

ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 26 เมษายน พ.ศ. 2560



นางสาวจุฑามาศ หาปัญญา
ผู้วิจัย

.....
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
ดวงพร อากาศิลป์, Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

.....
ศิริสุข รักถิ่น,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นต่างๆที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย และแนวทางในการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่องและขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ซึ่งได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ส่งผลให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์มีความสมบูรณ์เพิ่มมากยิ่งขึ้นขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามสำหรับสารนิพนธ์ฉบับนี้ รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆ เป็นอย่างดี จากครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคนส่งผลให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับนักการตลาดออนไลน์ ตลอดจนบุคคลอื่นๆที่ให้ความสนใจในสารนิพนธ์ฉบับนี้ อนึ่งหากงานวิจัยนี้มีความบกพร่องหรือผิดพลาดแต่ประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาวจุฑามาศ หาปัญญา

ทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

ATTITUDES AND FACTORS AFFECTING THE DECISION OF USING E-MONEY

นางสาวจุฑามาศ หาปัญญา 5850474

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ศิริสุข รักถิ่น, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ปัจจัย 3 ด้าน ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) อิทธิพลของสังคม (Social Influence) และความเคยชิน (Habit)

โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้และไม่เคยใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 150 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ค่าสถิติที่ใช้ คือ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ โดยปัจจัยด้านความเคยชินมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม ตามลำดับ

คำสำคัญ : FinTech / เงินอิเล็กทรอนิกส์/ กระเป๋าเงินดิจิทัล/ e-Money

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย	1
1.2 คำถามงานวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษา	3
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.6 สมมติฐานของการวิจัย	4
1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	6
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้	7
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	13
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	13
3.2 กรอบงานการวิจัย	14
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	14
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	14
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.6 การทดสอบเครื่องมือวิจัย	17
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	18
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการดำเนินงาน	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	33
สรุปผลการศึกษา	33
การอภิปรายผล	34
ข้อเสนอแนะ	35
บรรณานุกรม	36
ภาคผนวก	39
ประวัติผู้วิจัย	44



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามเพศ	19
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามอายุ	20
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามระดับการศึกษา	20
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	21
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	22
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกการเคยใช้บริการ	22
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ	23
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อเดือน	23
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้ง	24
10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	24
11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านอิทธิพลของสังคมต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	25
12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านความเคยชินต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	26
13 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	28
14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	28
15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	29
16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	29

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	30
18 แสดงค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปร	30
19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์	31



สารบัญรูปภาพ

ภาพ	หน้า
1 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTAUT	8
2 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTATU2	9
3 แสดงกรอบงานการวิจัย	14



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ประเทศไทยช่วงปี 2559 กระแส FinTech¹ ได้รับความสนใจอย่างมาก ซึ่งได้รับแรงกระตุ้นจากการเติบโตอย่างรวดเร็วของ FinTech ทั่วโลก พบว่ามีการก่อตั้งและพัฒนา FinTech สัญชาติไทยเพื่อให้บริการทางการเงินในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกรรมที่เกี่ยวกับการชำระเงิน หรือโอนเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ และหนึ่งในนั้นคือ บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล หรือ e-Wallet ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสังคมไร้เงินสด หรือ Cashless Society เมื่อต้นปี 2559 ได้เกิดการร่วมทุนกันระหว่าง Rabbit และ LINE Pay โดยใช้ชื่อว่า Rabbit LINE Pay ซึ่งเป็นผู้ให้บริการชำระเงินรายแรกในเมืองไทยที่ได้ทำการรวมระบบการชำระเงินแบบออนไลน์ และออฟไลน์เข้าไว้ด้วยกันอย่างแท้จริง ทำให้เกิดนวัตกรรมการเงินที่ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกรรมการเงิน และทำให้พฤติกรรมของผู้ใช้งานค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไป

บริการกระเป๋าเงินดิจิทัล (e-Wallet) เป็นส่วนหนึ่งในบริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ซึ่งเป็นประเภทการให้บริการชำระเงินออนไลน์ประเภทหนึ่งของระบบรับชำระเงินผ่านช่องทางออนไลน์ (e-Payment) จากทั้งหมด 8 ประเภท ภายใต้การควบคุมดูแลตาม พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2551 ที่ออกโดยธนาคารแห่งประเทศไทย ปัจจุบันมีผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) จำนวน 30 ราย โดยแบ่งออกเป็นผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน และผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) อาทิ บริษัท แรบบิท-ไลน์ เพย์ จำกัด, บริษัท แอร์เพย์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท เพย์สบาย จำกัด, บริษัท แอดวานซ์ เอ็มเปย์ จำกัด, บริษัท ทู มั่นนี่ จำกัด เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

e-Wallet บางครั้งเรียกว่า Mobile Wallet หรือ Digital Wallet คือระบบการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านแอปพลิเคชัน หรือ โขลุ่ยชั้น ด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสด โดยไม่ต้องเดินทางไปติดต่อกับธนาคารโดยตรง โดยผู้พัฒนาแอปพลิเคชันหรือระบบจะเป็นตัวกลางในการติดต่อ และ

¹ FinTech หรือ Financial Technology คือ ธุรกิจที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สามารถนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านความสะดวกรวดเร็วที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนการให้บริการที่ต่ำลง

เชื่อมต่อระบบให้กับร้านค้าเมื่อมีการอนุมัติให้ใช้บริการ เป็นการจ่ายเงินที่ใช้มือถือ หรือเรียกว่า Mobile Payment (m-Payment) ที่ใช้เทคโนโลยีเรียกว่า NFC (Near Field Communication) ที่ฝังในมือถือ Android รุ่นใหม่ ในการแตะเพื่อชำระเงิน ณ จุดชำระเงินต่างๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต รถไฟฟ้า ร้านกาแฟ เป็นต้น (นุชเจริญ, 2559)

แม้ประเทศไทยเริ่มมีการใช้ e-Money กันมากขึ้น แต่เมื่อมองในมุมที่กว้างขึ้นเทียบกับต่างประเทศแล้ว ก็ถือว่าอยู่ในระดับที่น้อยมาก โดยดูได้จากการเปรียบเทียบมูลค่าการใช้ e-Money ต่อประชากรกับ ประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ หรือเทียบกับ ประเทศในยุโรป เช่น เบลเยียม สหราชอาณาจักร รัสเซีย อิตาลี ซึ่งเหตุผลสำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้การใช้ e-Money ในต่างประเทศได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย คือ การพัฒนาของ e-Money ทั้งด้านเทคโนโลยีที่ทำให้ใช้งานได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย รวมถึงการขยายประเภทธุรกิจให้บริการ e-Money สามารถรองรับรูปแบบการใช้งานได้หลายประเภท มากขึ้น เพื่อตอบสนองวิถีการดำเนินชีวิต และความต้องการของผู้บริโภคในยุคนี้ ซึ่งนวัตกรรมของ e-Money ในต่างประเทศ มีมุมมองใหม่ๆ ที่น่าสนใจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, Payment Systems Insight ไตรมาสที่ 2 ปี 2556, 2556)

