

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

The Effect of Technology Acceptance and Risk Perception on Decision to Use the Electronic Payment Services

ถมทอง เพือก้อน¹ วิจิตรา จำลองราษฎร์² อรรถพล จรจันทร์³

Thomthong Phueakoon, Wichitra Chamlongrath, Attaphon Johnjun

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชาชนคนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 385 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสมการพยากรณ์สามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกต้องร้อยละ 24.20

คำสำคัญ (Keywords) : การยอมรับเทคโนโลยี; การรับรู้ความเสี่ยง;
การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The objective of this research was to examine the influence of technology acceptance and risk perception affecting the decision to use the electronic payment services. This study was a quantitative research. The sample group in the research was a Thai population at the age of 15 years and over, total of 385 people. Statistical instruments used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The results showed that the technology acceptance affected the decision to use the electronic payment services at a statistically significant level of 0.01. The forecasting equation was able to predict the decision to use the electronic payment services with an accuracy of 24.20 %.

Received: 2023-10-24 Revised: 2023-11-06 Accepted: 2023-11-11

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Master of Business Administration, Faculty of Management Science of Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: thomtong.p@psru.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Faculty of Management Science of Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: wichitra.j@psru.ac.th

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Faculty of Management Science of Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: attaphon.j@psru.ac.th

Keywords: technology acceptance; risk perception;
decision to use the electronic payment services

บทนำ (Introduction)

ระบบการชำระเงินของไทยมีพัฒนาการแบบก้าวกระโดดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนให้สังคมไทยก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด จากความร่วมมือของผู้ให้บริการระบบชำระเงิน กระทรวงการคลัง หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการเงิน และผู้กำกับดูแล คือ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในการวางแผนและขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมการชำระเงินดิจิทัล ให้มีบริการชำระเงินดิจิทัลที่หลากหลาย เช่น บริการบนระบบพร้อมเพย์ โครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินดิจิทัล สำหรับภาคธุรกิจ การชำระเงินและโอนเงินระหว่างประเทศ การขับเคลื่อนของหลายภาคส่วนภายใต้แผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐ เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล ต้นทุนต่ำ รองรับธุรกรรมการชำระเงินของประชาชน ภาครัฐ และเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้การชำระเงินดิจิทัลได้รับความนิยมมากขึ้น ช่วง 5 ปีที่ผ่านมาพฤติกรรมกรรมการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของคนไทยเพิ่มขึ้นเป็น 5 เท่า จาก 63 ครั้งต่อคนต่อปีในปี พ.ศ. 2560 เป็น 312 ครั้งต่อคนต่อปีในปี พ.ศ. 2564 ถึงแม้ว่าการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศที่มีการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เช่น ประเทศสิงคโปร์มีจำนวนการใช้ 661 ครั้งต่อคนต่อปี ประเทศเกาหลีใต้ 621 ครั้งต่อคนต่อปี ประเทศออสเตรเลีย 579 ครั้งต่อคนต่อปี ประเทศสวีเดน 534 ครั้งต่อคนต่อปี และประเทศอังกฤษ 461 ครั้งต่อคนต่อปี จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพียงแค่ 312 ครั้งต่อคนต่อปี ซึ่งมีจำนวนการใช้น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564: 47-48)

จากการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือธุรกรรมออนไลน์ ตลอดจนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูล การค้นหาข้อมูล การทำธุรกรรมทางการเงิน การซื้อขายสินค้าและบริการ โดยเฉพาะในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เร่งการเจริญเติบโตและการพัฒนาของโลกดิจิทัล โดยผลการสำรวจจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกสิ้นปี พ.ศ. 2564 พบว่า ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกเพิ่มสูงขึ้นจาก 2.14 พันล้านคน เป็น 4.90 พันล้านคน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565: 5) จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ การตัดสินใจยอมรับและใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อผู้บริโภค โดยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลที่ใช้อย่างแพร่หลาย ประกอบด้วย 1) การรับรู้ประโยชน์ 2) การรับรู้ความง่าย 3) ทศนคติของผู้ใช้บริการ และ 4) ความตั้งใจในการใช้งาน (Davis, Bagozzi & Warshaw, 1989: 985) ซึ่งทฤษฎีนี้อาจสามารถนำมาใช้กับการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคได้ เนื่องจากเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อการทำงานและชีวิตประจำวันของผู้คนเป็นอย่างมาก อีกทั้งความเป็นอยู่ของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป มีการใช้จ่ายเงินผ่านช่องทางอื่น ๆ ที่ไม่ใช่เงินสดเพิ่มมากขึ้น การชำระเงินผ่านระบบ

