



การสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่าน
กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

โดย

นางสาวลลิตา ขวัญเมือง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การสร้างเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่าน
กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

โดย

นางสาวลลิตา ขวัญเมือง



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

CONFIDENCE PROMOTING FOR CONTINUING TO MAKE
ELECTRONIC WALLET TRANSACTIONS

BY

MISS LALITA KHWANMUANG



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE PROGRAM
(MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS)
MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวลลิตา ขวัญเมือง

เรื่อง

การสร้างเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)

เมื่อ วันที่..... 11 สิงหาคม 2560.....

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

คณบดี

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.พิภพ อุดร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวลลิตา ขวัญเมือง
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ ในปัจจุบันมีการทำธุรกรรมต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้ ทุกที่ทุกเวลา งานวิจัยนี้จึงถูกจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการใช้งานอย่างต่อเนื่องของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยสำรวจเชิงปริมาณ ทำการสำรวจด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์และออฟไลน์ จำนวนทั้งสิ้น 318 ตัวอย่าง โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) และทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อหาค่านัยสำคัญระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการที่ดี ชื่อเสียงขององค์กร และความปรารถนาดีต่อผู้ใช้บริการส่งผลอิทธิพลต่อความไว้วางใจในระบบและผู้ให้บริการ ทางด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยพบอีกว่า การรับรู้ความเสี่ยงไม่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในระบบและผู้ให้บริการ และทัศนคติในการใช้งานไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ความไว้วางใจ การใช้งานอย่างต่อเนื่อง

Independent Study Title	CONFIDENCE PROMOTING FOR CONTINUING TO MAKE IN ELECTRONIC WALLET TRANSACTIONS
Author	Miss Lalita Khwanmuang
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Department/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Prof.Dr.Siriluck Rotchanakitumnui
Academic Years	2016

ABSTRACT

Communication technology plays a greater role in modern daily life, especially mobile devices. At present, there are various transactions on mobile phones for goods and services which can take place anywhere and at any time. This research is designed to study the factors that contribute to the confidence in and continued use of electronic wallets.

This research uses quantitative research with online and offline survey with a total of 318 respondents. The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model was applied and analyzed with multiple regression to determine significance of the relationship.

The results show that good service quality, corporate reputation and benevolence to the customers influences trust in the system and the service provider. In terms of performance, effort, and social influences, electronic wallets continuance was expected. However, the results found that risk perception does not affect the trust systems and service providers, and the attitude of use does not affect continued use

Keywords: Electronic wallet, Trust, Continuance intention

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระที่ได้เสียสละเวลาในการให้คำปรึกษา คำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำวิจัยและการแก้ไขปัญหาในทุก ๆ ด้านที่เป็นประโยชน์สำหรับการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้และขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์ ประธานกรรมการสอบที่ได้ให้คำแนะนำระหว่างการสอบเพื่อให้งานวิจัยมีความครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ MSMIS10 ทุกท่าน ที่คอยให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในการจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ รวมไปถึงเจ้าหน้าที่โครงการทุกท่านที่คอยอำนวยความสะดวกตลอดระยะเวลาการศึกษา

ขอขอบพระคุณ ป๊ะป๋า คนในครอบครัว และเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ที่ช่วยทำและกระจายแบบสอบถามทุกคน ขอขอบคุณที่คอยสนับสนุนให้กำลังใจและความช่วยในเรื่องต่าง ๆ

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นางสาวลลิตา ขวัญเมือง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.5 ขอบเขตการศึกษา	3
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงิน	4
2.1.1 การบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment)	4
2.1.2 การบริการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-WALLET, MOBILE WALLET หรือ DIGITAL WALLET)	6
2.1.3 ปัจจัยที่สนับสนุนให้การทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือเติบโต	9
2.2 ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ	9

2.2.1 ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT)	9
2.3 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.3.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)	11
2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Quality Service)	11
2.3.3 แนวความคิดเกี่ยวกับชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)	12
2.3.4 แนวความคิดเกี่ยวกับความปรารถนาดี (Benevolent)	12
2.3.5 แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	13
2.3.6 แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)	13
2.3.7 แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)	14
2.3.8 แนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social influence)	14
2.3.9 แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)	14
2.3.10 แนวความคิดเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)	15
บทที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานงานวิจัย	21
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	21
3.2 นิยามตัวแปร	22
3.3 สมมติฐานงานวิจัย	23
3.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจ	23
3.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงขององค์กรและความไว้วางใจ	23
3.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความปรารถนาดีและความไว้วางใจ	23
3.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ	24
3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจและทัศนคติในการใช้งาน	24
3.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการใช้งาน และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	24
3.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	25
3.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในประสิทธิภาพ และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	25

3.3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในความพยายาม และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	25
3.3.10 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	26
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	27
4.1 การคัดเลือกตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่าง	27
4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	27
4.1.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	27
4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	28
4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
4.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
4.4.1 การทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)	33
4.4.2 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)	33
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	34
4.5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Describe Statistics Analysis)	34
4.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)	34
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	35
5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
5.2 การวัดค่าเฉลี่ยปัจจัย (Mean)	37
5.3 การประเมินความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)	42
5.4 การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ	43
5.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 4 องค์ประกอบ คือ คุณภาพการให้บริการ ชื่อเสียงขององค์กร ความปรารถนาดี และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีต่อความไว้วางใจ	43
5.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 1 องค์ประกอบ คือ ความไว้วางใจ ที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้งาน	44

5.4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 5 องค์ประกอบ คือ ทัศนคติในการใช้งาน ความไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคม ที่มีผลต่อความตั้งใจ ใช้งานอย่างต่อเนื่อง	45
5.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	49
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	52
6.1 สรุปผลการวิจัย	52
6.1.1 ปัจจัยที่มีอิทธิต่อการสร้างความเชื่อมั่น	52
6.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	53
6.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย	53
6.2.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ	53
6.2.2 ประโยชน์เชิงบริหาร	54
6.3 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต	54
รายการอ้างอิง	55
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก	61
ภาคผนวก ข	67
ประวัติผู้เขียน	70

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัย	16
4.1 คำถามเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	29
5.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	36
5.2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	37
5.3 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค	42
5.4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยความไว้วางใจ	43
5.5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยทัศนคติในการใช้งาน	45
5.6 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	46
5.7 สรุปผลการวิจัยจากสมมติฐานของงานวิจัย	49
ข.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่วนที่ 1	67
ข.2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามส่วนที่ 1	67
ข.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่วนที่ 2	68
ข.4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามส่วนที่ 2	68
ข.5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่วนที่ 3	69
ข.6 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามส่วนที่ 3	69

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 การใช้บริการธนาคารและการชำระเงินโดยใช้โทรศัพท์มือถือ ปี 2011-2014	2
2.1 ขั้นตอนการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ	5
2.2 หน้าจอแอปพลิเคชันของ AIS mPAY	6
2.3 หน้าจอแอปพลิเคชันของ Wallet by TrueMoney	7
2.4 หน้าจอแอปพลิเคชันของ DTAC Jaew Wallet	8
2.5 หน้าจอแอปพลิเคชันของ LINE Pay	8
2.6 ทฤษฎี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model	10
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง	21
5.1 ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง	48

บทที่ 1

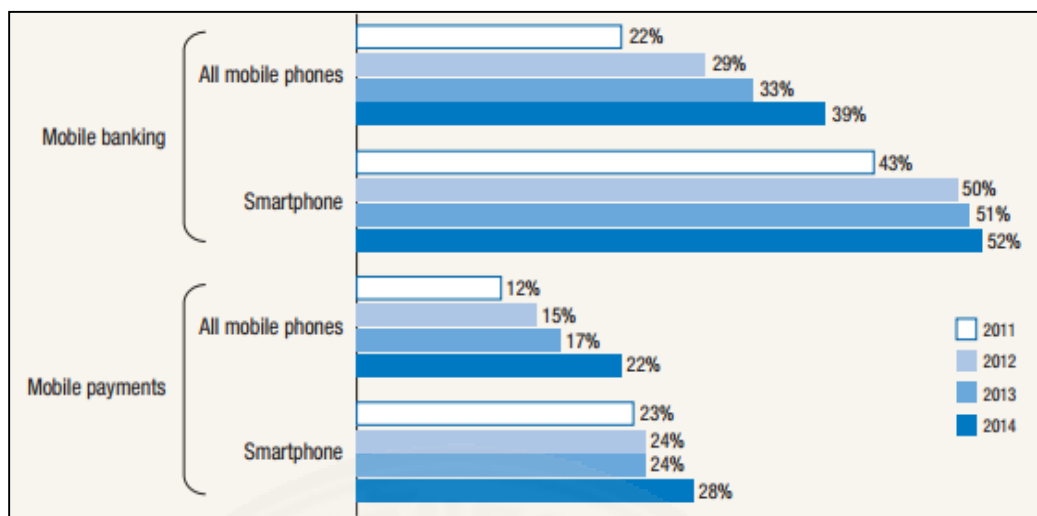
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ โดยเฉพาะเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในสังคมยุคนี้ จากสถิติจำนวนผู้ใช้โทรศัพท์มือถือในประเทศไทยปี 2558 มีจำนวนถึง 49,594,137 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) ด้วยเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือในปัจจุบันที่ไม่ได้มีแค่ใช้สื่อสาร แต่ยังสามารถรับส่งข้อความมัลติมีเดีย ข้อมูล รูปภาพ และวิดีโอได้อย่างง่ายดาย และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ การพูดคุยผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ร้อยละ 86.8) รองลงมาเป็นการดูวิดีโอผ่านยูทูป (ร้อยละ 66.6) การอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ 55.7) การค้นหาข้อมูล (ร้อยละ 54.7) และการทำธุรกรรมทางการเงิน (ร้อยละ 45.9) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2558)

การทำธุรกรรมต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือมีมากมาย เช่น การซื้อขายของออนไลน์ การทำธุรกรรมธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) หรือการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) ที่สามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้ ทุกที่ทุกเวลาอย่างมีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในคุณลักษณะที่ช่วยแก้ปัญหาในชีวิตประจำวันที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ (Rao & Troshani, 2007) มีการคาดการณ์การชำระเงินบนโทรศัพท์มือถือในปี 2020 จะมีมูลค่าถึง 143 พันล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2015 ที่มีมูลค่าอยู่ที่ 68.2 พันล้านบาท (Yozzo, 2015) อนาคตการใช้กระเป๋าเงินอาจไม่มีความจำเป็นเมื่อการชำระเงินเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์และโทรศัพท์มือถือกลายเป็นศูนย์กลางของการทำธุรกรรมทางการเงิน

อย่างไรก็ตามการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านเครือข่ายของระบบโทรศัพท์มือถือก็ยังมีปริมาณการใช้งานน้อยกว่าการทำธุรกรรมออนไลน์รูปแบบอื่น ๆ เนื่องมาจากการขาดความเชื่อมั่นในการใช้งาน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2559) สอดคล้องกับรายงานในต่างประเทศที่กล่าวว่า การชำระด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิต / บัตรเดบิตง่ายกว่าการใช้โทรศัพท์มือถือในการชำระเงินถึงร้อยละ 75



ภาพที่ 1.1 การใช้บริการธนาคารและการชำระเงินโดยใช้โทรศัพท์มือถือ ปี 2011-2014

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของการใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

1.2.2 ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของการใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

1.3.2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 เพื่อให้ผู้ใช้งานเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

1.4.2 เพื่อให้องค์กรหรือบริษัทผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถนำวิจัยไปใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการทำงานอย่างต่อเนื่องแก่ผู้ใช้บริการ

1.5 ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความตั้งใจในการใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้ที่เคยใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาทฤษฎีและกรอบแนวคิดการวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือและกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบกับการศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวข้องมาปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้ตรงตามการศึกษา ความเชื่อมั่นและการใช้งานอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงิน
- 2.2 ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
- 2.3 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงิน

ระบบการชำระเงิน คือ กระบวนการส่งมอบหรือโอนสื่อการชำระเงินเพื่อชำระราคา โดยแบ่งรูปแบบระบบการชำระเงินได้ 2 ประเภท คือระบบการชำระเงินด้วยเงินสด และระบบการชำระเงินด้วยสื่อการชำระเงินประเภทอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

2.1.1 การบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment)

หมายถึง การชำระเงินค่าสินค้าหรือบริการต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือ ไม่ว่าจะเป็นการใช้โทรศัพท์มือถือโอนเงินหรือชำระเงินให้กับร้านค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านการใช้เทคโนโลยี NFC (Near Field Communication) เปรียบเสมือนการมีกระเป๋าเงินในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยแค่ลงทะเบียนบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต ผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องพกเงินสดเป็นจำนวนมาก ในการชำระสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการชำระเงินและช่วยป้องกันการถูกโจรกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ในกรณีที่พกเงินสดเป็นจำนวนมาก ช่องทางการใช้บริการผู้ใช้บริการสามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อทำการชำระเงินผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น

- 2.1.1.1 ระบบตอบรับอัตโนมัติ (IVR)
- 2.1.1.2 การส่งข้อความสั้น (Short Message Service: SMS)
- 2.1.1.3 การเข้าสู่อินเทอร์เน็ตผ่านมือถือ (WAP/GPRS)

ในแต่ละช่องทางผู้ใช้บริการต้องกำหนดรูปแบบการตัดเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ และต้องมีการสมัครเพื่อเชื่อมโยงวิธี เข้ากับโทรศัพท์มือถือที่แตกต่างกันออกไป

การบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

นโยบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) คือ เป็นการทำธุรกรรมการเงินทางธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถทำงานเปรียบเสมือนการทำธุรกรรมผ่านตู้ ATM และ เคาน์เตอร์ของธนาคาร เช่น การเช็กระยอดจำนวนเงิน การโอนเงิน การชำระค่าบริการต่าง ๆ ในปัจจุบันทุกธนาคารมีให้บริการทุกธนาคาร

นโยบายคอมเมอร์ซ (Mobile Commerce: M-Commerce) คือ การทำธุรกรรมบนมือถือที่มีรูปแบบเหมือนการซื้อของทางเว็บไซต์ทั่ว ๆ ไป ที่เป็นเทรนด์ในการซื้อขายออนไลน์ในปัจจุบัน เพราะสะดวก รวดเร็วสามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา

นโยบายวอลเล็ต (Mobile Wallet: M-Wallet หรือ E-Wallet) คือ ระบบการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านแอปพลิเคชัน โดยระบบจะเป็นตัวกลางในการติดต่อและเชื่อมต่อระบบให้กับร้านค้า ใช้เทคโนโลยีที่เรียกว่า NFC (Near Field Communication) ที่ฝังอยู่ในโทรศัพท์มือถือในการแตะเพื่อชำระเงิน เช่น รถไฟฟ้า ร้านกาแฟ ร้านอาหาร เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ

ขั้นตอนการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ 5 ขั้นตอน

1. ผู้ใช้บริการสมัครเพื่อใช้บริการกับผู้ให้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ คือ ธนาคาร หรือผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือโดยต้องเลือกช่องทางและรูปแบบการชำระเงิน เพื่อผูกหมายเลขบัญชีกับหมายเลขโทรศัพท์มือถือ

2. ผู้ใช้บริการใช้โทรศัพท์มือถือส่งคำสั่งการทำธุรกรรม การซื้อขาย สินค้า/บริการไปยังร้านค้า หรือสาธารณูปโภค เช่น การไฟฟ้า การประปา ฯลฯ ที่ให้บริการ

3. ร้านค้า/สถาบันผู้รับชำระเงิน จะส่งคำสั่งเพื่อทำการตรวจสอบการชำระเงินของผู้ใช้บริการ
4. ผู้ใช้บริการส่งยืนยันรหัสผ่าน (Pin) เพื่อยืนยันการทำธุรกรรม
5. ผู้ให้บริการบนเครือข่ายโทรศัพท์มือถือส่งข้อความ SMS แทนใบเสร็จรับเงิน และแสดงยอดเงินคงเหลือในบัญชีให้แก่ผู้ให้บริการ

2.1.2 การบริการชำระเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-WALLET, MOBILE WALLET หรือ DIGITAL WALLET)

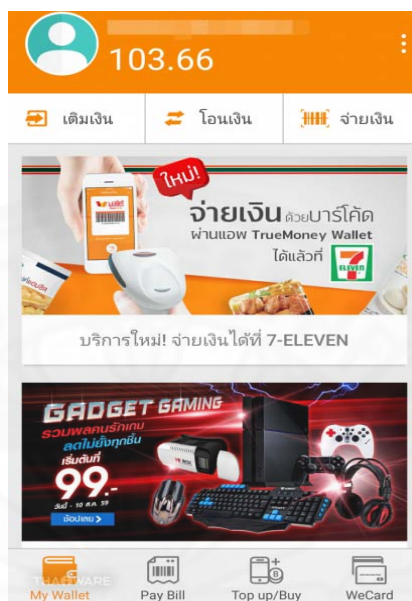
หมายถึง ระบบการชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสดผ่านแอปพลิเคชันหรือโซลูชัน โดยไม่ต้องเดินทางไปติดต่อกับธนาคารโดยตรง ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันหรือระบบจะเป็นตัวกลางในการติดต่อและเชื่อมต่อระบบให้กับร้านค้าเมื่อมีการอนุมัติให้ใช้บริการ เป็นการจ่ายเงินที่ใช้โทรศัพท์มือถือในการแตะเพื่อชำระเงิน ณ จุดชำระเงินต่าง ๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต รถไฟฟ้า ร้านกาแฟ เป็นต้น ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้จ่ายหรือซื้อสินค้า/บริการต่าง ๆ แคสแกนโทรศัพท์มือถือกับเครื่องที่ติดตั้งไว้ ใส่รหัสลับเฉพาะส่วนบุคคล (PIN code) เงินสดจะถูกหักจากโทรศัพท์ ในปัจจุบันมีผู้ให้บริการรับชำระค่าสินค้าผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด หรือ AIS mPAY เป็นผู้ให้บริการด้านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือบริการ AIS mPAY ให้บริการกระเป๋าเงินออนไลน์ mPAY Master Card เชื่อมกับ Master Card แต่การเติมเงินจะต้องผูกกับธนาคารผ่านตู้เอทีเอ็ม หรือบริการออนไลน์ โดยมีสโลแกน “ไม่มีบัตรเครดิต ก็ซื้อแอปพลิเคชันได้ทั่วโลก”



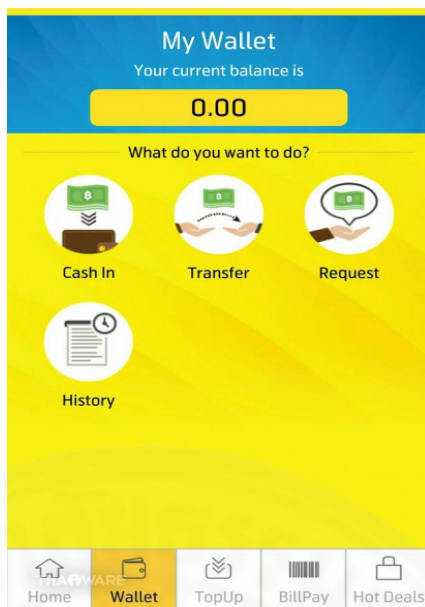
ภาพที่ 2.2 หน้าจอแอปพลิเคชันของ AIS mPAY

บริษัท ทรู มัณนี จำกัด หรือ Wallet by TrueMoney เป็นผู้ให้บริการด้าน
 เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ เป็นกลุ่มที่มีจำนวนผู้ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนมาก ให้บริการ
 กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ เติมเงินมือถือ จ่ายบิล โอนเงิน ซื้อสินค้าออนไลน์ได้เหมือนบัตร
 เครดิตทั่วไป นอกจากนี้ใช้สแกนจ่ายเงินที่ 7-Eleven ได้เหมือนบัตร 7-Eleven Card



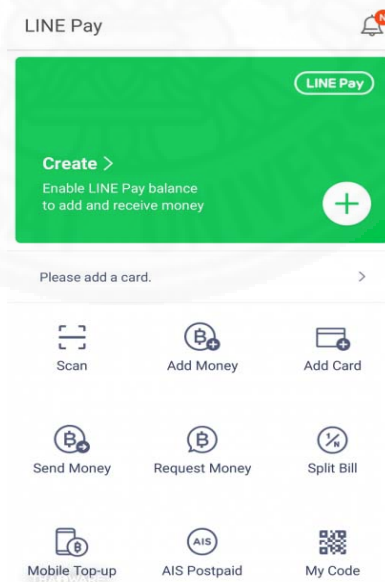
ภาพที่ 2.3 หน้าจอแอปพลิเคชันของ Wallet by TrueMoney

บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ DTAC Jaew
 Wallet เป็นผู้ให้บริการด้านเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ โดยสามารถจ่ายบิล DTAC ฟรีค่าธรรมเนียม
 โอนเงิน จ่ายบิล เติมเงิน เติมเกม และแจ้งเตือนชำระเงิน



ภาพที่ 2.4 หน้าจอแอปพลิเคชันของ DTAC Jaew Wallet

ไลน์ เพย์ (LINE Pay) ด้วยจำนวนผู้ใช้ไลน์แมสเซนเจอร์ (LINE Messenger) มากกว่า 33 ล้านคน ได้เปรียบในด้านช่องทางเข้าถึงผู้ใช้งาน การให้บริการไม่ต้องโหลดแอปพลิเคชันเพิ่มสามารถเข้าใช้งานผ่านไลน์ โดยไลน์ เพย์ จะผูกกับเลขบัตรประชาชน ผูกกับบัตรเดบิต เครดิต หรือผูกบัญชีธนาคารได้ เติมเงินเข้าบัญชีไลน์ เพย์ เพื่อซื้อสติกเกอร์ไลน์ (Sticker LINE) ธีม (Theme)



ภาพที่ 2.5 หน้าจอแอปพลิเคชันของ LINE Pay

2.1.3 ปัจจัยที่สนับสนุนให้การทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือเติบโต

2.1.3.1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยี 4G ผู้บริโภคนิยมใช้โทรศัพท์มือถือในการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์หรือเลือกซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

2.1.3.2 การเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และ โมบายพาณิชย์ (M-commerce) โดยธุรกิจจะอาศัยดิจิทัลแบงกิ้ง (Digital Banking) ในการชำระเงินค่าสินค้า/บริการออนไลน์

2.1.3.3 กระแสโลกที่กำลังพัฒนาเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ผู้บริโภคจะใช้เงินสดน้อยลง และเปลี่ยนมาใช้บัตรเครดิต อีเอ็ม บัตรเครดิต อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง และโมบายแบงกิ้ง เพื่อชำระเงินค่าสินค้า/บริการเพิ่มมากขึ้น

2.1.3.4 นโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Economy) แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National e-Payment Master Plan) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้ภาคส่วนต่าง ๆ ก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือยังมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี เนื่องมาจากการเติบโตของจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟน ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่รองรับการใช้งานที่เพิ่มขึ้น รัฐบาลให้การสนับสนุนเป็นหนึ่งในนโยบายเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล สำหรับผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบายในการใช้งาน ประหยัดเวลา เพราะสามารถเข้าถึงการใช้บริการได้ตลอดเวลา

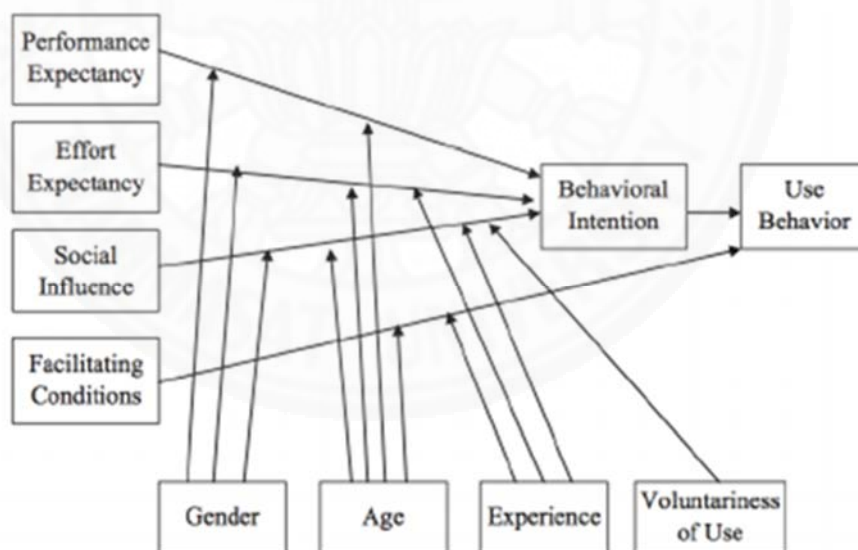
2.2 ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

2.2.1 ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT)

ทฤษฎีที่ถูกพัฒนาโดย Venkatesh และคณะในปี ค.ศ.2003 เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและถูกนำไปใช้ศึกษาความตั้งใจ (Intention) และ/หรือพฤติกรรม (Behavior) การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลหรือแต่ละองค์การ ซึ่งเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมมนุษย์ใช้เป็นทางเลือกสำหรับศึกษาและอธิบายความตั้งใจ และพยากรณ์พฤติกรรมมนุษย์ในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อาศัยพื้นฐานความสัมพันธ์ที่เด่นชัดของปัจจัยต่าง ๆ จาก 8 ทฤษฎี ได้แก่ 1.ทฤษฎีว่าด้วยการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) 2.ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) 3.แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model: TAM) 4.แบบจำลองการใช้ประโยชน์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC Utilization: MPCU) 5.ทฤษฎีการ

แพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory: DOI) 6.แบบจำลองแรงจูงใจ (Motivational Model: MM) 7.ทฤษฎีกระบวนการรับรู้ทางสังคม (Social Cognitive Theory: SCT) และ 8.ทฤษฎีผสมผสานระหว่างแบบจำลอง TAM กับ แบบจำลอง TPB (Combined-TAM-TPB) และถูกนำไปใช้ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลในภาคธุรกิจ (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555) ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) อิทธิพลของสังคม (Social influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating conditions) นอกจากนี้ยังมีตัวแปรที่ส่งผลต่อตัวแปรข้างต้น ได้แก่ เพศ (Gender) อายุ (Age) ประสบการณ์ (Experience) และความเต็มใจในการใช้เทคโนโลยี (Voluntariness of Use) นั้น ๆ (มะลิวรรณ จันแดง, 2011)

ในการวัดความคาดหวังในประสิทธิภาพและอิทธิพลทางสังคมนั้น มีตัวแปรสำคัญต่อพฤติกรรมกรยอมรับและการทำงานเทคโนโลยีอยู่ 4 ตัวแปรคือ เพศ อายุ ประสบการณ์ และความเต็มใจในการใช้เทคโนโลยี การวัดความคาดหวังในความพยายามมีตัวแปรสำคัญต่อพฤติกรรมกรยอมรับอีก 3 ตัวแปรคือ เพศ อายุ และประสบการณ์ นอกจากนี้ยังมีเงื่อนไขสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกมีตัวแปรสำคัญต่อพฤติกรรมกรยอมรับ 2 ตัวแปรคือ อายุ ประสบการณ์เพื่อหาความสัมพันธ์การยอมรับเทคโนโลยี