จากการที่ผู้บริโภคในประเทศไทยสามารถเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตได้โดยสะดวกมากขึ้นผ่านอุปกรณ์พกพาในรูปแบบต่างๆ ผสมกับการเดินทางโครงการต่างๆของภาครัฐ และได้รับความร่วมมือของภาคเอกชนตามแผน National e-Payment ซึ่งหากเป็นไปตามแนวทางที่วางไว้ ภายในสิ้นปี 2560 จะมีผลให้พฤติกรรมการชำระเงินของภาคธุรกิจและครัวเรือนไทยแตกต่างออกไปจากเดิมอย่างชัดเจน บริการ E-wallet และ E-money จะขยายตัวมากขึ้น โดยโทรศัพท์มือถือจะเปลี่ยนเป็นกระเป๋าเงินของผู้บริโภคแทนการใช้เงินสด แต่ทั้งที่ปริมาณการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยยังน้อยกว่าหลายๆประเทศ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาการทำธุรกรรมหรือ การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนางานด้านการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคหลากหลายกลุ่มมากยิ่งขึ้น

1.2 คำถามงานวิจัย

1.2.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์อย่างไร

1.2.1 ปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างไร

1.2.3 ปัจจัยใดที่มีระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.3.1 เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.3.3 เพื่อทราบปัจจัยที่มีระดับอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด

1.4 ประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษา

1.4.1 สำหรับผู้ให้บริการชำระเงิน เพื่อเป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ การออกแบบบริการให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนาบริการให้เป็นที่ไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

1.4.2 สำหรับรัฐบาล ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายวางแผนพัฒนาทางด้านการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

1.4.3 สำหรับรัฐบาล และผู้ให้บริการชำระเงิน ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการกระจายความรู้ทางด้านการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.5.1 ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้ทฤษฎีและแนวคิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5.2 ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

1.5.3 ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือน มีนาคม 2560 ถึง เมษายน 2560

1.6 สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้อาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

1.7 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

Financial Technology หรือ FinTech คือ ธุรกิจที่มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สามารถนำเสนอบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านความสะดวกรวดเร็วที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนการให้บริการที่ต่ำลง (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2559)

เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) มูลค่าเงินที่บันทึกในชิปคอมพิวเตอร์ ที่อยู่ในบัตรพลาสติก หรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือเงินที่อยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้าแก่ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ใช้บริการสามารถนำไปชำระค่าสินค้า ค่าบริการแทนการชำระด้วยเงินสดตามร้านค้าที่รับชำระ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสดให้ยุ่งยาก และไม่เสียวารอดเงินทองอีกด้วย โดยสามารถพบเห็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบของบัตรรถไฟฟ้า, บัตรซื้ออาหาร ในศูนย์อาหาร, บัตรเติมเงินมือถือ, บัตรชมภาพยนตร์, บัตรรถโดยสาร รวมทั้งการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

e-Wallet บางครั้งเรียกว่า Mobile Wallet หรือ Digital Wallet คือระบบการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านแอปพลิเคชัน หรือ โขลุ่ยชั้น ด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสด โดยไม่ต้องเดินทางไปติดต่อกับธนาคารโดยตรง โดยผู้พัฒนาแอปพลิเคชันหรือระบบจะเป็นตัวกลางในการติดต่อ และเชื่อมต่อระบบให้กับร้านค้าเมื่อมีการอนุมัติให้ใช้บริการ เป็นการชำระเงินที่ใช้มือถือ หรือเรียกว่า Mobile Payment (m-Payment) ที่ใช้เทคโนโลยีเรียกว่า NFC (Near Field Communication) ที่ฝังในมือถือ Android รุ่นใหม่ ในการแตะเพื่อชำระเงิน ณ จุดชำระเงินต่างๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต รถไฟฟ้า ร้านกาแฟ เป็นต้น (นุชเจริญ, 2559)

ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank) หมายถึง ผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัดที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ ได้แก่ ผู้ให้บริการบัตรเครดิต ผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับ ผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อประกอบอาชีพสำหรับบุคคลรายย่อย (นาโนไฟแนนซ์) ผู้ให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) และผู้ให้บริการด้านการแลกเปลี่ยนเงินหรือโอนเงินตราต่างประเทศ (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน, 2557)

บทที่ 2

เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในหลักการ แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่นำมาใช้อธิบายตัวแปร คำนิยามปฏิบัติการ และกำหนดสมมุติฐานของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้สรุปสาระสำคัญของประเด็นที่จะนำเสนอไว้ ดังนี้

สาระสำคัญของประเด็นที่จะนำเสนอ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

2.1.1 ความหมายของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้

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

2.2.2 ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

2.1.1 ความหมายของธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction) หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ที่กระทำขึ้นระหว่างหน่วยธุรกิจ บุคคล รัฐ ตลอดจนองค์กรเอกชนหรือองค์กรของรัฐใด ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การค้า และการติดต่อกับราชการ โดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วน ยกตัวอย่าง เช่น การซื้อ-ขายสินค้าผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การสมัครสมาชิกผ่านระบบออนไลน์ การตกลงทำสัญญาซื้อ-ขาย หรือสัญญาตกลงตามข้อบังคับต่างๆ

บนเครือข่ายการโอนเงินด้วยระบบอัตโนมัติผ่านระบบเครือข่ายการสื่อสารรับ-ส่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเครือข่ายการสื่อสาร และการสอบถามข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ เป็นต้น

