควรมองหาฟรีเซนต์เตอร์ ดาราที่มีชื่อเสียง ที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อมานำเสนอแอปพลิเคชัน วิธีการใช้งานต่างๆ ประโยชน์จากการใช้งาน เป็นกระตุ้นให้คนที่ชื่นชอบหันมาทดลองและใช้ตาม และในปัจจุบันคนรับสารจากการสื่อโซเชียลเป็นหลัก แบรรณด์ควรผลักดันให้เรื่องราวของ True money wallet เป็นสื่อ viral ที่แปลกและน่าสนใจทำให้เกิดการแชร์และบอกต่อเป็นจำนวนมาก โดยเริ่มจากเพื่อนแชร์ไปยังกลุ่มเพื่อน คนรู้จัก คนสนิท โดยมีรางวัลเป็นแรงจูงใจและกระตุ้นให้คนใช้บริการเพิ่มขึ้น

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ฝ่ายบริการลูกค้าหรือฝ่ายบริการลูกค้าสัมพันธ์ ควรสำรวจความต้องการของผู้บริโภคในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มเติมจากสิ่งที่มีให้บริการอยู่ เช่นสามารถชำระเงินในเรื่องของการโดยสารสาธารณะในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรถเมล์ แท็กซี่ เรือ รถไฟฟ้า และตามร้านอาหาร ร้านค้าที่หลากหลาย รวมถึงมีการจัดอบรมพนักงานในการให้คำแนะนำ ในกรณีที่ลูกค้าเจอปัญหาต่าง ๆ พนักงานสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ทันที เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ทำให้ปริมาณการใช้งานเพิ่มมากขึ้น

6. ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง ฝ่ายวิจัยและพัฒนาแอปพลิเคชัน ควรมีการคิดค้นรูปแบบแอปพลิเคชันที่น่าสนใจ เช่นการให้รางวัล การร่วมลุ้นเล่นเกมส์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น

7. ด้านรักษาความปลอดภัย ทางบริษัทควรตระหนักถึงความปลอดภัยเป็นหลักในแง่ของการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคทั้งรายใหม่และรายเก่าเกิดความมั่นใจ เนื่องด้วยธุรกิจการให้บริการด้านการชำระเงินหน้าที่หลักรับผิดชอบและให้บริการโดยธนาคารมาเป็นระยะเวลานาน คนจึงเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยเป็นอย่างมาก แต่เมื่อมีหลายปัจจัยไม่สามารถตอบโจทย์

คนรุ่นใหม่ได้ เช่น ค่าธรรมเนียมจากการใช้งานที่เพิ่มขึ้น รูปแบบการให้บริการที่ยุ่งยาก ระยะเวลาในการให้บริการเนื่องจากปริมาณลูกค้าที่มากเมื่อเทียบกับจำนวนพนักงานที่ให้บริการทำให้ต้องใช้เวลาในการรอ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคมองเห็นและเลือกใช้ช่องทางอื่น ทำให้ธุรกิจต่างๆ มองเห็นโอกาส มีการรูปแบบการจ่ายเงินโดยนำเสนอแอปพลิเคชันที่มีหน้าตาที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย รวมถึงประโยชน์ต่างๆ แต่ต้องเน้นเรื่องความปลอดภัยควบคู่ไปด้วยเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ และมั่นใจที่จะยอมรับและตั้งใจใช้บริการได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะในการอธิบายปรากฏการณ์ และปัญหาอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ผู้ที่สนใจควรศึกษาสาเหตุและข้อเท็จจริง ความกังวลของผู้บริโภคในปัจจุบัน เนื่องจาก True money wallet เป็นระบบการชำระเงินรูปแบบใหม่ ฝ่ายการตลาดหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะได้ทราบถึงสาเหตุที่แท้จริงของกลุ่มคนหลายกลุ่มที่มีความกังวลในการตัดสินใจใช้บริการ True money wallet

2. ควรทำการศึกษาถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้บริการ True money wallet หรือผู้ที่ไม่เคยใช้บริการชำระเงินบนแอปพลิเคชัน เพิ่มเติม เพื่อนำผลของข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และปรับใช้กับกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กร เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนกลุ่มผู้ใช้บริการใหม่ ๆ ได้

3. การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีแนวโน้มต่อความตั้งใจใช้บริการ แอปพลิเคชัน บริการ True money wallet อาทิกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เป็นตัวกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน บริการ True money wallet มากยิ่งขึ้น รวมถึงการมองธุรกิจมุมมองของผู้บริโภค โดยนำหลักทฤษฎีของ 4C มาใช้ ได้แก่ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือมองหา (Customer) ความคุ้มค่าในมุมมองของลูกค้า (Cost) ความสะดวกของผู้บริโภคในการใช้บริการ (Convenience) และการสื่อสารให้ถูกกลุ่มของลูกค้า โดยเลือกช่องทางทางการสื่อสาร (Communication) ตัวแปรเหล่านี้จะทำให้เห็นว่าผู้บริโภคต้องการอะไร เพื่อตอบสนองใจของผู้บริโภคได้ตรงมากขึ้น

4. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในอนาคตอาจเลือกทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการใช้การสนทนาแบบกลุ่ม หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อ

จะได้ทราบข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เช่นปัจจัยใดที่ทำให้คนเกิดการยอมรับนวัตกรรมใหม่ๆ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านใดที่มีผลกระทบมากที่สุด



บรรณานุกรม

- JobThai. (2559). เจาะลึกอาชีพสุดฮอตที่นักศึกษาจบใหม่แห่สมัครมากที่สุด พร้อมอัปเดตเงินเดือนทุกสายงาน. Retrieved from สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/07/job-search-statistics-of-new-vocational-graduates/>
- Lu, H. P., Hsu, C. L., & Hsu, H. Y. (2005). An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications. *Information Management & Computer Security*, 13(2), 106-120.
- Pantip. (2560). True Money Wallet ปลดภัยแค่ไหนครับ. Retrieved from สืบค้นจาก <https://pantip.com/topic/37056047>
- Rubio, N., Oubia, J., & Villaseor, N. (2014). Brand awareness–Brandquality inference and consumer's risk perception in store brands of food products. *Food Quality and Preference*, 32(1), 289-298.
- TODAY, L. (2561). LINE เปิดตัว Wallet มาแทนที่แอปเมนูอื่นๆ. Retrieved from สืบค้นจาก <https://today.line.me/th/pc/article/LINE+%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B8%B4%E0%B8%94%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%A7+Wallet+%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%97%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B9%81%E0%B8%96%E0%B8%9A%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B9+%E0%B8%AD%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%99%E0%B9%86-JQ7X03>
- กัลยา วานิชย์บัญชา, & รุจิรา วานิชย์บัญชา. (2560). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 29 ed.). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2539). อธิบายศัพท์คอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ตมีเดีย: กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชวิศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ทง มั่นนี้. (2562a). TrueMoney Wallet. Retrieved from สืบค้นจาก <https://www.truemoney.com/wallet/>

ทรู มัณนี. (2562b). ประเภทบัตร Wecad โดย ทรู มัณนี. Retrieved from สืบค้นจาก

<https://www.truemoney.com/a/intro-truemoney-wallet/>

ทรู มัณนี. (2562c). ฟังก์ชันการทำงานของแอปพลิเคชัน TrueMoney Wallet. Retrieved from

สืบค้นจาก <https://www.truemoney.com/benefit/>

ทรู มัณนี. (2562d). วิธีการเติมเงินแอปพลิเคชัน TrueMoney Wallet. Retrieved from สืบค้นจาก

<https://www.truemoney.com/fundin/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2542). ระบบการชำระเงินในประเทศไทย. Retrieved from สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/Documents/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%9A%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%8A%E0%B8%B3%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%B4%E0%B8%99.pdf>

นราทิพย์ ณ ระนอง. (2557). การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้บริการ

ธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค. (ปริญญาณิพนธ์ปริญญาสมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

นางสาวจิฎาดา แก้วแทน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทาง

อิเล็กทรอนิกส์ผ่านสมาร์ทโฟน : กรณีศึกษาในกรุงเทพมหานครและปทุมธานี. (ปริญญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.