ภาพที่ 2.6 ทฤษฎี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

ความไว้วางใจ คือ ความเชื่อ ความคาดหวัง หรือคำมั่นสัญญา ที่ผู้ขายจะไม่ใช้ประโยชน์จากช่องโหว่ของผู้บริโภคในการหาผลประโยชน์ให้ตัวเอง (Geyskens et al., 1996) สิ่งที่สำคัญที่สุดของความไว้วางใจในการซื้อขายของผู้ซื้อสินค้า คือพนักงานขายความเชื่อถือในตัวบุคคล (Doney & Cannon, 1997) ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการในการซื้อสินค้า เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการซื้อขายสินค้าหรือการทำธุรกรรมร่วมกัน โดยผู้ให้บริการจะดำเนินการที่สอดคล้องหรือตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้งาน

ความเชื่อคือสิ่งที่บุคคลจะปฏิบัติตามและมีบทบาทสำคัญในด้านธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพราะผู้ใช้รู้สึกมีความเสี่ยง ความไม่แน่นอน ควบคุมไม่ได้ (Lu et al., 2011; Zhou, 2013) ในอุตสาหกรรมด้านบริการทางการเงินที่มีการแข่งขันสูงขึ้น เน้นถึงความไว้วางใจ ในการสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงและยาวนานกับลูกค้า เพื่อให้เป็นผลในด้านที่ดีกับธุรกิจของตนเอง (Sekhon et al., 2014) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Slade and Emma (2015) ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานระบบ แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัย ความน่าไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือในการใช้งาน ซึ่งเป็นผลด้านบวกในการตั้งใจใช้งาน จะเห็นได้จากในปัจจุบันการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นจากแต่ก่อน ความเชื่อจะเกิดจากหลายปัจจัย เช่น การรักษาความลับข้อมูลส่วนตัว รู้สึกไว้วางใจ พึงพอใจในการใช้งาน

2.3.2 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Quality Service)

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การให้บริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพภายหลังจากที่ได้รับบริการนั้น ๆ และมีความต้องการที่จะใช้บริการนั้น (Zineldin, 1996) คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ หากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมีคามพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550)

คุณภาพการให้บริการเป็นตัวที่สะท้อนถึงการใช้งานครูการทำธุรกรรมผ่านบนโทรศัพท์มือถือ คุณภาพของระบบส่งผลต่อความไว้วางใจจากในการใช้งานเพื่อให้เกิดการใช้งานได้ง่าย (Vance et al., 2008) คุณภาพการให้บริการที่ดีสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้เนื่องจากผู้ใช้คาดหวังว่าจะได้รับระบบการชำระเงินผ่านมือถือที่มีคุณภาพเสมอ ผู้ให้บริการต้องส่งมอบระบบที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านบน

โทรศัพท์มือถือจะส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการใช้งานต่อไป (Zhou, 2013) คุณภาพการให้บริการจะเกิดจาก ความถูกต้องของข้อมูล ครบถ้วน รวดเร็ว ในการทำธุรกรรม คือสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีบนโทรศัพท์มือถือ

2.3.3 แนวความคิดเกี่ยวกับชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)

ชื่อเสียงขององค์กร หมายถึง ภาพสะท้อนที่เกิดในการรับรู้ ความทรงจำของผู้บริโภค ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงตัวตนของบริษัทหรือองค์กรเป็นสิ่งที่บุคคลภายนอกเห็น (Keller, 1993) สอดคล้องกับ Aydin and Ozer (2005) กล่าวว่า ชื่อเสียงของผู้ให้บริการ คือความประทับใจที่เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้า จากนิยามของชื่อเสียงของผู้ให้บริการที่กล่าวมา สามารถแบ่งองค์ประกอบของชื่อเสียงของผู้ให้บริการเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. ความเชี่ยวชาญ (Expert) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของลูกค้าที่มีต่อผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ในด้านประสบการณ์ สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพในอุตสาหกรรมนี้ 2. ตราสินค้า (Brand) หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้า บ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ของผู้ให้บริการโทรศัพท์ 3. การบริหารจัดการ (Management) หมายถึง ภาพที่สะท้อนถึงการจัดการการบริหารที่ดีในองค์กร มีความน่าเชื่อถือ (Hsieh & Li, 2008)

จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์องค์กรเป็นสิ่งสำคัญเพราะสิ่งแรกที่บุคคลนึกถึงหรือจดจำที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ และเป็นสิ่งที่จะรักษาให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการยังเลือกซื้อหรือใช้งานต่อไป สอดคล้องกับ Srivastava et al., (2010) ที่กล่าวว่าการรับรู้ชื่อเสียงของผู้ให้บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมบนโทรศัพท์ เพราะเป็นตัวที่สามารถชี้วัดได้ถึงความมีศักยภาพในการให้บริการกับผู้ใช้งาน สามารถให้บริการที่ดีมีคุณภาพ

2.3.4 แนวความคิดเกี่ยวกับความปรารถนาดี (Benevolent)

ความปรารถนาดี หมายถึง ความเชื่อของผู้ที่ได้รับคามไว้วางใจเกี่ยวกับการทำความดีแก่ผู้ที่มอบความไว้วางใจ นอกเหนือไปจากแรงจูงใจที่มาจากความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน โดยผู้ที่ได้รับความไว้วางใจต้องการที่จะช่วยเหลือผู้ที่มอบความไว้วางใจ ความเมตตากรุณาเป็นการรับรู้ทางด้านบวกเกี่ยวกับการแสดงออกของผู้ที่ได้รับคามไว้วางใจที่กระทำต่อผู้ที่มอบความไว้วางใจ ความเมตตากรุณาจัดเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ทำให้เกิดความไว้วางใจ

Mayer, Davis and Schoorman (1995) ได้ศึกษาความไว้วางใจมีอยู่เพียง 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ความสามารถ (ability) ความปรารถนาดี (benevolence) และความซื่อสัตย์ (integrity) ที่สามารถอธิบายการเกิดความไว้วางใจได้ดีที่สุด เนื่องจากทั้ง 3 ปัจจัยหลักนี้ มาจากการศึกษาการรับรู้ในผู้ที่ได้รับความไว้วางใจโดยตรง ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือควรมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการให้บริการ และมีความซื่อสัตย์ โดยทำตามคำสัญญาและไม่หลอกลวงผู้ใช้บริการ และมีความปรารถนา

ดีให้กับผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของลูกค้ามากกว่าประโยชน์ของตัวเอง (Song & Zahedi, 2007) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการจากผู้ให้บริการที่พร้อมช่วยเหลือเมื่อการใช้งานมีปัญหา มีความจริงใจในการให้บริการ

2.3.5 แนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

ความเสี่ยง หมายถึง ความสามารถของลูกค้าในการประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสียหาย หรือความสูญเสียต่อตนเองและผู้อื่น โดยใช้ความรู้หรือประสบการณ์เดิม (ศิริสา จรัสวุฒิกกร, 2547) ซึ่งความเสี่ยงมี 4 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ ความเสี่ยงส่วนบุคคล ความเสี่ยงจากประสิทธิภาพของผู้ขาย และความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Pavlou, 2003) มีงานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ของผู้ใช้งานว่ามีอิทธิพลต่อการยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce) อย่างไร ซึ่งผลของการศึกษานี้พบว่าความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะใช้น้อยกว่าที่ส่งผลกระทบต่อตรงทำให้การรับรู้ความเสี่ยงลดลง ดังนั้นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ได้แก่ ปัจจัยด้านความเสี่ยง (Risk) ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงในเชิงลบต่อความตั้งใจที่ใช้งาน (Intention to use) (Pavlou, 2003)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพงศ์ จงประสิทธิผล (2552) ที่กล่าวว่า การชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความเสี่ยงและประโยชน์ที่จะได้รับ เพราะเป็นความเสี่ยงที่เกี่ยวกับระบบ เช่น การถูกเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและความลับส่วนตัว ความปลอดภัยในระบบที่อาจไม่สมบูรณ์ทำให้การใช้งานเกิดข้อผิดพลาดได้ ในด้านประโยชน์ที่ได้รับ ทำให้การชำระเงินออนไลน์ทำให้การทำธุรกรรมรวดเร็ว สะดวกสบายมากขึ้น สามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา คือสิ่งที่ผู้ใช้งานมองเห็นประโยชน์ในการชำระเงินออนไลน์

2.3.6 แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ระดับที่แต่ละบุคคลเชื่อว่าระบบจะช่วยให้สามารถทำงานบรรลุหรือได้รับประโยชน์ได้ดีขึ้น (Venkatesh et al., 2003) ทำให้งานสามารถประสบความสำเร็จ เพิ่มความสามารถในการทำงานมากยิ่งขึ้น จากผลการศึกษางานวิจัยของ Carlsson (2006) พบว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพถือเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดพฤติกรรมในการใช้บริการโทรศัพท์มือถือในประเทศฟินแลนด์ Luo et al., (2010) ได้ศึกษาการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการยอมรับบริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือในสหรัฐอเมริกา เพราะมีประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ที่ต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว

ในประเทศจอร์แดน ผลการวิจัยพบว่าด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีผลต่อการใช้บริการบนโทรศัพท์มือถือ การทำธุรกรรมทางการเงินที่ดำเนินการโดยช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสิ่งที่อ่อนไหว ความคาดหวังในประสิทธิภาพจึงเป็นจุดสนใจของผู้ใช้งานในประเทศจอร์แดนในการกำหนดความตั้งใจที่จะใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม (Alalwan et al., 2017)

2.3.7 แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)

ความคาดหวังในความพยายาม หมายถึง ระดับความสะดวกในการใช้งานระบบง่ายต่อการใช้งาน (Venkatesh et al., 2003) ผู้ใช้งานคาดหวังว่าการใช้เทคโนโลยีจะต้องใช้ความพยายามน้อย ไม่ยากในการใช้งาน ซึ่งทำให้สามารถรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีมีประโยชน์ จากผลการศึกษาวิจัยของ Ricardo de Sena Abrahao (2016) พบว่า ความคาดหวังในความพยายามมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับเจตคติทางพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chong (2013), Oye et al. (2014) and Martins et al. (2014) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดในความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี ความคาดหวังในความพยายามมีผลต่อการใช้บริการบนโทรศัพท์มือถือในประเทศจอร์แดน การทำธุรกรรมทางการเงินที่ดำเนินการโดยช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่อ่อนไหว เพราะผู้ใช้งานในประเทศจอร์แดนมีความกังวลเกี่ยวกับการใช้งานหรือความยุ่งยากในการทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือ (Alalwan et al., 2017)

2.2.8 แนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม (Social influence)

อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ระดับที่ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตนเองในการยอมรับการใช้ระบบใหม่ (Venkatesh et al., 2003) เป็นการทำให้โดยคนหนึ่งหรือหลายคนเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิดหรือความรู้สึกของคนอื่น เป็นแรงจูงใจสำหรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จากผลการศึกษาวิจัยของ Ricardo de Sena Abrahao, (2016) พบว่าอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์และมีความสัมพันธ์ทางบวกในการทำนายเจตคติทางพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Oye et al. (2014) and Martins et al. (2014) ที่กล่าวว่าอิทธิพลทางสังคมมีผลกระทบต่อการตั้งใช้งานเทคโนโลยี คนที่มีความสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลหนึ่ง

จากงานวิจัยพบว่า อิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการใช้งานบริการบนโทรศัพท์มือถือ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสังคม เมื่อสังเกตพฤติกรรมจากคนที่มีอิทธิพลต่อตนเอง (Teo & Pok, 2003)

2.2.9 แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)

ทัศนคติในการใช้งาน หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี มองเห็นถึงผลประโยชน์ คุณค่า และความยุ่งยากต่อการใช้งานที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้งาน การ

กระตุ้นส่งผลต่อการแสดงออกพฤติกรรมของมนุษย์ (อรวีสา งามสรรพ, 2553) ที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ประโยชน์ในการทำงานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

Sejin Ha and Leslie Stoel (2009) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับข้อป้งออนไลน์ทัศนคติและความไว้วางใจในการทำงานข้อป้งออนไลน์ คุณภาพและทัศนคติในการทำงานจะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ความน่าเชื่อถือที่ส่งผลต่อการใช้งานเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Paul et al., (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับของผู้บริโภคของบริการชำระเงินมือถือ ในประเทศเยอรมนีเราพบว่าความสัมพันธ์ที่เป็นบวกระหว่างทัศนคติในการใช้บริการชำระเงินผ่านมือถือและความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านมือถือแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่ดีในการใช้บริการธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ

2.3.10 แนวความคิดเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)

ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง หมายถึง พฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้สิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบริการอย่างต่อเนื่อง ความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ความตั้งใจเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ความตั้งใจเป็นตัวบ่งชี้บุคคลว่าได้ทุ่มเทความพยายามมากน้อยไหน (Sorebo et al., 2009)

ความพึงพอใจของลูกค้ามีบทบาทสำคัญในด้านการตลาดเนื่องจากเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง (Oliver, 1980) การศึกษาจำนวนมากยังชี้ให้เห็นถึงมุมมองที่ว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีผลต่อความความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Bhattacharjee, 2001)