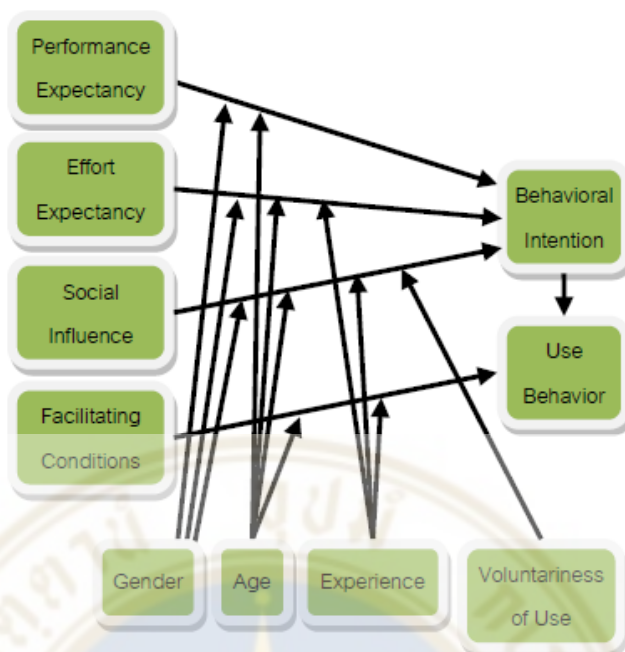
พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 ระบุว่า ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ธุรกรรมที่กระทำขึ้นโดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือแต่บางส่วน

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้

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

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh และคณะ (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003)เป็นการรวมแบบจำลอง 8 ทฤษฎี ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action หรือ TRA) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of planned behavior หรือ TPB) แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A technology acceptance model หรือ TAM) แบบจำลองการใช้ประโยชน์เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (Model of PC utilization หรือ MPCU) ทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of innovation theory หรือ DOI) แบบจำลองทฤษฎีแรงจูงใจ (Motivation model หรือ MM) ทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory หรือ SCT) และทฤษฎีผสมผสานระหว่าง TAM และ TPB (Combined –TAM-TPB หรือ C-TAM-TPB)ย

หลักการของทฤษฎี UTAUT ศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) และ อิทธิพลของสังคม (Social influence) ส่วนสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้ สำหรับตัวแปรเสริม หรือตัวผันแปรมีจำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ และความสนใจในการใช้งาน มีความสำคัญในการทำหน้าที่เชื่อมโยง แบบจำลองทั้ง 8 ทฤษฎีให้กลายเป็นทฤษฎีรวมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักและตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรตามทฤษฎี UTAUT แสดงในรูปของแบบจำลอง ดังรูปที่ 1

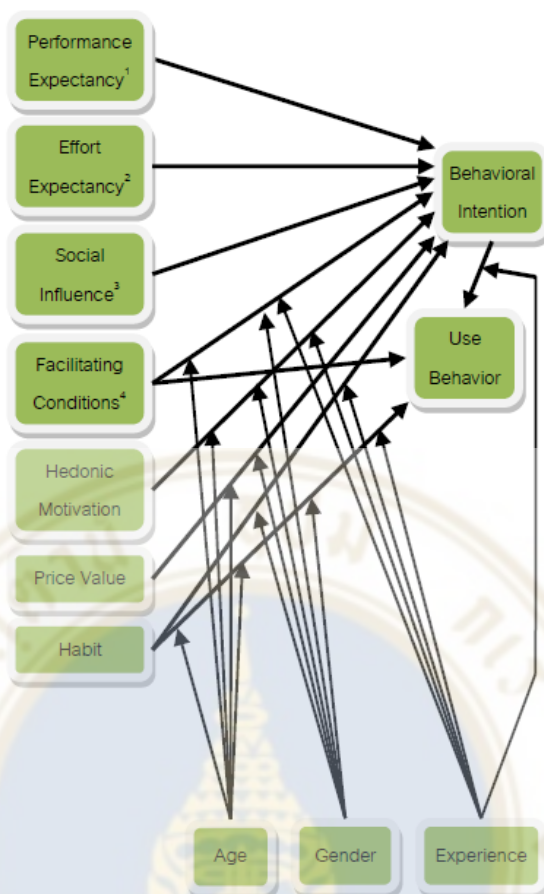


ภาพที่ 1 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTAUT

2.2.2 ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี 2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2)

Venkatesh และคณะ (Venkatesh, Morris, & Davis, 2003) ได้พัฒนาขยายเพิ่มเติมแบบจำลอง Modified UTAUT หรือ UTAUT2 ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น โดยเพิ่มปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic motivation) มูลค่าราคา (Price value) และความเคยชิน (Habit) เพื่อลดข้อจำกัด และสามารถปรับใช้เพื่ออธิบายความตั้งใจ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีในบริบทของกลุ่มผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

หลักการของ UTAUT 2 ศึกษาพฤติกรรมการใช้ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมประกอบด้วยปัจจัยหลัก 7 ประการ ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลของสังคม สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าราคา และ ความเคยชิน ส่วนตัวแปรเสริม/ตัวผันแปร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักและตัวแปรเสริม/ตัวผันแปรตามทฤษฎี UTAUT2 แสดงในรูปของแบบจำลอง ดังรูปที่ 3



ภาพที่ 2 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน UTATU2

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้เทคโนโลยีได้ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีความหมายคล้ายคลึงกับความคาดหวังในประสิทธิภาพประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด คือ (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM และ C-TAM-TPB) ใช้วัดระดับผลผลิต(Productivity) ประสิทธิภาพ (Performance) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) และประโยชน์ (Usefulness) (2) ความสามารถของระบบสารสนเทศที่แต่ละบุคคลเชื่อว่า การใช้งานระบบสารสนเทศจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ (MPCU) นำมาใช้วัดระดับ ผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงาน (Effect on the performance of job) การลดระยะเวลาการทำงาน (Decrease the time) การเพิ่มคุณภาพของผลลัพธ์ (Increase the outcome) การเพิ่มประสิทธิภาพ (Increase effectiveness) การเพิ่มปริมาณ (Quantity of output) และสามารถนำมาช่วยในงานได้ (Assist on job) (3) แรงจูงใจภายนอก (MM) ใช้วัดระดับ ผลผลิต ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และประโยชน์ เช่นเดียวกับ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (สิงหะ จวีสุข, สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)

ความคาดหวังในความพยายาม คือ ความง่ายของการใช้งาน ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับความคาดหวังในความพยายาม ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด คือ (1) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (TAM/TAM2) นำมาใช้วัดระดับ ความสำเร็จ ความง่ายกว่า และไม่ต้องการใช้ความพยายามมากนัก (Free of effort) (2) นวัตกรรมนั้นมีความยากหรือง่ายต่อการใช้งาน (MPCU) ใช้วัดระดับ ความซับซ้อน (Complicate) การใช้เวลา (Time) และการเรียนรู้ (Learn) และ (3) ง่ายต่อการใช้งาน (DOI) ใช้วัดระดับความง่าย ความยาก สามารถเข้าใจได้ง่าย (Understandable) และระยะเวลาที่ต้องใช้ไป (Time-consuming) (สิงหะ ฉวีสุข, สุนันทา วงศ์ตุรภัทร, 2555)