นายจักรพงษ์ สือประเสริฐสุทธิ. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี : กรณีศึกษาการ

ใช้บริการการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

พรชนก พลาบุญย์. (2560). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรม

ผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาลไทย (ปริญญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

พรไพลิน อัมพผลิน. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้ระบบการชำระเงินด้วยคิวอาร์

โค้ดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ภัสสรานุัฐ รวยธนาสมบัติ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้า ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในแต่ละเจนเนอเรชัน . (ปริญญานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 4 ed.). กรุงเทพฯ: ไคมอนด์อินบิซิเนส เวิร์ด.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). เผยผลสำรวจความสุขคนทำงานในองค์กร 2561. Retrieved from สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/News/2561/N17-09-61-2.aspx>

สิงหะ ฉวีสุข, & สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง, 4(2).

อัครเดช ปิ่นสุข. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และ ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (*E-satisfaction*) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร. (ปริญญานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง : อิทธิพลของทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และการรับรู้
ความเสี่ยง ต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนใน
กรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลผู้บริโภค รวมถึงความคิดเห็นต่างๆเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการศึกษา และวิจัยในหัวข้อ”ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ True money wallet บนสมาร์ตโฟน ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

2. ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามนี้ตามความจริงและครบถ้วนเพื่อให้ผลการวิจัยสมบูรณ์ตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยในส่วนข้อมูลส่วนบุคคลที่ได้รับจากการทำแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะเก็บรักษาเป็นความลับอย่างเคร่งครัด ไม่เปิดเผยต่อสาธารณชนในกรณีใดๆทั้งสิ้น และการวิเคราะห์ข้อมูลจะทำในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

คำนิยามเพื่อให้ผู้ทำแบบสอบถามเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

TRUE MONEY WALLET เป็นแอปพลิเคชันที่เปรียบเสมือนกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริโภคสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายต่างๆได้ด้วยตนเอง ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ครบวงจร เช่น การจ่ายบิลค่าโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต บริการบัตรเครดิต ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าสินเชื่อ ประกันภัยรวมถึงการเติมเงินมือถือและเติมเกมส์ออนไลน์ ได้ทุกที่ ทุกเวลา นอกจากนี้ยังสามารถถอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร ได้ด้วยตนเอง และสามารถดาวน์โหลดได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 1. 25-31 ปี

☐ 2. 32 - 38 ปี

☐ 3. 39-45 ปี

☐ 4. 46 - 52 ปี

☐ 5. 53-59 ปี

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. 15,000 - 24,999 บาท

☐ 2. 25,000 - 34,999 บาท

☐ 3. 35,000 - 49,999 บาท

☐ 4. 50,001 บาทขึ้นไป

4. อาชีพ

☐ 1. พนักงานรักษาความปลอดภัย/พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ 2. งานออกแบบ ศิลปะ กราฟฟิคดีไซน์/งานคอมพิวเตอร์/ไอที

☐ 3. งานผลิต/ควบคุมคุณภาพ/ งานวิศวกรรม/งานโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน
งานวิทยาศาสตร์/วิจัยพัฒนา

☐ 4. งานด้านสำนักงานได้แก่ งานธุรการ/จัดซื้อ / งานบัญชี/การเงิน /งานทรัพยากร
บุคคล/ เลขานุการ

☐ 5. งานขาย / งานการตลาด / งานบริการลูกค้า

ส่วนที่ 2 ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ

True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นตามความรู้สึกของท่านมากที่สุด

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.1 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ					
1.การใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงิน มีประโยชน์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของชีวิตประจำวันของคุณ					
2.การใช้งาน True money wallet เพื่อชำระเงิน ทำให้คุณจัดการเรื่องต่าง ๆ ในชีวิตได้ดียิ่งขึ้น					
3.ท่านคิดว่า True money wallet ช่วยให้ประหยัดเวลาลดขั้นตอนที่ซับซ้อนและยุ่งยาก					
2.2 ความคาดหวังในความสะดวก					
4. ขั้นตอนการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงิน มีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย					
5. การใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่นการจ่าย โอน หรือเติมเงิน เป็นเรื่องที่ยาก					