ตารางที่ 2.1

ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัย

ลำดับ	ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ความไว้วางใจ (Trust)	คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)	ความปรารถนาดี (Benevolent)	การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)	ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)	อิทธิพลทางสังคม (Social influence)	ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)	ความตั้งใจในการทำงานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)
1	Abrahao (2016)							X	X		
2	Alalwan et al., (2017)						X	X			
3	Aydin and Ozer (2005)			X							
4	Bhattacharjee (2001)										X
5	Carlsson (2006)						X				
6	Chong (2013)							X			
7	Doney and Cannon (1997)	X									

ตารางที่ 2.1

ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ลำดับ	ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ความไว้วางใจ (Trust)	คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)	ความปรารถนาดี (Benevolent)	การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)	ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)	อิทธิพลทางสังคม (Social influence)	ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)	ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)
8	Geyskens et al., (1996)	X									
9	Gouveia et al. (2007)								X		
10	Hsieh and Li (2008)			X							
11	Keller (1993)			X							
12	Lu et al. (2011)	X					X				
13	Luo et al. (2010)										
14	Martins et al. (2014)							X	X		

ตารางที่ 2.1

ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ลำดับ	ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ความไว้วางใจ (Trust)	คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)	ความปรารถนาดี (Benevolent)	การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)	ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)	อิทธิพลทางสังคม (Social influence)	ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)	ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)
15	Mayer et al. (1995)				X						
16	Oliver (1980)										X
17	Oye et al. (2014)							X	X		
18	Pavlou (2003)	X		X		X				X	X
19	Schierz et al. (2010)									X	
20	Sejin Ha and Leslie Stoel (2009)									X	
21	Sekhon et al. (2014)	X									

ตารางที่ 2.1

ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ลำดับ	ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ความไว้วางใจ (Trust)	คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)	ความปรารถนาดี (Benevolent)	การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)	ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)	อิทธิพลทางสังคม (Social influence)	ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)	ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)
22	Slade and Emma (2015)	x									
23	Song and Zahedi, 2007				x						
24	Sorebo et al. (2009)										x
25	Srivastava et al. (2010)			x							
26	Teo and Pok (2003)								x		
27	Vance et al. (2008)		x								
28	Venkatesh et al. (2003)						x	x	x	x	

ตารางที่ 2.1

ตารางสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

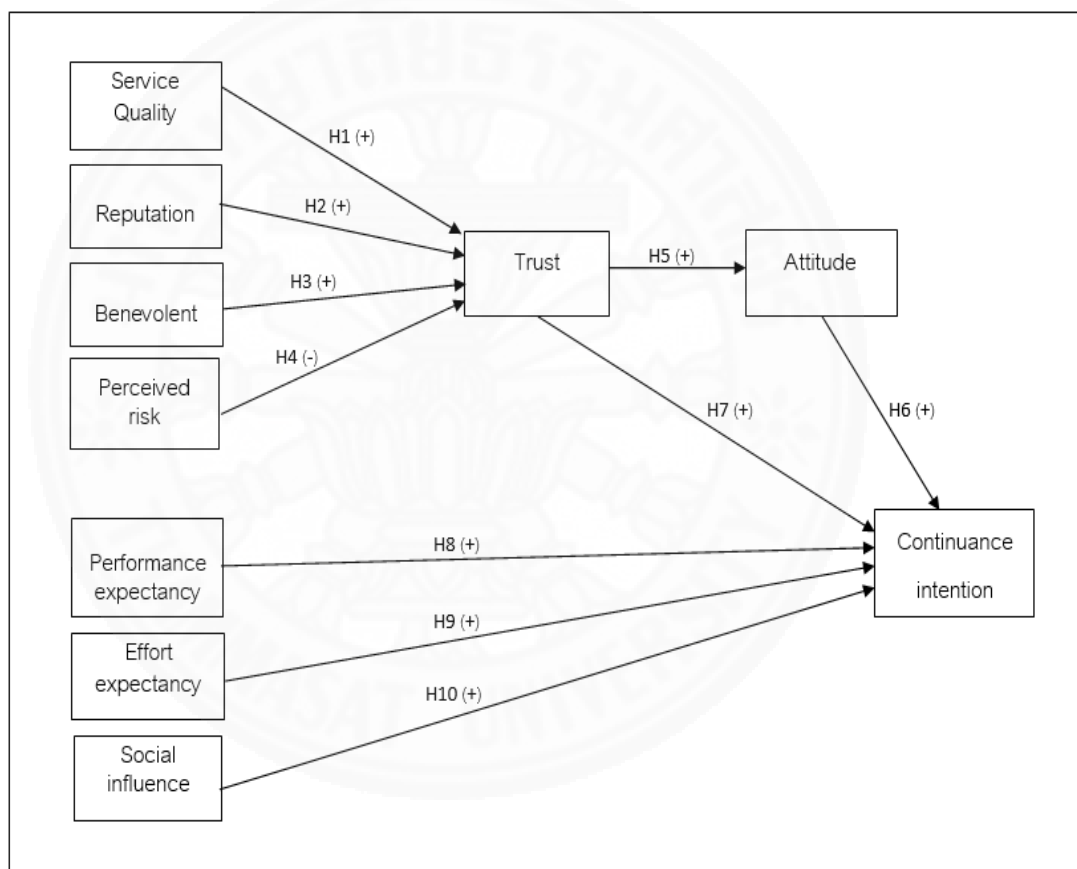
ลำดับ	ทฤษฎี/ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ความไว้วางใจ (Trust)	คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)	ชื่อเสียงองค์กร (Reputation)	ความปรารถนาดี (Benevolent)	การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)	ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)	อิทธิพลทางสังคม (Social influence)	ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)	ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)
29	Zhou (2013)	X	x								
30	Zilber (2013)							x			
31	Zineldin (1996)		x								
32	พรพงศ์ จงประสิทธิผล (2552)					x					
33	ศิรสา จรัสสุตยากร (2547)					x					
34	สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550)		x								
35	อรวิสา งามสรรพ (2553)									x	

บทที่ 3

กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานงานวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง ได้พัฒนารอบแนวคิดการวิจัยโดยสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ของแนวคิดต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

3.2 นิยามตัวแปร

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือช่วยเพิ่มความสามารถให้งานบรรลุได้ดีขึ้น ประสบความสำเร็จ (Venkatesh et al., 2003)

ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เกิดความรู้สึกในการใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก เกิดความสะดวกในการใช้งาน มีส่วนร่วมกับระบบ (Venkatesh et al., 2003)

อิทธิพลทางสังคม (Social influence) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อตนเอง (Venkatesh et al., 2003) เชื่อว่าควรนำไปใช้งานระบบใหม่ ๆ

ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นต่อเทคโนโลยี มองเห็นถึงผลประโยชน์ คุณค่าที่จะได้รับการใช้งาน (อรวีสา งามสรรพ, 2553)

ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจหรือมั่นใจในการใช้ธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Ndubisi, 2007) ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญในด้านธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Lu et al., 2011; Zhou, 2013) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานระบบ (Slade & Emma, 2015)

การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นความเสี่ยงทางการเงินและความเสี่ยงต่อความเป็นส่วนตัว (Featherman & Pavlou, 2003) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานเกิดความกลัวต่อการใช้งาน

คุณภาพการให้บริการ (Quality Service) หมายถึง การรับรู้ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Lim, et al., 2006)

ความปรารถนาดี (Benevolent) หมายถึง ความจริงใจมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้อื่น (Beaton, 2007) ทำให้บุคคลอื่นมีความรู้สึกดี มองเห็นถึงความตั้งใจที่ดีที่แสดงต่อบุคคลอื่นโดยไม่ได้มุ่งหวังผลตอบแทนหรือเห็นแก่ประโยชน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญสำหรับผู้ให้บริการธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มความไว้วางใจในการใช้บริการ

ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) หมายถึง ผลการดำเนินงานและผลงานในอดีตที่ผ่านมาขององค์กรที่สั่งสมมายาวนาน ซึ่งแสดงถึงความสามารถขององค์กรในการมีผลประกอบการที่ดี

และให้ผลประโยชน์ซึ่งเป็นที่พึงพอใจของทุกฝ่าย มีชื่อเสียงในด้านธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2551)

ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention) หมายถึง ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะพยายามจะใช้อย่างต่อเนื่อง เป็นตัวบ่งชี้ถึงบุคคลได้ทุ่มเทความพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะทำพฤติกรรมนั้น มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง (Hsiao et al., 2016)

3.3 สมมติฐานงานวิจัย

3.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความไว้วางใจ

คุณภาพการให้บริการเป็นตัวที่สะท้อนถึงการใช้งานธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพของระบบส่งผลต่อความไว้วางใจจากผู้ใช้งาน (Vance et al., 2008) ทำให้เกิดความใช้งานง่าย นอกจากนี้คุณภาพของการให้บริการที่ไม่ดีจะส่งผลต่อประสบการณ์ในการใช้งานเพิ่มความลำบากในการใช้ระบบ (Guo & Poole, 2009) คุณภาพการให้บริการที่ดีสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้เนื่องจากผู้ใช้คาดหวังว่าจะได้รับระบบการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพเสมอ ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1: คุณภาพการให้บริการส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจ

3.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงขององค์กรและความไว้วางใจ

ชื่อเสียงขององค์กรเป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นได้ง่ายที่สุดจากผู้ใช้งานระบบหรือผู้ใช้บริการ เป็นตัวที่สามารถประเมินถึงศักยภาพ ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ชื่อเสียงขององค์กรเป็นองค์ประกอบของการรับรู้ความไว้วางใจ (Jin et al., 2008; Mui et al., 2002) ชื่อเสียงขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้ความไว้วางใจ (Srivastava et al. 2010) ชื่อเสียงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงการยอมรับการใช้งานระบบ ยิ่งภาพลักษณ์องค์กรดีและมีชื่อเสียงมากจะช่วยเพิ่มความไว้วางใจในผู้ใช้งานระบบมากขึ้น (Chandra et. al, 2010) ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2: ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจ

3.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความปรารถนาดีและความไว้วางใจ

ความปรารถนาดีมีเมตตากรุณาคือความเชื่อจากผู้ใช้งานระบบหรือผู้ใช้บริการที่มองว่าผู้ให้บริการจะไม่ฉวยโอกาส ถึงแม้จะมีโอกาสที่จะทำ (Pavlou & Fygenson, 2006) ความปรารถนาดีที่ผู้ให้บริการมอบให้ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะหมายถึงความใส่ใจในตัวผู้ใช้งานเมื่อเกิด

ปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการ นั่นคือสิ่งที่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจในการใช้งาน (Mayer, Davis and Schoorman, 1995) ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 3: ความปรารถนาดีส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจ

3.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ

การรับรู้ความเสี่ยงเป็นการรับรู้ของผู้ใช้งานระบบที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในเชิงลบ (Pavlou, 2003) การทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ยังมีความไม่แน่นอนและมีความเสี่ยงสูง (Chandra et al., 2010) ความเสี่ยงที่ผู้ใช้งานระบบกังวลคือความเสี่ยงจากการถูกขโมยข้อมูลหรือมีแฮกเกอร์มาขโมยข้อมูลไป การที่ผู้ใช้งานขาดความเชื่อถือในระบบจะส่งผลต่อการยอมรับและความตั้งใจที่จะใช้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีการลดความเสี่ยงหรือจัดทำนโยบายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งานระบบ (Mallat, 2007) ลดความเสี่ยงในการรับรู้และอำนวยความสะดวกในการใช้งานระบบ ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4: การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความไว้วางใจ

3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจและทัศนคติในการใช้งาน

ในระบบการชำระเงินความไว้วางใจคือสิ่งสำคัญ เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับรู้ว่าจะได้รับการดำเนินการตามความคาดหวัง (Kim et al., 2010) เนื่องจากระบบการชำระเงินมีสภาพแวดล้อมและการปฏิบัติงานของผู้ใช้งานอาจขาดความเชื่อถือความไว้วางใจ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับและความตั้งใจที่จะใช้งาน (Mallat, 2007) ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 5: ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อทัศนคติในการใช้งาน

3.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการใช้งานและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ทัศนคติในการใช้งานเป็นความรู้สึกหรือแนวโน้มของพฤติกรรมของบุคคลนั้น ทัศนคติเป็นตัวบ่งชี้ถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นก่อนเกิดพฤติกรรม (Kalkan, 2011) ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างทัศนคติและความตั้งใจในการใช้งานต่อเนื่องผลการศึกษายืนยันแล้ว (Yang & Yoo, 2004) ทัศนคติมีผลโดยตรงเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 6: ทัศนคติในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

3.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ความไว้วางใจในระบบสะท้อนให้เห็นถึงความเต็มใจที่จะใช้งานระบบตามคาดหวังของผู้ใช้งาน ความไว้วางใจประกอบด้วย 3 มิติ คือ ความสามารถ ความซื่อสัตย์และความเมตตากรุณา (Zahedi & Song, 2008) ความสามารถหมายถึงผู้ให้บริการมีความรู้และความเชี่ยวชาญที่สามารถทำให้ระบบปฏิบัติงานให้สำเร็จ ความซื่อสัตย์หมายถึงผู้ให้บริการรักษาคำมั่นสัญญาและไม่หลอกลวงผู้ใช้งาน ความเมตตากรุณา หมายถึงผู้ให้บริการไม่เห็นแต่ผลประโยชน์ของตนเองแต่มองถึงประโยชน์ของผู้ใช้งานระบบด้วย ผู้ให้บริการจำเป็นต้องสร้างความไว้วางใจ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญในความตั้งใจที่จะใช้งานต่อเนื่อง (Beldad, Jong and Steehouder, 2010) ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 7: ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