อิทธิพลของสังคม (Social Influence)

อิทธิพลของสังคม คือการรับรู้ของแต่ละบุคคลว่ากลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลได้ให้ความคาดหวัง หรือเชื่อว่าแต่ละบุคคลควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับอิทธิพลของสังคม ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ (1) บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรม (TRA, TPB, TAM/TAM2 และ C-TAM-TPB) นำมาใช้วัดระดับ ความสมควรกระทำหรือไม่สมควรกระทำ และ (2) ปัจจัยทางสังคม (MPCU) ใช้วัดระดับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่นเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน เป็นต้น (สิงหะ ฉวีสุข, สุนันทา วงศ์ตุรภัทร, 2555)

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าโครงสร้างพื้นฐานที่องค์กรมี จะช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานได้ โดยปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด คือ (1) การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงผลพฤติกรรมใดๆ (TPB และ C-TAM-TPB) นำมาใช้วัดระดับ ความพร้อมของทรัพยากรที่ถูกลำนำไปใช้ประโยชน์ (Availability) ความรู้ และ ความสามารถ (2) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (MPCU) นำมาใช้วัดระดับความพร้อมของทรัพยากรที่ถูกลำนำไปใช้ประโยชน์ และ (3) ความสอดคล้องหรือเหมาะสมกับผู้ใช้งาน (DOI) ใช้วัดระดับ ความสอดคล้อง (Compatible) และความเหมาะสม (Fit) (สิงหะ ฉวีสุข, สุนันทา วงศ์ตุรภัทร, 2555)

แรงจูงใจด้านความบันเทิง (Hedonic Motivation)

แรงจูงใจด้านความบันเทิง คือความสนุกหรือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการยอมรับการใช้เทคโนโลยี สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทของผู้บริโภคที่ผ่านมาพบว่า แรงจูงใจด้านความบันเทิงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดการยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลของการผนวก แรงจูงใจด้านความบันเทิงเพื่อใช้เป็นตัวพยากรณ์ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค (สิงหะ นวิสุข, สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

มูลค่าราคา (Price Value)

มูลค่าราคา คือความรู้และทักษะการคิดเปรียบเทียบ (Cognitive tradeoff) ของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ และค่าใช้จ่ายสำหรับการใช้ประโยชน์นั้น ทำให้ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อผู้บริโภค จึงทำให้งานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ผ่านมามีปัจจัยด้านราคาเพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค และด้วยความแตกต่างระหว่างบริบทของกลุ่มพนักงานธุรกิจและบริบทกลุ่มผู้บริโภค จึงเป็นเหตุผลของการผนวกปัจจัยด้านราคา เพื่อใช้เป็นตัวพยากรณ์ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค (สิงหะ นวิสุข, สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

ความเคยชิน (Habit)

ความเคยชิน คือการที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติ เพราะสืบเนื่องจากสิ่งที่เรารู้มาในอดีตที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ (Experience) จนกลายเป็นความเคยชิน จากงานวิจัยที่ผ่านมามีแสดงให้เห็นว่าความเคยชินและประสบการณ์มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ประสบการณ์เป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงจุดเริ่มต้นของโอกาสในการใช้เทคโนโลยี และชี้วัดถึงการเปลี่ยนผ่านของเวลาหรือลำดับเหตุการณ์ในการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (The passage of time) ในขณะที่ความเคยชินเป็นปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติ เพราะสืบเนื่องจากสิ่งที่เรารู้มาในอดีตที่เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนพฤติกรรมนั้นกลายเป็นความเคยชินในที่สุด (สิงหะ นวิสุข, สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention)

ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม เป็นปัจจัยที่บ่งชี้ถึงความพร้อมของแต่ละบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมการใช้งานระบบ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่เกิดก่อนพฤติกรรมดังนั้นความตั้งใจแสดงพฤติกรรม จึงเป็นปัจจัยที่ทำหน้าที่ในการเก็บข้อมูล ในความยากหรือง่ายของบุคคลที่สมัครใจที่จะพยายามแสดงพฤติกรรมใดๆ จนกระทั่งบุคคลนั้นกระทำในสิ่งที่ได้ตั้งใจกระทำในที่สุด (Actual behavior) (สิงหะ นวิสุข, สุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Mohammad Abdullah Mahfuz, Liza Khanam and Wang Hu (2016) ได้ศึกษาเรื่อง Examine Website Quality on M-Banking Services Adoption in Bangladesh การตรวจสอบคุณภาพของเว็บไซต์ที่ให้บริการผ่าน M-Banking กรณีศึกษาในประเทศบังกลาเทศในการศึกษานี้ นำทฤษฎี UTAUT2 มาเป็นโมเดลในการศึกษา โดยเพิ่มตัวแปรคุณภาพของเว็บไซต์ (Website Quality) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี (Usage Behavior) ผลการศึกษาพบว่าอิทธิพลทางสังคมในเชิงบวกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม แต่ในทางกลับกันพฤติกรรมการใช้งานได้รับอิทธิพลจากสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน

Ricardo de Sena Abrahão, Stella Naomi Moriguchib and Darly Fernando Andrade (2016) ได้ศึกษาเรื่อง Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษาในประเทศบราซิลในการศึกษานี้ นำตัวแปรจากทฤษฎี UTAUT 3 ตัวแปรมาใช้ คือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม และอิทธิพลของสังคม และเพิ่มอีก 2 ตัวแปรในการศึกษา คือ การรับรู้ความเสี่ยงและการรับรู้ค่าใช้จ่าย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับความตั้งใจแสดงพฤติกรรม ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลของสังคม และการรับรู้ความเสี่ยง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

Teerapat Jansorn, Supaporn Kiattisin and Adisorn Leelasantitham (2555) ได้ศึกษาเรื่อง Study of Acceptance Factors for Electronic Payment Services ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาในประเทศไทย ในการศึกษานี้ นำทฤษฎี UTAUT และทฤษฎี SEM มาเป็นโมเดลในการศึกษา โดยเพิ่มตัวแปร 3 ตัว คือ คุณภาพการให้บริการ ค่าธรรมเนียมและความปลอดภัย ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลของสังคม และสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในลักษณะเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ โดยจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