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.2 ความคาดหวังในความสะดวก					
6.รูปแบบของแอปพลิเคชัน และข้อความที่นำเสนอเข้าใจง่ายทำให้สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง					
7.คุณสามารถจดจำขั้นตอนการใช้งาน True money wallet เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆได้					
2.3 อิทธิพลของสังคม					
8. กลุ่มเพื่อนและคนรู้จักท่าน ใช้บริการ True money wallet อยู่					
9. ดาราที่ท่านชื่นชอบเป็นพรีเซนเตอร์ ของ True money wallet					
10. ครอบครัวของท่านใช้บริการ True money wallet					
2.4 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน					
11. จุดชำระเงินมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ทั่วถึง					
12. สมาร์ทโฟน เป็นอุปกรณ์ที่มีความง่ายต่อการใช้งาน True money wallet					
13. พนักงานให้คำแนะนำการใช้งานและแก้ปัญหาได้ทุกคำถาม					

ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.5 แรงจูงใจด้านความบันเทิง					
14. ท่านรู้สึกสนุกเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet					
15. ท่านรู้สึกท้าทายเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet					
16. ท่านรู้สึกมีความสุขเมื่อท่านใช้งานผ่านแอปพลิเคชัน True money wallet					
2.6 มูลค่าตามราคา					
17. ค่าใช้จ่ายจากการถอนเงินออกจากแอปพลิเคชันและโอนไปยังธนาคารอื่น เช่น ค่าธรรมเนียม เพื่อให้ใช้ในการใช้บริการ True money wallet นั้นสมเหตุสมผล					
18. ค่าธรรมเนียมในการเติมเงินที่ผู้ต่างๆ ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่าในการใช้จ่ายผ่าน True money wallet					
19. การใช้ True money wallet ทำให้ท่านรู้สึกคุ้มค่ากับการที่ต้องจ่ายแพ็คเกจเน็ตรายเดือน					
2.7 อุปนิสัยส่วนบุคคล					
20. ท่านรู้สึกเคยชินในการใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน					
21. ท่านใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันเป็นประจำ					
22. ท่านมีความจำเป็นต้องใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชัน					
23. การทำธุรกรรมต่างๆ แอปพลิเคชันเป็นเรื่องปกติสำหรับท่าน					

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นตามความรู้สึกของท่านมากที่สุด โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

การรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.8 ด้านรักษาความปลอดภัย					
24. ท่านรู้สึกกังวลใจในการใช้บริการ การชำระเงินผ่าน True money wallet เนื่องจากผู้อื่นอาจเข้าถึงบัญชีของท่านได้					
25. ท่านรู้สึกไม่ปลอดภัยเป็นอย่างมากเมื่อต้องป้อนข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อเข้าใช้บริการผ่าน True money wallet					
26. ท่านรู้สึกเป็นอันตรายเป็นอย่างมากหากต้องส่งข้อมูลที่อ่อนไหวผ่านระบบ True money wallet เช่น หมายเลขบัญชี รหัสผ่าน และข้อมูลส่วนบุคคลอื่นๆ ระหว่างการใช้งานผ่านระบบแอปพลิเคชันนี้					
2.9 ด้านข้อมูลส่วนตัว					
27. ท่านไม่มั่นใจในการรักษามาตรการรักษาข้อมูลส่วนตัวจากการใช้บริการ True money wallet					
28. ท่านรู้สึกว่าการใช้บริการ True money wallet อาจจะละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัวของท่าน					

การรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
29.ท่านกังวลว่าผู้ให้บริการ True money wallet จะนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้ในทางอื่นที่ไม่ได้รับการยินยอมจากท่านก่อน					



ส่วนที่ 4 ระดับความตั้งใจใช้บริการ True money wallet ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นตามความรู้สึกของท่านมากที่สุด

โดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
- 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ความตั้งใจใช้บริการ True money wallet	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
30. ท่านไม่ลังเลที่จะดาวน์โหลดและใช้งานแอปพลิเคชันนี้ทันที					
31. ท่านตั้งใจจะใช้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน True money wallet แทนการใช้งานของธนาคารต่างๆ					
32. ท่านตั้งใจที่จะใช้จ่ายผ่าน True money wallet แทนการใช้จ่ายเงินสดและบัตรต่างๆ					

ขอขอบพระคุณทุกท่านอย่างสูงที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวพรรณี บุตรยัง
วัน เดือน ปี เกิด	25 มิถุนายน 2534
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2552-2556 บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการตลาด) จาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พ.ศ. 2559-2561 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	134/71 ถนนบางกรวย-ไทรน้อย ตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย จังหวัด นนทบุรี 11130