3.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในประสิทธิภาพและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ความคาดหวังในประสิทธิภาพผู้ใช้รู้สึกว่าการใช้งานง่ายและไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักจะมีความคาดหวังสูงจะเกิดผลการดำเนินงานที่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ (Venkatesh et al., 2003) ช่วยอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับความตั้งใจของผู้ใช้ (Carlsson et al., 2006) ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 8: ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

3.3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังในความพยายามและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ความคาดหวังในความพยายาม คือความสะดวกในการใช้งานระบบ (Venkatesh et al, 2003) ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบ (Baptista & Oliveira, 2015) ความสามารถของผู้ใช้ระบบดังกล่าวในการชำระเงินในโรงแรมเป็นหลักการสำคัญในการพัฒนาความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้การ (Dwivedi et al., 2015) เพราะทำให้เกิดความสะดวกสบายต่อผู้ใช้งานเอง ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 9: ความคาดหวังในความพยายามส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

3.3.10 ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมและความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

อิทธิพลทางสังคมคือระดับการรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้น ๆ มีผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อความตั้งใจในการใช้ระบบชำระเงิน (Maillet et al., 2015) นอกจากนี้ อิทธิพลทางสังคมยังมีผลกระทบโดยตรงต่อความคาดหวังความพยายาม เนื่องจากความคาดหวังความพยายามคือการประเมินผลส่วนบุคคลและอิทธิพลทางสังคมเป็นแรงกดดันทางสังคม ในอนาคตระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์จะพัฒนาและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันอย่างหลีกเลี่ยงทำให้เกิดการรับรู้ขึ้นการใช้งานขึ้น ดังนั้น จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้สมมติฐานงานวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 10: อิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง



บทที่ 4 วิธีการวิจัย

4.1 การคัดเลือกตัวอย่างและกลุ่มตัวอย่าง

โดยงานวิจัยฉบับนี้เชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามผ่านทางออนไลน์และออฟไลน์ (แจกแบบสอบถาม) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากอัตราการใช้สมาร์ทโฟนในปัจจุบันสูงขึ้น ผู้ใช้สมาร์ทโฟนมักทำธุรกรรมหรือกิจกรรมต่าง ๆ บนมือถือเพิ่มสูงขึ้น โดยนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมาวัดระดับความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ

4.1.2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

จากข้อมูลปริมาณผู้ใช้งานสมาร์ทโฟนในประเทศไทยมีจำนวนถึง 47 ล้านคน แต่เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่มาก (Infinite population) และไม่ทราบความแปรปรวนของประชากร จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างจากการประมาณค่าเฉลี่ยประชากร กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรดังสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ	n	คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	Z	คือ ค่าระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ (ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า Z = 1.96)
	E	คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

จากการคำนวณพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 384.16 หรือประมาณ 385 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูลของงานวิจัยนี้ จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 คน และใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ทดสอบนำร่อง (Pilot Test) ก่อนการเก็บข้อมูลจริง

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้กูเกิลฟอร์ม (Google Form) เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถาม และกระจายแบบสอบถามผ่านทางเครือข่ายสังคมต่าง ๆ (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) และ อีเมล (E-mail) นอกจากนี้ไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อแจกแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับการจัดเก็บข้อมูล และมีการเก็บข้อมูลจากตัวอย่างนำร่องก่อนการเก็บข้อมูลจริงของแบบสอบถาม (Pilot-test)

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการสำรวจ (Survey) โดยเครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์ รายละเอียดของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามถึงการใช้บริการทางการเงินผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของแต่ละบุคคล โดยรายละเอียดของคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำธุรกรรมผ่าน

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวแปรชนิด Norminal Scale และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยระบุเป็นบุคคลทั่วไปจัดเก็บข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ความถี่ต่อเดือนในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ คือ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ ชื่อเสียงขององค์กร ความปรารถนาดี การรับรู้ความเสี่ยง ทศนคติในการใช้งาน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง คำถามในส่วนนี้จะป็นชนิด Interval Scale ซึ่งใช้มาตรเกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นแบบ Likert Scale ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยแต่ละระดับมีความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่งเท่ากับ 5
ระดับคะแนน	4	หมายถึง เห็นด้วยเท่ากับ 4
ระดับคะแนน	3	หมายถึง เฉย ๆ เท่ากับ 3
ระดับคะแนน	2	หมายถึง ไม่เห็นด้วยเท่ากับ 2
ระดับคะแนน	1	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเท่ากับ 1

ตารางที่ 4.1

คำถามเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปร	คำถาม	อ้างอิง
คุณภาพการให้บริการที่ดี (Service Quality)		
SER1	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการตอบสนองที่รวดเร็ว	Kalkan et al. (2010)
SER2	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ท่านเมื่อท่านต้องการ	Kim et al. (2010)
SER3	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถแก้ปัญหาให้คุณได้เมื่อเกิดปัญหา	Kim et al. (2010)
SER4	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ	Kim et al. (2010)

ตารางที่ 4.1

คำถามเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม	อ้างอิง
ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)		
RE1	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงที่ดีในการให้บริการ	Chandra et al. (2010)
RE2	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความเป็นธรรม	Chandra et al. (2010)
RE3	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความซื่อสัตย์	Chandra et al. (2010)
RE4	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความน่าเชื่อถือ	Chandra et al. (2010)
ความปรารถนาดีต่อผู้ใช้งาน (Benevolent)		
BEN1	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเอาใจใส่ผู้ให้บริการ	Mayer et al. (1995)
BEN2	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะรักษาผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ	Mayer et al. (1995)
BEN3	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการตอบสนองต่อปัญหาด้วยความเข้าใจ พร้อมยินดีช่วยแก้ปัญหา	Mayer et al. (1995)
BEN4	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความจริงใจในการบริการ	Mayer et al. (1995)
การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)		
PR1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อาจเกิดข้อผิดพลาดในระหว่างที่ใช้งาน	Pavlou, P. (2003)
PR2	ท่านคิดว่าการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ท่านสูญเสียข้อมูลทางการเงิน	Pavlou, P. (2003)
PR3	ท่านคิดว่ารู้สึกไม่ปลอดภัยถ้าต้องให้ข้อมูลบัตรเครดิตในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	Pavlou, P. (2003)

ตารางที่ 4.1

คำถามเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม	อ้างอิง
การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)		
PR4	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของท่านได้	Pavlou, P. (2003)
ความไว้วางใจ (Trust)		
TR1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์น่าเชื่อถือ	Gefen et al. (2003)
TR2	ท่านไว้วางใจผู้ให้บริการการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	Gefen et al. (2003)
TR3	ท่านไว้วางใจระบบการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	Chandra et al. (2010)
TR4	ท่านเชื่อว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย	Chandra et al. (2010)
ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)		
AT1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวคิดที่ดี	Oh et al. (2003), van der Heijden (2003), Yang and Yoo (2004)
AT2	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่ชาญฉลาด	Oh et al. (2003), van der Heijden (2003), Yang and Yoo (2004)
AT3	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์	Oh et al. (2003), van der Heijden (2003), Yang and Yoo (2004)
AT4	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่น่าสนใจ	Oh et al. (2003), van der Heijden (2003), Yang and Yoo (2004)

ตารางที่ 4.1

คำถามเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม	อ้างอิง
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)		
PE1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ในชีวิตประจำวันของท่าน	Venkatesh et al. (2012)
PE2	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ลดขั้นตอนการทำงานของท่าน	Venkatesh et al. (2012)
PE3	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านทำธุรกรรมได้รวดเร็วขึ้น	Venkatesh et al. (2012)
PE4	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด	Venkatesh et al. (2012)
ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)		
EE1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ต้องใช้ความพยายามมากเกินไป	Venkatesh et al. (2012)
EE2	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย	Venkatesh et al. (2012)
EE3	ท่านคิดว่าสามารถเรียนรู้วิธีการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง	Venkatesh et al. (2012)
อิทธิพลทางสังคม (Social influence)		
SI1	ท่านใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน	Venkatesh et al. (2012)
SI2	ท่านคิดว่าคนรอบข้างของท่านนิยมใช้การทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	Venkatesh et al. (2012)
SI3	ท่านคิดว่าคนรอบข้างของท่าน คิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประโยชน์ในการชำระเงิน	Venkatesh et al. (2012)

ตารางที่ 4.1

คำถามเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	คำถาม	อ้างอิง
ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)		
CI1	ท่านมีความตั้งใจจะใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปเรื่อย ๆ	Bhattacharjee. (2001)
CI2	ท่านมีความตั้งใจในการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บ่อยขึ้น	Bhattacharjee. (2001)
CI3	ท่านมีความตั้งใจจะใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แทนการชำระเงินอย่างอื่น	Bhattacharjee. (2001)

4.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.4.1 การทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)

การประเมินความสอดคล้องอีกหนึ่งตัว คือ การทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามหรือการทดสอบความเที่ยงของตัวแปร (Construct) โดยจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) และค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบ (Composite Reliability) โดยทั้งสองค่านี้เป็นค่าที่ใช้วัดค่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวด้วยชุดของตัวแปรสังเกตที่วัดตัวแปรแฝงนั้น ๆ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) คือ จะมีค่าระหว่าง 0.00 ถึง 1.00 และสามารถอธิบายได้ ดังนี้ เมื่อค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีความน่าเชื่อถือได้สูงหรือค่อนข้างสูง หรือ ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบเข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรนั้นมีความน่าเชื่อถือได้ค่อนข้างน้อย โดยงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่ามากกว่า 0.7

4.4.2 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยจะให้อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระ พิจารณาตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา (Content Validity) และโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) จากนั้นนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงข้อความคำถามในแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม แล้วนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบ (Pilot Test) ก่อนการเก็บข้อมูลจริง

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

4.5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Describe Statistics Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ที่ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้ ได้แก่ ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการที่ดี ชื่อเสียงขององค์กร ความปรารถนาดี การรับรู้ความเสี่ยงทัศนคติในการใช้งาน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ในการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยการใช้ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.5.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นในการทดสอบสมมติฐานที่ระดับร้อยละ 95 ด้วยเทคนิคการทดสอบสมมติฐานทางสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) นำมาใช้ทดสอบวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

บทที่ 5 ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษา

- 5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 5.2 การวัดค่าเฉลี่ยปัจจัยและสรุปผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยปัจจัย
- 5.3 การทดสอบสมมติฐานถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ในบทนี้จะทำการวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยวิเคราะห์การเก็บข้อมูลเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 497 ตัวอย่าง โดยเป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้และไม่ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อทำการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ามีจำนวน 165 ตัวอย่าง และคัดกรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกจำนวน 14 ตัวอย่าง จะเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถนำมาวิเคราะห์จำนวนทั้งสิ้น 318 ตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์เป็นดังต่อไปนี้

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ความถี่ต่อเดือนในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 77.67 และเป็นเพศชาย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.33 โดยมีช่วงอายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 49.06 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 คน ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 71.70 รองลงมาคือระดับปริญญาโทหรือสูงกว่านั้น จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 11.95 ความถี่ต่อเดือนในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด 3 – 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 49.06 รองลงมาคือ มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 26.73

ตารางที่ 5.1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	71	22.33
หญิง	247	77.67
รวม	318	100.00
2. อายุ		
15 - 20 ปี	9	2.83
21 - 30 ปี	156	49.06
31 - 40 ปี	118	37.10
41 - 50 ปี	29	9.12
51 - 60 ปี	6	1.89
รวม	318	100.00
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
มัธยมศึกษา	18	5.66
อนุปริญญา	34	10.69
ปริญญาตรี	228	71.70
ปริญญาโทหรือสูงกว่านั้น	38	11.95
รวม	318	100.00
4. ความถี่ต่อเดือนในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์		
1 - 2 ครั้งต่อเดือน	77	24.21
3 - 5 ครั้งต่อเดือน	156	49.06
มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	85	26.73
รวม	318	100.00

5.2 การวัดค่าเฉลี่ยปัจจัย (Mean)

จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องนั้น สามารถแบ่งองค์ประกอบออกเป็น 9 ปัจจัย คือ คุณภาพการให้บริการที่ดี ชื่อเสียงขององค์กร ความปรารถนาดี การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ ทัศนคติในการใช้งาน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปรในแต่ละข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
คุณภาพการให้บริการที่ดี (Service Quality)	3.911	0.565
ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการตอบสนองที่รวดเร็ว	4.211	0.743
ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ท่านเมื่อท่านต้องการ	3.950	0.681
ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถแก้ปัญหาให้คุณได้เมื่อเกิดปัญหา	3.676	0.769
ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ	3.808	0.691
ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)	3.785	0.601
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงที่ดีในการให้บริการ	3.909	0.720
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความเป็นธรรม	3.657	0.727
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความซื่อสัตย์	3.748	0.728

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ตัวแปรในแต่ละข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) (ต่อ)		
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความความน่าเชื่อถือ	3.827	0.718
ความปรารถนาดี (Benevolent)	3.719	0.614
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเอาใจใส่ผู้ให้บริการ	3.767	0.712
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะรักษาผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ	3.736	0.736
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการตอบสนองต่อปัญหาด้วยความเข้าใจ พร้อมยินดีช่วยแก้ปัญหา	3.651	0.711
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความจริงใจในการบริการ	3.723	0.701
การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived risk)	3.487	0.744
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อาจเกิดข้อผิดพลาดในระหว่างที่ใช้งาน	3.714	0.868
ท่านคิดว่าการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ท่านสูญเสียข้อมูลทางการเงิน	3.368	0.956
ท่านคิดว่ารู้สึกไม่ปลอดภัยถ้าต้องให้ข้อมูลบัตรเครดิตในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	3.528	0.9043
ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของท่านได้	3.336	0.935
ความไว้วางใจ (Trust)	3.729	0.644
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์น่าเชื่อถือ	3.748	0.710