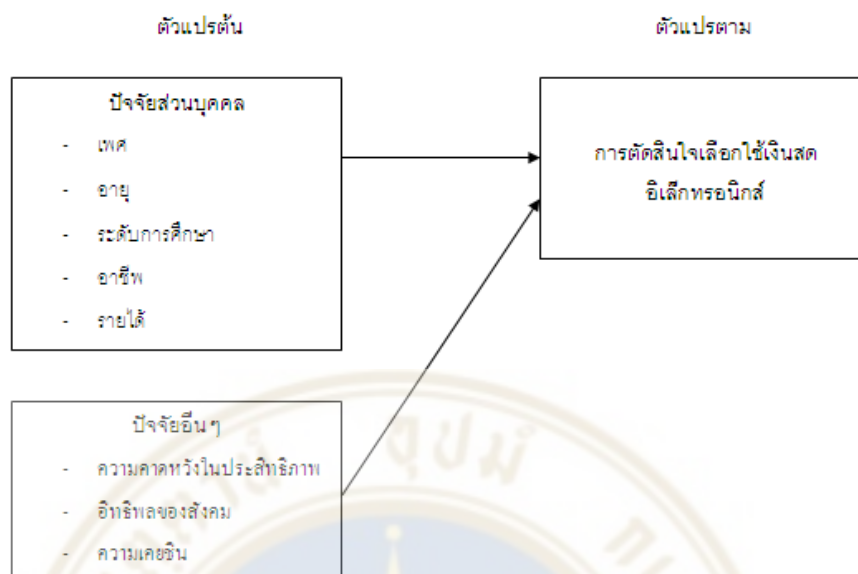
- 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย
- 3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การทดสอบเครื่องมือวิจัย
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีการศึกษา ดังนี้

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ ในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยวิเคราะห์โดยใช้สถิติเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในลักษณะเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล

3.2 กรอบงานการวิจัย



ภาพที่ 3 แสดงกรอบงานการวิจัย

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือกลุ่มบุคคลทั่วไปในกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้และไม่เคยใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ โดยศึกษาจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 150 คน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างและวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยที่ต้องการศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

มีลักษณะเป็นคำตอบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามปลายปิด จำนวน 5 ข้อ โดยแต่ละข้อมีการวัดข้อมูล ดังนี้

ข้อ 1 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 3 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 4 รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 5 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 การชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)

ส่วนที่ 2.1 การใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 3 ข้อ ดังนี้

ข้อ 9 ท่านรู้จักบริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) จากที่ใด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ข้อ 10 ท่านเคยใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)หรือไม่เป็นคำถามปลายปิดใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 11 กรณีที่ท่านไม่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ คุณมักจะใช้วิธีชำระเงินแบบใดมากที่สุดเป็นคำถามปลายปิดใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2.2 พฤติกรรมการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ดังนี้

ข้อ 12 ท่านเคยใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) กับผู้ให้บริการรายใด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ข้อ 13 ท่านใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) มานานเท่าใดใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 14 ท่านใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)กี่ครั้งต่อเดือนใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 15 จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) ในแต่ละครั้งใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 16 ท่านใช้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) เพื่อชำระสินค้าหรือบริการประเภทใดบ้าง ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อการใช้เงินสคอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการมีลักษณะเป็นข้อให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว จำนวน 12 ข้อ ซึ่งใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เป็นการวัดทัศนคติ ความเห็นด้วย แบบ Likert Scale แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 3 หมายถึง เฉยๆ หรือไม่แน่ใจ
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยคณะผู้วิจัยคำนวณหาความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

เกณฑ์เฉลี่ยระดับทัศนคติต่อการใช้เงินสคอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้	ระดับทัศนคติ
4.21 - 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 - 4.20	เห็นด้วย
2.61 - 3.40	เฉยๆ หรือไม่แน่ใจ
1.81 - 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 - 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 รวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เอกสารบทความ สิ่งตีพิมพ์ วารสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับทำการศึกษาวิจัย

3.5.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 ตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยใช้ และไม่เคยใช้เงินสคอิเล็กทรอนิกส์ใช้เวลาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ 1 - 30 มีนาคม 2560 โดยใช้แบบสอบถาม

3.6 การทดสอบเครื่องมือวิจัย

3.6.1 ทำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้องสมบูรณ์และความเหมาะสมของคำถาม

3.6.2 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถามโดยทดสอบ (Try-Out) จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาจะใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ และทัศนคติต่อการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ โดยแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย ส่วนค่าสถิติที่ใช้คือ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยการทดสอบด้วยสถิติแบบ T-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรสองกลุ่มการทดสอบด้วยสถิติ F-test หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรต่างๆ ที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปและวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณโดยใช้การทดสอบนี้กับสมมติฐานที่ต้องการทดสอบเพื่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรตาม (Dependent variable) หนึ่งตัวกับตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent variable) หลายตัวตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติ Multiple Regression

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการดำเนินงาน

จากการศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มจำนวนทั้งหมด 150 ชุด ได้ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การนำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การนำเสนอข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์

ส่วนที่ 4 การนำเสนอการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 1 การนำเสนอข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	38	25.33
หญิง	112	74.67
รวม	150	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่ามีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 150 คน โดยแบ่งเป็นเพศชาย 38 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 25.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี	1	0.67
19 - 25 ปี	40	26.67
26 - 30 ปี	52	34.67
31 - 40 ปี	45	30.00
41 - 50 ปี	10	6.67
50 ปีขึ้นไป	2	1.33
รวม	150	100.00

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกระดับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 6 กลุ่ม จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 26-30ปี มีจำนวนมากที่สุดคือ 52คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาได้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40ปี มีจำนวน 45คนคิดเป็น 30 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 19-25ปี มีจำนวน 40คนคิดเป็น 26.7ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 41-50ปี มีจำนวน 10 คนคิดเป็น 6.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุอยู่ในช่วง 50ปีขึ้นไป มีจำนวน 2 คนคิดเป็น 1.3 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี มีจำนวน 1 คนคิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5	3.33
ปริญญาตรี	88	58.67
สูงกว่าปริญญาตรี	57	38.00
รวม	150	100.00

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกระดับการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม จากตารางที่ 3พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด 88คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาได้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีจำนวน 57

คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.0กลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยที่สุด ได้แก่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 5คนหรือคิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	21	14.00
10,001 - 20,000 บาท	21	14.00
20,001 - 30,000 บาท	32	21.33
30,001 - 40,000 บาท	34	22.67
40,001 - 50,000 บาท	15	10.00
50,001 บาทขึ้นไป	27	18.00
รวม	150	100.00

ผู้วิจัยได้จำแนกระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 6 กลุ่ม จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวนมากที่สุด 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาคือ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ลำดับถัดมาคือระดับรายได้ มากกว่า 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ลำดับถัดมาคือระดับรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวนเท่ากันคือ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0และระดับรายได้ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	26	17.33
พนักงานบริษัทเอกชน	63	42.00
ธุรกิจส่วนตัว /เจ้าของธุรกิจ	8	5.33
ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ	51	34.00
อื่นๆ	2	1.33
รวม	150	100.00

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกอาชีพออกเป็น 5 กลุ่ม จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกลุ่มที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด โดยมีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาได้แก่ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของธุรกิจมีจำนวน 51คนคิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาได้แก่อาชีพ นักเรียน/ นักศึกษามีจำนวน 26 คนคิดเป็นร้อยละ 17.3 รองลงมาได้แก่อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของธุรกิจจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ อื่นๆ นอกเหนือจากที่ผู้ทำ การวิจัยได้แบ่งกลุ่มไว้โดยมีจำนวน2คนหรือคิดเป็นร้อยละ 1.3

ส่วนที่ 2 การนำเสนอข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกการเคยใช้บริการ

การเคยใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	75	50.00
ไม่เคยใช้	75	50.00
รวม	150	100.00

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ

ระยะเวลาการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	27	36.00
1 - 2 ปี	23	30.67
2 - 3 ปี	9	12.00
มากกว่า 3 ปี	16	21.33
รวม	75	100.00

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกระยะเวลาการใช้บริการออกเป็น 4 กลุ่ม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการจำนวน 75 คน จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาเคยใช้บริการ 1-2 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาเคยใช้บริการมากกว่า 3 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และลำดับสุดท้ายเคยใช้บริการ 2-3 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อเดือน

จำนวนครั้งในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	56	74.67
5 - 10 ครั้งต่อเดือน	17	22.67
มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน	2	2.67
รวม	75	100.00

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกจำนวนครั้งในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อเดือนออกเป็น 3 กลุ่ม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการจำนวน 75 คน จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาใช้บริการ 5 - 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และลำดับสุดท้ายใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนเงินในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้ง

จำนวนเงินในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	8	10.67
101 - 500 บาท	36	48
501 - 1,000 บาท	23	30.67
มากกว่า 1,000 บาท	8	10.67
รวม	75	100.00

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกจำนวนเงินในการชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้งออกเป็น 4 กลุ่ม จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการจำนวน 75 คน จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้ง 101 - 500 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้ง 501 - 1,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และลำดับสุดท้ายชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้งไม่เกิน 100 บาท และมากกว่า 1,000 บาทมีจำนวนเท่ากัน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินสดอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินสดอิเล็กทรอนิกส์

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับความคิดเห็น
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1. ท่านคิดว่าบริการ e-wallet ทำให้ท่านสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลา			45 (30%)	63 (42%)	42 (28%)	3.98	.76	เห็นด้วย

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
2.ท่านคิดว่าบริการ e-wallet มีประโยชน์ในการชำระเงินในชีวิตประจำวัน		6 (4%)	39 (26%)	64 (42.7%)	41 (27.3%)	3.93	.83	เห็นด้วย
3.ท่านคิดว่าบริการ e-wallet เป็นทางเลือกที่ดีมากกว่าการพกเงินสด		15 (10%)	46 (30.7%)	56 (37.3%)	33 (22%)	3.71	.92	เห็นด้วย
4.ท่านคิดว่าบริการ e-wallet ช่วยลดระยะเวลาเข้าคิวในการจ่ายชำระเงินค่าสินค้าและบริการ		7 (4.7%)	27 (18%)	67 (44.7%)	49 (32.7%)	4.05	.83	เห็นด้วย
รวม						3.92	0.68	เห็นด้วย

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีผลในระดับเห็นด้วย และผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าบริการ e-wallet ช่วยลดระยะเวลาเข้าคิวในการจ่ายชำระเงินค่าสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.05

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านอิทธิพลของสังคมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ e-wallet

อิทธิพลของสังคม	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับความคิดเห็น
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
1.ท่านคิดว่าโฆษณาตามสื่อต่างๆมีส่วนกระตุ้นให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ e-wallet	4 (2.7%)	17 (11.3%)	45 (30%)	58 (38.7%)	26 (17.3%)	3.57	0.99	เห็นด้วย
2.ท่านคิดว่าคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงานญาติพี่น้องหรือบุคคลที่นับถือ	7 (4.7%)	25 (16.7%)	36 (24%)	60 (40%)	22 (14.7%)	3.43	1.08	เห็นด้วย
3.ท่านคิดว่าการใช้ e-wallet ทำให้ท่านรู้สึกและทันสมัย	6 (4.0%)	19 (12.7%)	42 (28.0%)	61 (40.7%)	22 (14.7%)	3.49	1.02	เห็นด้วย
4.ท่านจะตัดสินใจใช้บริการ e-wallet หากมีจำนวนผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น	5 (3.3%)	10 (6.7%)	36 (24.0%)	76 (50.7%)	23 (15.3%)	3.68	0.93	เห็นด้วย
รวม						3.54	0.76	เห็นด้วย

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ e-wallet อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.54 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีผลในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจใช้บริการ e-wallet หากมีจำนวนผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.68

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นด้านความเคยชินต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสคิเล็กทรอนิกส์

ความเคยชิน	ระดับความคิดเห็น					M	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
1.ท่านใช้บริการชำระ ค่าสินค้าหรือบริการ ผ่าน e-wallet ทุกครั้ง เมื่อมีโอกาส	11 (7.3%)	27 (18.0%)	49 (32.7%)	45 (30.0%)	18 (12.0%)	3.20	1.10	ปานกลาง
2.ท่านมักจะเลือก ชำระเงินผ่าน e- wallet ในการซื้อ สินค้าหรือบริการ	22 (14.7%)	20 (13.3%)	54 (36.0%)	38 (25.3%)	16 (10.7%)	3.04	1.19	ปานกลาง
รวม						3.13	1.10	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นของปัจจัยด้านความเคยชินต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสคิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.10 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่า ทุกข้อมีผลในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่าน e-wallet ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.20

ส่วนที่ 4 การนำเสนอการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เงินสคิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

H_0 = ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เงินสคิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เงินสคิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสคิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

(n=150)

	เพศ	N	M	SD.	t.	Sig.
การตัดสินใจใช้ E-Money	ชาย	38	3.67	0.87	3.110	.194
	หญิง	112	3.07	1.08		

จากตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ T – test พบว่า ค่า $t = 3.110$, Sig. = 0.194 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่ายอมรับ H_0 หรือเพศที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.2 ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

(n=150)

ปัจจัยด้านอายุ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
	การตัดสินใจใช้ E-Money	ระหว่างกลุ่ม	2.77	5	0.55	0.480
ภายในกลุ่ม		165.97	144	1.15		
รวม		168.74	149			

จากตารางที่ 34 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ ANOVA พบว่า ค่า $F = 0.480$, Sig. = 0.790 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ยอมรับ H_0 หรืออายุที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.3 ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 16 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์

(n=150)

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจใช้ E-Money	ระหว่างกลุ่ม	0.07	2	0.04	0.032	.968
	ภายในกลุ่ม	168.67	147	1.15		
	รวม	168.74	149			

จากตารางที่ 45 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ ANOVA พบว่า ค่า $F = 0.032$, $Sig. = 0.968$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่ายอมรับ H_0 หรือระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.4 ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่ออิเล็กทรอนิกส์

(n=150)

ปัจจัยด้านรายได้	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจใช้ E-Money	ระหว่างกลุ่ม	3.05	5	0.61	0.529	.754
	ภายในกลุ่ม	165.69	144	1.15		
	รวม	168.74	149			

จากตารางที่ 56 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ ANOVA พบว่าค่า $F = 0.529$, $Sig. = 0.754$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ยอมรับ H_0 หรือรายได้ที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.5 ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์

(n=150)						
ปัจจัยด้านอาชีพ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจใช้ E-Money	ระหว่างกลุ่ม	12.70	4	3.18	2.951	.022
	ภายในกลุ่ม	156.04	145	1.08		
	รวม	168.74	149			

จากตารางที่ 67 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติทดสอบแบบ ANOVA พบว่าค่า $F = 2.951$, $Sig. = 0.022$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่า ยอมรับ H_1 หรืออาชีพที่ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

H_0 = ปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปร

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940a	0.884	0.882	0.366

a. Predictors: (Constant),ความเคยชิน, อิทธิพลของสังคม, ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 78 พบว่าตัวแปรอิสระ 3 ตัวมีความผันแปรของระดับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ 88.40%

สมมติฐานย่อย 2.1 ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานย่อย 2.2 ปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานย่อย 2.3 ปัจจัยด้านความเคยชินกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 20 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระกับการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-0.214	0.206		-1.042	0.299
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.122	0.056	0.077	2.189	0.030*
อิทธิพลของสังคม	0.118	0.048	0.084	2.455	0.015*
ความเคยชิน	0.812	0.039	0.840	20.991	0.000*

a. Dependent Variable: ตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 89 พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีค่า Beta = 0.077, Sig. 0.030* ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมมีค่า Beta = 0.084, Sig. 0.015* ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยด้านความเคยชินมีค่า Beta =

0.840, Sig. 0.000* ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านความเคยชินมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

สรุปสมมติฐาน ทั้ง 3 ตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม และปัจจัยด้านความเคยชินมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์โดยปัจจัยด้านความเคยชินมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 150 คน จากกลุ่มบุคคลทั่วไปในกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้และไม่เคยใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในลักษณะเชิงสำรวจ (Survey research) และใช้เครื่องมือแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่ง เป็น 2 ส่วน ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานจากการศึกษาสามารถสรุปผลการวิจัยอภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาด้านปัจจัยทางประชากรศาสตร์จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 150 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี มากที่สุด 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มปริญญาตรี 88 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 ระดับรายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 150 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวน 75 คน โดยส่วนใหญ่เคยใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีการใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 74.7 และมีการใช้ชำระค่าสินค้า/บริการต่อครั้งจำนวนเงิน 101 - 500 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้จ่ายเงินสดอิเล็กทรอนิกส์มี 3 ปัจจัยคือ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม และปัจจัยด้านความเคยชิน ผลการ

วิเคราะห์จำแนกตามปัจจัยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมมีค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่าทุกข้อมีผลในระดับเห็นด้วย และผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ช่วยลดระยะเวลาเข้าคิวในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.05 ปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมมีค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งอยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.76 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่าทุกข้อมีผลในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการหากมีจำนวนผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.68 และปัจจัยด้านความเคยชินมีค่าเฉลี่ย 3.13 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.10 เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละข้อ พบว่าทุกข้อมีผลในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3.20

การอภิปรายผล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าปัจจัยทั้ง 3 ด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ โดยปัจจัยด้านความเคยชินมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม ตามลำดับ ดังนั้นการสร้างความเคยชินในการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค โดยการปรับเปลี่ยนวิธีการชำระเงินให้เป็นการใช้เงินสดมากขึ้นแทนการชำระเงินด้วยเงินสด ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ผู้บริโภคคาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายและรวดเร็วมากกว่าการชำระเงินด้วยเงินสด และปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคมผู้บริโภคจะตัดสินใจใช้บริการ e-wallet หากมีจำนวนผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น และการโฆษณาหรือคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน หรือคนใกล้ชิด ก็มีผลต่อการตัดสินใจใช้

จากการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาในประเทศไทย (Study of Acceptance Factors for Electronic Payment Services) ชีรพัฒน์ จันทร สุภาภรณ์ เกียรติสิน และอดิศร ทีลาสันติธรรม โดยผลการวิเคราะห์ที่เหมือนกันคือ ปัจจัยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ให้บริการควรเน้นสร้างความเคยชินในการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เคยใช้บริการมักจะเลือกชำระเงินโดยการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส
2. ผู้ให้บริการควรทำให้วิธีการการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย และสะดวกในการใช้งาน เนื่องจากผู้บริโภคต้องการความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นกว่าการชำระเงินด้วยวิธีอื่นๆ
3. จำนวนผู้ให้บริการที่มีมากขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดการใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่ม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการ เพื่อค้นหาประเด็นอื่นๆที่น่าสนใจนอกจากเหนือจากการวิจัยครั้งนี้
2. การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ทางเทคโนโลยี ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อให้เกิดความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีอื่นๆร่วมด้วย เช่น การแจกแบบสอบถามเป็นกระดาษตามสถานที่ต่างๆ เป็นต้น
3. ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจเพิ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินสดอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด เป็นต้น