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ตัวแปรในแต่ละข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ความไว้วางใจ (Trust) (ต่อ)		
ท่านไว้วางใจผู้ให้บริการการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	3.733	0.729
ท่านไว้วางใจระบบการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	3.748	0.710
ท่านเชื่อว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย	3.686	0.734
ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)	4.127	0.672
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวคิดที่ดี	4.113	0.786
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่ชาญฉลาด	4.022	0.776
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์	4.211	0.730
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่น่าสนใจ	4.160	0.751
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)	4.117	0.633
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ในชีวิตประจำวันของท่าน	4.176	0.758
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยลดขั้นตอนการทำงานของ ท่าน	4.217	0.782
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้คุณทำธุรกรรมได้รวดเร็วขึ้น	4.327	0.778
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด	3.748	0.786

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ตัวแปรในแต่ละข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)	4.051	0.653
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ต้องใช้ความพยายามมากเกินไป	3.928	0.789
ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย	4.079	0.721
ท่านคิดว่าสามารถเรียนรู้วิธีการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง	4.148	0.728
อิทธิพลทางสังคม (Social influence)	3.656	0.757
ท่านใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน	3.399	1.072
ท่านคิดว่าคนรอบข้างของท่านนิยมใช้การทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	3.692	0.848
ท่านคิดว่าคนรอบข้างของท่าน คิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประโยชน์ในการชำระเงิน	3.877	0.750
ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)	4.027	0.701
ท่านมีความตั้งใจจะใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปเรื่อย ๆ	4.101	0.734
ท่านมีความตั้งใจในการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บ่อยขึ้น	4.000	0.770
ท่านมีความตั้งใจจะใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แทนการชำระเงินอย่างอื่น	3.981	0.798

เมื่อตรวจสอบค่าสถิติของตัวแปรแต่ละตัวที่ถูกจัดกลุ่มอยู่ในปัจจัยเดียวกัน ดังแสดงในตารางที่ 5.2 พบว่า ค่าเฉลี่ย (Mean) ของตัวแปรในแต่ละปัจจัยเป็น ดังนี้

1) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ดีมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.911 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการตอบสนองที่รวดเร็ว” เท่ากับ 4.211

2) ปัจจัยชื่อเสียงขององค์กรมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.785 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงที่ดีในการให้บริการ” เท่ากับ 3.909

3) ปัจจัยความปรารถนาดีต่อผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.719 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ” เท่ากับ 3.767

4) ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.487 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อาจเกิดข้อผิดพลาดในระหว่างที่ใช้งาน” เท่ากับ 3.714

5) ปัจจัยความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.729 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์น่าเชื่อถือ” และ “ท่านไว้วางใจระบบการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์” เท่ากับ 3.748

6) ปัจจัยทัศนคติในการใช้งานมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.127 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์” เท่ากับ 4.211

7) ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.117 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้คุณทำธุรกรรมได้รวดเร็วขึ้น” เท่ากับ 4.327

8) ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.051 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าสามารถเรียนรู้วิธีการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง” เท่ากับ 4.148

9) ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.656 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านคิดว่าคนรอบข้างของท่าน คิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประโยชน์ในการชำระเงิน” เท่ากับ 3.877

10) ปัจจัยความความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.027 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ “ท่านมีความตั้งใจจะใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปเรื่อย ๆ” เท่ากับ 4.101

5.3 การประเมินความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)

งานวิจัยนี้สร้างคำถามในการวัดความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง ทั้งหมด 10 ปัจจัย ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ด้วยคำถาม 4 ข้อ ชื่อเสียงขององค์กร ด้วยคำถาม 4 ข้อ ความปรารถนาดี ด้วยคำถาม 4 ข้อ การรับรู้ความเสี่ยง ด้วยคำถาม 4 ข้อ ความไว้วางใจ ด้วยคำถาม 4 ข้อทัศนคติในการใช้งาน ด้วยคำถาม 4 ข้อ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้วยคำถาม 4 ข้อ ความคาดหวังในความพยายาม ด้วยคำถาม 3 ข้อ อิทธิพลทางสังคม ด้วยคำถาม 3 ข้อ และความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง ด้วยคำถาม 3 ข้อ

งานวิจัยนี้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบความเที่ยงตรงด้วยการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่า มีค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.7 แสดงว่าทุกปัจจัยอยู่ในเกณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือสูง ดังที่แสดงตามตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
คุณภาพการให้บริการที่ดี	0.788
ชื่อเสียงขององค์กร	0.851
ความปรารถนาดี	0.881
การรับรู้ความเสี่ยง	0.828
ความไว้วางใจ	0.915
ทัศนคติในการใช้งาน	0.906
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.831
ความคาดหวังในความพยายาม	0.845
อิทธิพลทางสังคม	0.794
ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	0.900

5.4 การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อให้ได้ค่าอิทธิพลทางตรงของตัวแปรในกรอบการวิจัย เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยมีการกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ให้มีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.4.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 4 องค์ประกอบ คือ คุณภาพการให้บริการ ชื่อเสียงขององค์กร ความปรารถนาดี และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีต่อความไว้วางใจ

การวิเคราะห์พบว่า ค่าแสดงการตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.461 ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบที่จะส่งถึงร้อยละ 46.1 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.476 เมื่อวิเคราะห์ในส่วนของตัวแปรต้นแต่ละปัจจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ ชื่อเสียงขององค์กร และความปรารถนาดี มีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนการรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยความไว้วางใจ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.648	0.238		2.727	0.007
คุณภาพการให้บริการ	0.202	0.062	0.177	3.264	0.001*
ชื่อเสียงขององค์กร	0.311	0.070	0.290	4.427	0.000*
ความปรารถนาดี	0.322	0.064	0.307	5.023	0.000*
การรับรู้ความเสี่ยง	-0.023	0.036	-0.027	-0.645	0.520
R ² = 0.461 ; p-value = 0.000					

ตัวแปรตาม: ความไว้วางใจ

* p < 0.05

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ จึงสามารถทดสอบสมมติฐานจำนวน 4 ข้อ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า คุณภาพการให้บริการที่ดีส่งผลต่อการสร้างความไว้วางใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง คุณภาพการให้บริการที่ดีมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า ชื่อเสียงขององค์กรส่งผลต่อการสร้างความไว้วางใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง ชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ที่ว่า ความปรารถนาดีส่งผลต่อการสร้างความไว้วางใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง ความปรารถนาดีต่อผู้ใช้บริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 ที่ว่า การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการสร้างความไว้วางใจ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 คือ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง การรับรู้ความเสี่ยงไม่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 1 องค์ประกอบ คือ ความไว้วางใจ ที่มีผลต่อทัศนคติในการใช้งาน

การวิเคราะห์พบว่า ค่าแสดงการตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.372 ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบที่จะส่งถึงร้อยละ 37.2 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.533 เมื่อวิเคราะห์ในส่วนของตัวแปรต้นแต่ละปัจจัยพบว่า ความไว้วางใจ มีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังแสดงในตารางที่

5.5

ตารางที่ 5.5

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยทัศนคติในการใช้งาน

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.752	0.176		9.951	0.00*
ความไว้วางใจ	0.637	0.047	0.610	13.683	0.00*
R ² = 0.372 ; p-value = 0.000					

ตัวแปรตาม: ทัศนคติในการใช้งาน

* p < 0.05

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ จึงสามารถตอบสมมติฐานจำนวน 1 ข้อ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 5 ที่ว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อการสร้างทัศนคติในการใช้งาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อทัศนคติในการใช้งานในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

5.4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 5 องค์ประกอบ คือ ทัศนคติในการใช้งาน ความไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคม ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.768 และค่าแสดงการตัดสินใจ (R Square) เท่ากับ 0.590 ซึ่งอธิบายความสัมพันธ์ของการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบที่จะส่งถึงร้อยละ 59.0 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.452 เมื่อวิเคราะห์ในส่วนของตัวแปรต้นแต่ละปัจจัยพบว่า ความไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคมมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทัศนคติในการใช้ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ดังแสดงในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.063	0.193		0.328	0.743
ทัศนคติในการใช้งาน	-0.094	0.059	-0.090	-1.580	0.115
ความไว้วางใจ	0.282	0.054	0.259	5.215	0.000*
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.416	0.065	0.376	6.359	0.000*
ความคาดหวังในความพยายาม	0.212	0.053	0.197	4.006	0.000*
อิทธิพลทางสังคม	0.198	0.038	0.214	5.257	0.000*
R ² = 0.590; p-value = 0.000					

ตัวแปรตาม: ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

* p < 0.05

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ จึงสามารถตอบสมมติฐานจำนวน 5 ข้อ ได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 6 ที่ว่า ทัศนคติในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 คือ ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง ทัศนคติในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 7 ที่ว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 8 ที่ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

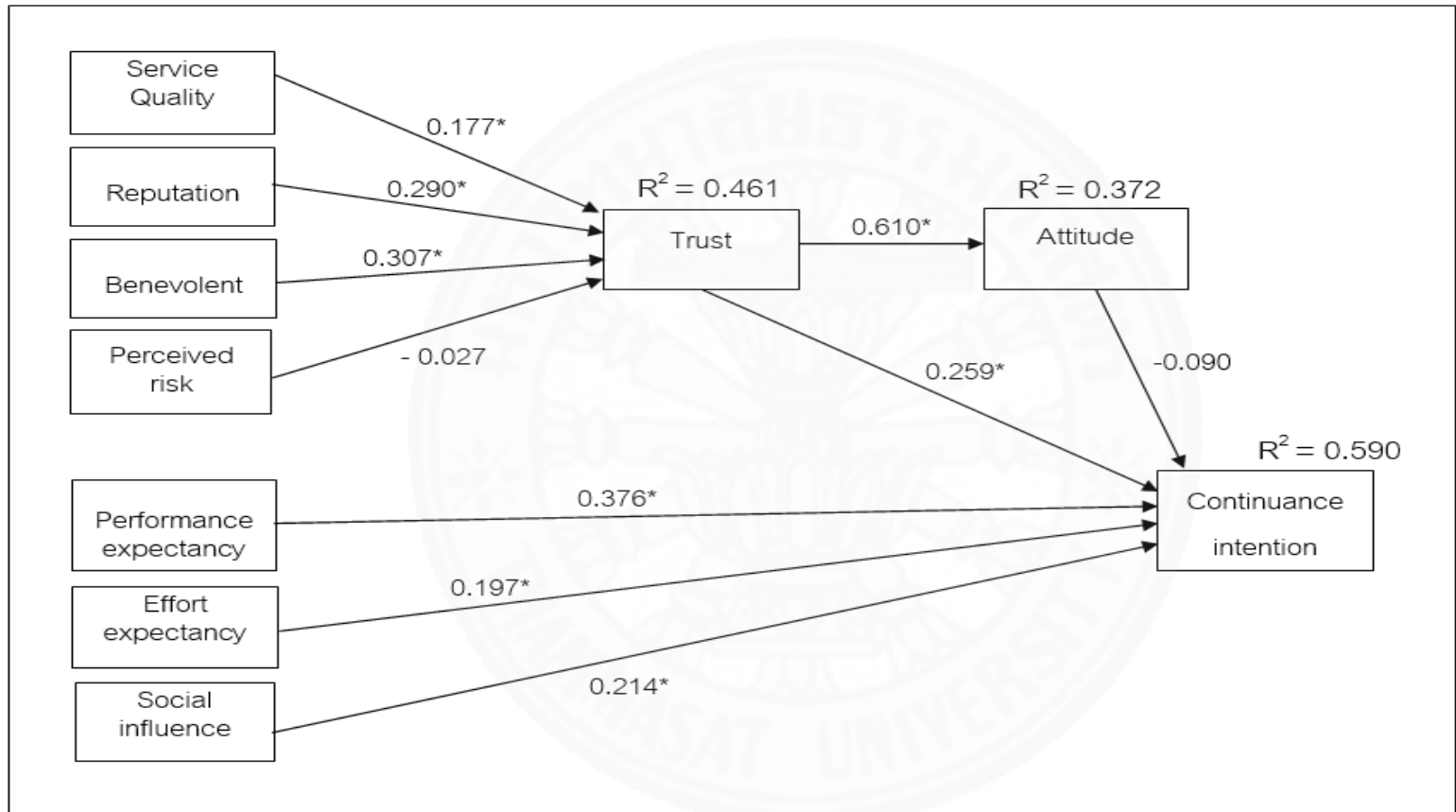
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 9 ที่ว่า ความคาดหวังในความพยายามส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 10 ที่ว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 10 คือ ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ หมายถึง อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05



*p < 0.05

ภาพที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยการสร้างเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 5.7

สรุปผลการวิจัยจากสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐาน	สมมติฐานงานวิจัย	ผลการทดสอบ
H1	คุณภาพการให้บริการส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจ	ยอมรับ
H2	ชื่อเสียงขององค์กรส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจ	ยอมรับ
H3	ความปรารถนาดีส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจ	ยอมรับ
H4	การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความไว้วางใจ	ปฏิเสธ
H5	ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อทัศนคติในการใช้งาน	ยอมรับ
H6	ทัศนคติในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ปฏิเสธ
H7	ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง	ยอมรับ
H8	ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ยอมรับ
H9	ความคาดหวังในความพยายามส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ยอมรับ
H10	อิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง	ยอมรับ

5.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ที่ได้ตั้งไว้จำนวน 10 ข้อ โดยใช้วิธีทางสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พบว่ามีสมมติฐานที่สามารถยอมรับได้จำนวน 8 ข้อ และปฏิเสธสมมติฐานจำนวน 2 ข้อ สามารถสรุปผลของแต่ละสมมติฐานของงานวิจัยได้

5.5.1 คุณภาพการให้บริการที่ดี

คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความไว้วางใจ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.001 สอดคล้องกับ Zineldin (1996) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการในด้านของคุณภาพว่าจะได้รับการบริการที่ดีมีระบบที่มีคุณภาพต่อการใช้งาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Vance et al. (2008) ที่พบว่าคุณภาพการให้บริการที่ดี

สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้เนื่องจากผู้ใช้คาดหวังว่าจะได้รับระบบการชำระเงินผ่านมือถือที่มีคุณภาพเสมอ ต้องส่งมอบระบบที่มีคุณภาพและการบริการที่ดีเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านบนโทรศัพท์มือถือ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจ

5.5.2 ชื่อเสียงขององค์กร

ชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความไว้วางใจ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.000 สอดคล้องกับ Aydin & Ozer (2005) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับชื่อเสียงของผู้ให้บริการ คือความประทับใจที่เกิดขึ้นในจิตใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Srivastava et al. (2010) ที่กล่าวว่า การรับรู้ชื่อเสียงของผู้ให้บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมบนโทรศัพท์ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าชื่อเสียงขององค์กรมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจ

5.5.3 ความปรารถนาดี

ความปรารถนาดีมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความไว้วางใจ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.000 สอดคล้องกับ Song and Zahedi (2007) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความปรารถนาดีที่ตามมาคำสัญญาและไม่หลอกลวงผู้ใช้บริการ และมีความปรารถนาดีให้กับผู้ใช้บริการให้มีความสำคัญกับผลประโยชน์ของลูกค้ามากกว่าประโยชน์ของตัวเอง ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าความปรารถนาดีมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจ

5.5.4 การรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยงไม่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.520 โดยแสดงถึงความสัมพันธ์ที่ไม่สอดคล้องกัน จากการเก็บแบบสอบถามอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลการวิจัยนี้ไม่เกิดค่านัยสำคัญ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับรู้ความเสี่ยงที่สามารถเกิดจากการใช้เทคโนโลยี ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าการรับรู้ความเสี่ยงไม่มีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจ

5.5.5 ความไว้วางใจ

ความไว้วางใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติในการใช้งาน โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.000 สอดคล้องกับการศึกษาของ Slade และ Emma (2015) ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือผู้ใช้ระบบ แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัย ความน่าไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือในการใช้งาน

ความไว้วางใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.000 สอดคล้องกับ Sekhon et al. (2014) ได้ศึกษาว่าอุตสาหกรรม

ด้านบริการทางการเงินที่มีการแข่งขันสูงขึ้น เน้นถึงความไว้วางใจ ในการสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคง และยาวนาน จะทำให้ผู้ใช้งานยังยืนยันที่จะใช้งานต่อไป

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อทัศนคติในการใช้งานและความไว้วางใจมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง

5.5.6 ทัศนคติในการใช้งาน

ทัศนคติในการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.115 โดยแสดงถึงความสัมพันธ์ที่ไม่สอดคล้องกัน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าทัศนคติในการใช้งานไม่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง

5.5.7 ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.000 สอดคล้องกับ Carlsson (2006) ที่ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการโทรศัพท์มือถือในประเทศฟินแลนด์ พบว่าประชากรในฟินแลนด์ความคาดหวังในประสิทธิภาพของระบบการให้บริการถือเป็นปัจจัยหลักในการใช้งาน ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง

5.5.8 ความคาดหวังในความพยายาม

ความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.000 สอดคล้องกับ Alalwan et al. (2017) ที่ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการบนโทรศัพท์มือถือในประเทศจอร์แดน พบว่าประชากรในจอร์แดนการทำการธุรกรรมทางการเงินที่ดำเนินการโดยช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่อ่อนไหว เพราะผู้ใช้งานมีความกังวลเกี่ยวกับการใช้งานหรือความยุ่งยากในการทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าความคาดหวังในความพยายามมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง

5.5.9 อิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ 0.000 สอดคล้องกับ Venkatesh et al. (2003) ที่กล่าวว่าเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความคิดหรือความรู้สึกของคนอื่นเมื่อเห็นว่าบุคคลนั้นได้ทำได้ใช้จึงปฏิบัติตาม ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานต่อเนื่อง

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะกล่าวถึงผลสรุปของการวิจัย อภิปรายประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องโดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทั้งแบบกระดาษและแบบอิเล็กทรอนิกส์

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเชื่อมั่น

6.1.1.1 องค์ประกอบของความไว้วางใจในระบบและผู้ให้บริการ

ผลจากการวิจัยพบว่าเมืองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความเชื่อมั่นอย่างมีนัยสำคัญประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการที่ดี ชื่อเสียงขององค์กร ความปรารถนาดีต่อผู้ให้บริการ โดยความปรารถนาดีต่อผู้ให้บริการ มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือ ชื่อเสียงขององค์กร และคุณภาพการให้บริการที่ดี ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยง ไม่มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่น ว่าผู้ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เห็นว่า ความปรารถนาดีต่อผู้ให้บริการ มีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการสร้างความไว้วางใจ ซึ่งจะต้องคำนึงถึง การที่ผู้ให้บริการมีความเอาใจใส่ผู้ใช้ระบบ อีกทั้งยังรักษาผลประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้งาน มีความจริงใจและพร้อมให้ความช่วยเหลือผู้ใช้งานเมื่อเกิดปัญหาด้วยความจริงใจ ในขณะเดียวกันชื่อเสียงของผู้ให้บริการ มีบทบาทสำคัญรองลงมา องค์กรมีชื่อเสียงในด้านการให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ดี ไม่ว่าจะเป็นในด้านความน่าเชื่อถือขององค์กร มีความซื่อสัตย์ มีความเป็นธรรมในการให้บริการ เป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจในการใช้งาน นอกจากนี้สิ่งที่ผู้ให้บริการตระหนักถึง คือ คุณภาพการให้บริการที่ดี ที่จะช่วยสร้างความไว้วางใจ โดยการมีระบบการให้บริการที่ดี สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ระบบมีความน่าเชื่อถือ และสามารถแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้งานเมื่อเกิดปัญหาขึ้น อันจะทำให้เกิดคุณภาพที่ดีในการให้บริการ อย่างไรก็ตามงานวิจัยพบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วย การที่ระบบอาจเกิดข้อผิดพลาดในระหว่างการทำงาน รวมไปถึงข้อมูลในบัตรเครดิต ข้อมูลทางการเงิน หรือข้อมูลความเป็นส่วนตัว ที่อาจไม่ปลอดภัยเกิดการสูญเสียเกิดขึ้น ที่ผู้ใช้งานจะต้องยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

6.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

6.1.1.2 องค์ประกอบของความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ผลจากการวิจัยพบว่าม็องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญประกอบด้วย ความไว้วางใจในระบบ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคม โดยความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือ ความไว้วางใจในระบบ อิทธิพลทางสังคม และความคาดหวังในความพยายาม ในขณะที่ทัศนคติในการใช้ ไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง พบว่าผู้ใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เห็นว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีบทบาทสำคัญที่สุดต่อการสร้างความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะต้องคำนึงถึงการที่ผู้ใช้บริการมองเห็นว่าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด สามารถทำธุรกรรมได้รวดเร็วและมีประโยชน์ในการใช้งานในชีวิตประจำวัน ในขณะที่เดียวกันความไว้วางใจในระบบและผู้ให้บริการ มีบทบาทสำคัญรองลงมา การให้บริการของระบบกระเป๋าเงินต้องมีความน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้ใช้งานสามารถไว้วางใจในระบบและตัวผู้ให้บริการได้ และมีความปลอดภัยในการใช้งาน คือสิ่งที่ผู้ใช้งานต้องการ อีกสิ่งที่ควรให้ความสำคัญคือ อิทธิพลทางสังคม การที่คนรอบข้างของผู้ใช้งานระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มองเห็นว่ามีประโยชน์เป็นที่นิยมใช้งานทั่วไป จะช่วยเพิ่มผู้ใช้งานระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้สิ่งที่ผู้ให้บริการควรตระหนักถึงคือ ความคาดหวังในความพยายาม การที่ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้และใช้งานระบบได้ด้วยตนเอง มีความง่ายของการใช้งาน ไม่ต้องใช้พยายามมากเกินไปในการใช้งานระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยพบว่า ทัศนคติในการใช้ ซึ่งประกอบด้วย การที่ผู้ใช้งานมองเห็นว่าการใช้งานระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เป็นสิ่งที่น่าสนใจ มีแนวคิดที่ดีที่ชาญฉลาดในการเลือกใช้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ใช้งานระบบไม่ได้คำนึงถึง อาจเป็นเพราะจากการมีประสบการณ์การใช้ระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มาก่อน

6.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

6.2.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

งานวิจัยนี้ได้ขยายขอบเขตในการนำเรื่องความไว้วางใจ (Trust) มาพิจารณา ร่วมกับทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) เพื่อนำมาใช้ในศึกษาความใช้อย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention) การยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคล โดยอธิบายการยอมรับการใช้

เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลภายใต้ทฤษฎีรวม ทำให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้อย่างต่อเนื่องของผู้ที่เคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

6.2.2 ประโยชน์เชิงบริหาร

ความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการมีบทบาทสำคัญต่อการใช้งานระบบกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่การให้บริการ ผู้ให้บริการควรสนใจด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และความคาดหวังในความพยายาม ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยภายนอกที่เป็นอิทธิพลด้านสังคมก็ส่งผลเช่นเดียวกันที่ผู้ให้บริการควรคำนึงถึง เพื่อให้สามารถออกแบบลักษณะของการให้บริการได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ที่จะออกมาในอนาคตนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้กับผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจ ในการใช้บริการต่อไป นอกจากนี้ยังส่งผลให้ลักษณะของการให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมสูงขึ้นและเพิ่มเป็นวงกว้างขึ้น

6.3 ข้อจำกัดในการวิจัยและข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

วิจัยนี้มีข้อจำกัดหลายประการ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกอยู่เฉพาะในกรุงเทพมหานคร ที่เป็นแค่ตัวแทนของกลุ่มประชากรได้ไม่สมบูรณ์ มีเวลาจำกัด หากมีผู้สนใจการศึกษาเรื่องนี้ต่อไป ควรทำการศึกษาในเขตต่างจังหวัดด้วย เพื่อให้ทราบแนวทางของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้การศึกษาศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น

งานวิจัยในอนาคตอาจจะขยายขอบเขตการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่เคยใช้บริการเพิ่มเติม เพื่อศึกษาถึงสาเหตุของการไม่ใช้บริการ ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่จะสามารถเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้มากขึ้นได้ รวมไปถึงควรทำการศึกษาปัญหาที่ผู้ใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์พบจากการใช้บริการเพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปดำเนินการแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาบริการได้อย่างเหมาะสม และตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง

ท้ายนี้ผลการวิจัยนี้พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงไม่มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจซึ่งไม่ตรงกับผลการวิจัยในอดีตที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจจะเป็นผลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเฉพาะผู้เคยใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่อาจจะไม่รับรู้ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น หากวิจัยในอนาคตอาจขยายการศึกษาจากกลุ่มที่ไม่เคยใช้ เพื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษานี้

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดลับไม่ลับการตลาดบริการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ยูพีซี แอลบีคส์.

วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ

พรพงศ์ จงประสิทธิ์ผล. (2552). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). คณะวิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มะลิวรรณ จันแดง. (2011). *ปัจจัยที่นำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาการใช้ระบบการเรียนรู้อิเล็กทรอนิกส์ใน บริษัท สยาม มิตรชุย พีทีเอ จำกัด*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). คณะวิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิรสา จรัสภูมิยากกร. (2547). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และการรับรู้ความเสี่ยงกับความเครียดในการทำงาน กรณีศึกษาพนักงานฝ่ายช่างที่ทำงานเป็นกะของบริษัทการบินไทย (จำกัด) มหาชน*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

อรวิสา งามสรรพ์. (2553). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อสินค้าออนไลน์ (E-shopping) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). คณะวิทยาลัยนวัตกรรม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารออมสิน. *สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2560, จาก

https://www.gsb.or.th/getattachment/5d2722a9-093d-4d15-a913-6445ad6b0cc3/HotIssue_%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%9A%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%87%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B8%94%E0%B8%88%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A5.aspx

ธนาคารแห่งประเทศไทย. *ระบบการชำระเงิน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2560, จาก

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

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2560, จาก

www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/article/download/2/4

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2560, จาก

https://www.m-society.go.th/article_attach/17972/20096.pdf

Articles

A Bhattacharjee. (2001). An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance. *Decision Support Systems*, 32(2), pp. 201-214

Abrahão, R. S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista De Administração E Inovação*, 13221-230.

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal Of Information Management*, 3799-110.