บรรณานุกรม

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2015). รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์. เรียกใช้เมื่อ 27 มกราคม 2017 จาก ธนาคารแห่งประเทศไทย: <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/OversightOfEmoney/ListOfEmoney/Pages/eMoneyProvider.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2556). *Payment Systems Insight ไตรมาสที่ 2 ปี2556*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). เรียกใช้เมื่อ 25 มกราคม 2560 จาก <http://www2.bot.or.th/PSServices/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). บทบาทของ Non-banks ในระบบการชำระเงินรายย่อย. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- พิทยุตม์ สงค์มัลย์. (2552). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บัตรสมาร์ตเฟิร์ส.
- เวทย์ นุชเจริญ. (11 พฤษภาคม 2559). “E- WALLET” กระเป๋าเงินออนไลน์ ของ SME ไทยเทค. เรียกใช้เมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2560 จาก กรุงเทพธุรกิจ: <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637677>
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน. (2557). เรียกใช้เมื่อ 25 มกราคม 2560 จาก <https://www.1213.or.th/th/aboutfcc/finservices/Pages/FinUnderBOT1.aspx>
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2559). *FinTech...กับรูปแบบบริการทางการเงินที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงไป*.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *สรุปผลที่สำคัญสำรวจการมีกาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สิงหะ ฉวีสุข, สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2555). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Fred D.Davis. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: theory and results*. Cambridge, Sloan School of Management. MA: MIT.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- I. Ajzen. (1991). The Theory of Planned behavior. *Organizational behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Mohammad Abdullah Mahfuz, Liza Khanam, และ Wang Hu. (April 2016). Examine website quality on m-banking services adoption in bangladesh. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 33-50.
- Stella Naomi Moriguchib and Darly Fernando Andrade Ricardo de Sena Abrahãoa. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *IMR Innovation & Management Review*, 221-230.
- Supaporn Kiattisin and Adisorn Leelasantitham Teerapat Jansorn. (2555). *Study of acceptance factors for electronic payment service*. Technology of Information System Management. Mahidol University.
- V. Venkatesh, M. Morris, และ G. B. Davis. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view* (เล่มที่ 27).



ภาคผนวก



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสอบถามเรื่อง ทศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: e-Money) ในการซื้อสินค้าและบริการ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี 19 - 25 ปี
 26 - 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 - 20,000 บาท
 20,001 - 30,000 บาท 30,001 - 40,000 บาท
 40,001 - 50,000 บาท 50,001 บาทขึ้นไป

5. อาชีพ

- นักเรียน/ นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว / เจ้าของธุรกิจ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความเป็นจริง

9. ท่านรู้จักบริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) จากที่ใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- เพื่อน คนรู้จัก หรือบุคคลในครอบครัว
- Search Engine เช่น google, yahoo เป็นต้น
- เครื่องขายสิ่งคมออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น
- เว็บไซต์ของผู้ให้บริการ
- หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- วิทยุ โทรทัศน์
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

10. ท่านเคยใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)หรือไม่

- เคย (ถามต่อข้อ 12)
- ไม่เคย (ถามต่อข้อ 11)

11. กรณีที่ท่านไม่เคยใช้บริการชำระเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ คุณมักจะใช้วิธีชำระเงินแบบใดมากที่สุด

- ชำระด้วยเงินสด
- ชำระผ่านบัตรเครดิต
- ชำระผ่าน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง
- ตู้เอทีเอ็ม
- ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

คำชี้แจง: คำถามเฉพาะท่านที่เคยใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)

12. ท่านเคยใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) กับผู้ให้บริการรายใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- mPay (AIS)
- TrueMoney Wallet (True)
- PaysBuy (dtac)
- Rabbit LINE Pay
- AirPay
- Samsung Pay
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. ท่านใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) มานานเท่าใด

- น้อยกว่า 1ปี
- 1 - 2 ปี

- 2 - 3 ปี มากกว่า 3 ปี
14. ท่านใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์)กี่ครั้งต่อเดือน
- น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน 5 – 10 ครั้งต่อเดือน
- มากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน
15. จำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์) ในแต่ละครั้ง
- ไม่เกิน 100 บาท 101 - 500 บาท
- 501 - 1,000 บาท มากกว่า 1,000 บาท
16. ท่านใช้ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์) เพื่อชำระสินค้าหรือบริการประเภทใดบ้าง (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- เติมเงินเกมออนไลน์
- เติมเงิน หรือชำระค่าบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ซื้อตั๋วชมภาพยนตร์ หรือการแสดง
- จ่ายชำระบิลค่าสาธารณูปโภค
- จ่ายชำระบิลค่าอินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี
- จ่ายชำระบิลค่าบริการบัตรเครดิต ประกันภัย ประกันชีวิต
- ชำระสินค้าหรือบริการหน้าร้านค้า (ร้านค้าทั่วไป เช่น 7-11, แมคโดนัลด์ เป็นต้น)
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้

ชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = เฉยๆ หรือไม่แน่ใจ, 4 = เห็นด้วย และ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน)	1	2	3	4	5
1.1) ท่านคิดว่าบริการ e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) ทำให้ท่านสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลา					
1.2) ท่านคิดว่าบริการ e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) มีประโยชน์ในการชำระเงินในชีวิตประจำวัน					
1.3) ท่านคิดว่าบริการ e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) เป็นทางเลือกที่ดีมากกว่าการพกเงินสด					
1.4) ท่านคิดว่าบริการ e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) ช่วยลดระยะเวลาเข้าคิวในการจ่ายชำระค่าสินค้าและบริการ					
2. อิทธิพลของสังคม	1	2	3	4	5
2.1) ท่านคิดว่าโฆษณาตามสื่อต่างๆ มีส่วนกระตุ้นให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)					
2.2) ท่านคิดว่าคำแนะนำจากเพื่อนร่วมงาน ญาติพี่น้อง หรือบุคคลที่นับถือ มีส่วนช่วยให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)					
2.3) ท่านคิดว่าการใช้ e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) ทำให้ท่านดูดีและทันสมัย					
2.4) ท่านจะตัดสินใจใช้บริการ e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) หากมีจำนวนผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น					
3. ความเคยชิน	1	2	3	4	5
3.1) ท่านใช้บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่าน e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส					
3.2) ท่านมักจะเลือกชำระเงินผ่าน e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) ในการซื้อสินค้าหรือบริการ					

4. ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม	1	2	3	4	5
4.1) ท่านจะใช้บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่าน e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส					
4.2) ท่านจะใช้บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่าน e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) มากขึ้น					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อบริการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่าน e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้บริการ e-wallet(กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์)

.....

.....

.....

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะทำให้ท่านสนใจใช้บริการ e-wallet (กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์) มากขึ้น

.....

.....

.....