- Anthony, V., Christophe, E., & Detmar W., S. (2008). Examining Trust in Information Technology Artifacts: The Effects of System Quality and Culture. *Journal Of Management Information Systems*, (4), 73.
- Aydin, S., Ozer, G., & Arasil, O. (2005). Customer loyalty and the effect of switching costs as a moderator variable: A case in the Turkish mobile phone market. *Marketing Intelligence & Planning*, (1), 89.
- Baptista, G., & Oliveira, T. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use of technology combined with cultural moderators. *Computers in Human Behavior*, 50(0), 418-430.
- Beldad, A., de Jong, M., & Steehouder, M. (n.d). How shall I trust the faceless and the intangible? A literature review on the antecedents of online trust. *Computers In Human Behavior*, 26(5), 857-869.
- Carlsson, C., Carlsson, J., Hyvonen, K., Puhakainen, J. & Walden, P. (2006). Adoption of mobile devices/services-Searching for answers with the UTAUT. *In Proceedings of the 39th Hawaii international conference on system sciences*, IEEE.
- Chandra, S., Srivastava, S. C., & Yin-Leng, T. (2010). Evaluating the Role of Trust in Consumer Adoption of Mobile Payment Systems: An Empirical Analysis. *Communications Of The Association For Information Systems*, 27561-588.
- D.-H. Shin. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior*, 25(6), pp. 1343–1354
- David, G., Elena, K., & Detmar W., S. (2003). Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model. *MIS Quarterly*, (1), 51.
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal Of Marketing*, 61(2), 35.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. *International Journal Of Human - Computer Studies*, 59(Zhang and Dillon Special Issue on HCI and MIS), 451-474.
- Geyskens, I., & Steenkamp, J. E. (1996). The effects of trust and interdependence on relationship commitment: A trans-Atlantic study. *International Journal Of Research In Marketing*, 13(4), 303.

- Ha, S., & Stoel, L. (2009). Consumer e-shopping acceptance: Antecedents in a technology acceptance model. *Journal Of Business Research*, 62(Current Issues in Retailing: Relationships and Emerging Opportunities), 565-571.
- Hsieh, L., Lin, L., & Lin, Y. (2008). A service quality measurement architecture for hot spring hotels in Taiwan. *Tourism Management*, 29(4), 429-438.
- Jin, B., Yong Park, J., & Kim, J. (2008). Crosscultural examination of the relationships among firm reputation, esatisfaction, e-trust, and eloyalty. *International Marketing Review*, 25(3), 324-337.
- Kalkan, A. (2011). Kisisel Tutum, Oznel Norm Ve Algılanan Davranis Kontrolunun Girişimcilik Niyeti Uzerindeki Etkisi: Universite Ogrencileri Uzerine Bir Uygulama. *Journal Of Suleyman Demirel University Institute Of Social Sciences*, 14(2), 189-206.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal Of Marketing*, 57(1), 1-22.
- Kim, C., Mirusmonov, M., & Lee, I. (2010). An empirical examination of factors influencing the intention to use mobile payment. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 310-322.
- Lim, H., Widdows, R., & Park, J. 2006. M-loyalty: winning strategies for mobile carriers. *The Journal of Consumer Marketing*, 23(4), 208-218.
- Luo, X., Li, H., Zhang, J., & Shim, J. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faceted risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems*, 49(2), 222-234.
- Mallat, N. (2007). Exploring consumer adoption of mobile payments—A qualitative study. *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(4), 413-432.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal Of Information Management*, 34(1), 1-13.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). AN INTEGRATIVE MODEL OF ORGANIZATIONAL TRUST. *Academy Of Management Review*, 20(3), 709-734.

- Mosad, Z. (1996). Bank strategic positioning and some determinants of bank selection. *International Journal Of Bank Marketing*, (6), 12.
- Mui, L., Mohtashemi, M., & Halberstadt, A. (2002). A computational model of trust and reputation. In *System Sciences, 2002. HICSS. Proceedings of the 35th Annual Hawaii International Conference on, System sciences*, 2431, IEEE.
- Ndubisi, N. O. (2007). Relationship quality antecedents: The Malaysian retail banking perspective. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24(8), 829–845.
- OLIVER, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal Of Marketing Research (JMR)*, 17(4), 460-469.
- Oye, N. D., A.lahad, N., & Ab.Rahim, N. (2014). The history of UTAUT model and its impact on ICT acceptance and usage by academicians. *Education And Information Technologies*, (1), 251.
- Pamela W. Henderson, Joseph A. Cote. (1998). Guidelines for selecting or modifying logos. *Journal of Marketing*, 62 (4), pp. 14–30
- Paul A., P., & Mendel, F. (2006). Understanding and Predicting Electronic Commerce Adoption: An Extension of the Theory of Planned Behavior. *MIS Quarterly*, (1), 115.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model. *International Journal Of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Rao, S., & Troshani, I. (2007). A Conceptual Framework and Propositions for the Acceptance of Mobile Services. *Journal Of Theoretical & Applied Electronic Commerce Research*, 2(2), 61-73.
- Sangjo Oh, M., Joongho Ahn, M., & Beomsoo Kim, M. (2003). Adoption of broadband Internet in Korea: the role of experience in building attitudes. *Journal Of Information Technology (Routledge, Ltd.)*, 18(4), 267-280.
- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research And Applications*, (3), 209.

- Sekhon, H., Ennew, C., Kharouf, H., & Devlin, J. (2014). Trustworthiness and trust: influences and implications. *Journal Of Marketing Management*, 30(3-4), 409-430.
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology & Marketing*, (8), 860.
- Song, J., & Zahedi, F., (2007). Trust in health infomediaries. *Decision Support Systems*, 43(Emerging Issues in Collaborative Commerce), 390-407.
- Teo, T., & Pok, S. H. (2003). Adoption of WAP-enabled mobile phones among Internet users. *Omega*, 31483-498.
- Van der Heijden, H. (2003). Factors influencing the usage of websites: the case of a generic portal in The Netherlands. *Information & Management*, 40541-549.
- Venkatesh, V., L. Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). CONSUMER ACCEPTANCE AND USE OF INFORMATION TECHNOLOGY: EXTENDING THE UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). USER ACCEPTANCE OF INFORMATION TECHNOLOGY: TOWARD A UNIFIED VIEW. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Y.M. Guo, M.S. Poole. Antecedents of flow in online shopping: a test of alternative models. *Information Systems Journal*, 19(4) (2009), pp. 369-390
- Yang, H., & Yoo, Y. (2004). It's all about attitude: revisiting the technology acceptance model. *Decision Support Systems*, 3819-31.
- YEE-LOONG CHONG, A. (2013). UNDERSTANDING MOBILE COMMERCE CONTINUANCE INTENTIONS: AN EMPIRICAL ANALYSIS OF CHINESE CONSUMERS. *Journal Of Computer Information Systems*, 53(4), 22-30.
- ZAHEDI, F., & SONG, J. (2008). Dynamics of Trust Revision: Using Health Infomediaries. *Journal Of Management Information Systems*, 24(4), 225-248.
- Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment services. *Decision Support Systems*, 541085-1091.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย



การสร้างเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระของนักศึกษาโครงการปริญญาโท สาขาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการสร้างเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ไม่มีการนำเสนอหรือเปิดเผยข้อมูล ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น เพื่อความสมบูรณ์ของการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ในการแสดงความคิดเห็นและตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การใช้งานธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 การศึกษาเกี่ยวกับการสร้างเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 1: การใช้งานธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) คือ ระบบการชำระค่าสินค้า การทำธุรกรรมทางการเงินไม่ว่าจะเป็นการโอนเงินหรือรับเงินผ่านแอปพลิเคชันหรือโซลูชันด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสด เป็นการจ่ายเงินที่ใช้โทรศัพท์มือถือถือในการแตะเพื่อชำระเงิน ณ จุดชำระเงินต่าง ๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต รถไฟฟ้า ร้านกาแฟ เป็นต้น ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้จ่ายหรือซื้อสินค้า/บริการต่าง ๆ แคสแกนสมาร์ตโฟนกับเครื่องที่ติดตั้งไว้ ใส่รหัสลับเฉพาะส่วนบุคคล (PIN code) เงินสดจะถูกหักจากโทรศัพท์

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริง

1. ท่านเคยใช้งานการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ เช่น AIS mPAY, DTAC Jaew Wallet, TrueMoney, LINE Pay, Air Pay เป็นต้น หรือไม่

- เคย
 ไม่เคย (จบบแบบสอบถาม)

* หากตอบไม่มี จบบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริง

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 15 – 20 ปี 21 – 30 ปี 31 – 40 ปี
 41 – 50 ปี 51 – 60 ปี 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 มัธยมศึกษา อนุปริญญา ปริญญาตรี
 ปริญญาโทหรือสูงกว่านั้น
4. ความถี่ต่อเดือนในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์
 1 – 2 ครั้งต่อเดือน 3 – 5 ครั้งต่อเดือน
 มากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน

ส่วนที่ 3 การศึกษาเกี่ยวกับการสร้างความเชื่อมั่นและการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามระดับความคิดเห็นของท่าน

แบ่งเป็น 5 ระดับคะแนน ดังนี้

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = ปานกลาง, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)						
1	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการตอบสนองที่รวดเร็ว					
2	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ท่านเมื่อท่านต้องการ					
3	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถแก้ปัญหาให้คุณได้เมื่อเกิดปัญหา					
4	ท่านคิดว่าระบบบริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ					
ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation)						
1	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงที่ดีในการให้บริการ					
2	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความเป็นธรรม					
3	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความซื่อสัตย์					
4	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีชื่อเสียงในด้านความน่าเชื่อถือ					
ความปรารถนาดี (Benevolent)						
1	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความเอาใจใส่ผู้ให้บริการ					
2	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์จะรักษามผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ					

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
ความปรารถนาดี (Benevolent) (ต่อ)						
3	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีการตอบสนองต่อปัญหาด้วยความเข้าใจพร้อมยินดีช่วยแก้ปัญหา					
4	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความจริงใจในการบริการ					
การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)						
1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อาจเกิดข้อผิดพลาดในระหว่างที่ใช้งาน					
2	ท่านคิดว่าการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ท่านสูญเสียข้อมูลทางการเงิน					
3	ท่านคิดว่ารู้สึกไม่ปลอดภัยถ้าต้องให้ข้อมูลบัตรเครดิตในการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์					
4	ท่านคิดว่าผู้ให้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่สามารถรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของท่านได้					
ความไว้วางใจ (Trust)						
1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์น่าเชื่อถือ					
2	ท่านไว้วางใจผู้ให้บริการการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3	ท่านไว้วางใจระบบการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์					
4	ท่านเชื่อว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย					
ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude)						
1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวคิดที่ดี					

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
ทัศนคติในการใช้งาน (Attitude) (ต่อ)						
2	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่ชาญฉลาด					
3	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์					
4	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่น่าสนใจ					
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy)						
1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ในชีวิตประจำวันของท่าน					
2	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ลดขั้นตอนการทำงานของท่าน					
3	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ท่านทำธุรกรรมได้รวดเร็วขึ้น					
4	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด					
ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy)						
1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ต้องใช้ความพยายามมากเกินไป					
2	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย					
3	ท่านคิดว่าสามารถเรียนรู้วิธีการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง					
อิทธิพลทางสังคม (Social influence)						
1	ท่านใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน					
2	ท่านคิดว่าคนรอบข้างของท่านนิยมใช้การทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์					

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
อิทธิพลทางสังคม (Social influence) (ต่อ)						
1	ท่านใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อท่าน					
2	ท่านคิดว่าคนรอบข้างของท่านนิยมใช้การทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์					
3	ท่านคิดว่าคนรอบข้างคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ช่วยเพิ่มประโยชน์ในการชำระเงิน					
ความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)						
1	ท่านมีความตั้งใจจะใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปเรื่อย ๆ					
2	ท่านมีความตั้งใจในการใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บ่อยขึ้น					
3	ท่านมีความตั้งใจจะใช้บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์แทนการชำระเงินอย่างอื่น					

จบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน

ภาคผนวก ข
การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 4 องค์ประกอบ คือ คุณภาพการให้บริการที่ดี ชื่อเสียงขององค์กร ความปรารถนาดี และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีต่อความไว้วางใจ

ตารางที่ ข.1

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่วนที่ 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.679	0.461	0.454	0.476

a. Predictors: (Constant), MPR, MRE, MSER, MBEN

b. Dependent Variable: MTR

ตารางที่ ข.2

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามส่วนที่ 1

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.517	4	15.129	66.906	0.000*
	Residual	70.778	313	0.226		
	Total	131.294	317			

a. Dependent Variable: MTR

b. Predictors: (Constant), MPR, MRE, MSER, MBEN

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 1 องค์ประกอบ คือ ความไว้วางใจ ที่มีต่อทัศนคติในการใช้งาน

ตารางที่ ข.3

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่วนที่ 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0.610	0.372	0.370	0.533

a. Predictors: (Constant), MTR

b. Dependent Variable: MATT

ตารางที่ ข.4

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามส่วนที่ 2

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
2	Regression	53.237	1	53.237	187.220	0.000*
	Residual	89.856	316	0.284		
	Total	143.093	317			

a. Dependent Variable: MATT

b. Predictors: (Constant), MTR

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 5 องค์ประกอบ คือ ทักษะคิดในการใช้งาน ความไว้วางใจ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลทางสังคม ที่มีต่อความตั้งใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ ข.5

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณส่วนที่ 3

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.768	0.590	0.584	0.452

a. Predictors: (Constant), MSI, MEE, MATT, MTR, MPE

b. Dependent Variable: MCI

ตารางที่ ข.6

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามส่วนที่ 3

ANOVA						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.972	5	18.394	89.965	0.000*
	Residual	63.792	312	0.204		
	Total	155.764	317			

a. Dependent Variable: MCI

b. Predictors: (Constant), MSI, MEE, MATT, MTR, MPE

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวลลิตา ขวัญเมือง
วันเดือนปีเกิด	14 พฤษภาคม 2534
ตำแหน่ง	พนักงานบัญชีจ่าย บริษัท อักษรเจริญทัศน์ อจท. จำกัด
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2556: บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