อิเล็กทรอนิกส์ ได้กลายเป็นตัวเลือกสำหรับการชำระเงินและการทำธุรกรรมต่าง ๆ เชื่อมโยงกับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทยที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกวัน

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีความรวดเร็วอาจทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ในภาวะที่ขาดความชัดเจนในเรื่องกิจกรรมที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับบริการและแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ รวมไปถึงอาจขาดความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอในการที่จะตัดสินใจที่จะดำเนินการ ประเด็นที่ผู้ทำธุรกรรมการเงินออนไลน์วิตกกังวลหรือเป็นปัญหามากที่สุด คือ ความไม่เชื่อมั่นในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลของแพลตฟอร์ม และความกังวลเรื่องการถูกหลอกลวง เช่น ในรูปแบบของการใช้อีเมลหรือหน้าเว็บไซต์ปลอมเพื่อหลอกเอาข้อมูล และปัญหาที่อาจจะส่งผลต่อความไม่ปลอดภัยในการซื้อของออนไลน์ในบางร้าน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง เช่น ความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพ ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา และด้านความปลอดภัย เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคไม่ตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงจึงถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะเป็นความมั่นคงปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงิน (ธร สุนทรายุทธ, 2550: 235 ; Demirdogen et al, 2010: 59)

การเข้าสู่สังคมไร้เงินสดนั้นจะช่วยเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการแข่งขันระหว่างประเทศ และลดต้นทุนที่เกิดจากการทำธุรกรรมด้วยเงินสด การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงการชำระเงินได้หลายรูปแบบ และมีความสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้ประเทศเข้าสู่การชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาระบบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ลดขั้นตอนและเวลาในกระบวนการทางธุรกิจ การรับและจ่ายเงินมีความถูกต้องแม่นยำ ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และสภาพคล่องให้ภาคธุรกิจ และทำให้ภาคธุรกิจและภาครัฐลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นมูลค่ามหาศาล เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงระบบการชำระเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยกระดับคุณภาพชีวิต ก้าวสู่สังคมที่ไร้เงินสดได้เร็วยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology acceptance model: TAM) มีการพัฒนารูปแบบแนวคิดต่อมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) โดย Davis (1989: 334) ปรับใช้ให้การพยากรณ์การ

ยอมรับพฤติกรรมของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น โดยความตั้งใจในการใช้ และทัศนคติของผู้ใช้ระบบมีอิทธิพลต่อการทำให้เกิดการใช้เทคโนโลยีจริง Davis, Bogozzi & Warshaw (1989: 985) ได้นำเสนอโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี เป็นทฤษฎีที่ขยายองค์ความรู้ที่ต่อยอดมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลที่อธิบายพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่าการที่บุคคลจะลงมือประกอบพฤติกรรมใดนั้น สามารถอธิบายได้จากการวัดความเชื่อ (Beliefs) เจตคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) โดยมีองค์ประกอบดังนี้ (1) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived usefulness) คือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานว่าเทคโนโลยีจะช่วยพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้ (2) การรับรู้ความง่าย (Perceived ease of use) คือ ความง่ายต่อการใช้งานและเรียนรู้ มีการปฏิบัติที่ไม่ซับซ้อนหรือยุ่งยากจนเกินไป (3) ทัศนคติของผู้ใช้ระบบ (Attitude toward using) คือ ทัศนคติในการใช้งานมีผลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และรับรู้ว่าจะเทคโนโลยีนั้นสามารถใช้งานได้ง่าย และ (4) ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavior intention) คือ ความตั้งใจหรือพฤติกรรมที่ผู้ใช้นั้นมีความพยายามในการใช้งานเทคโนโลยีนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

Demirdogen et al. (2010: 59) ได้กล่าวว่าสิ่งหนึ่งที่ใช้บริการการชำระเงินออนไลน์ใส่ใจ คือ ความมั่นคงปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของระบบชำระเงิน และพบว่าความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์มี 6 ประเภทได้แก่ (1) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk) คือ ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคต้องพบกับความสูญเสียทางการเงิน เนื่องมาจากต้นทุนแอบแฝงซึ่งอาจจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายนั้นมีราคาสูงเกินจริง (2) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance risk) คือ ความเป็นไปได้ที่สินค้าหรือบริการไม่สามารถทำงานได้ตามคุณสมบัติที่กล่าวไว้ เกิดความไม่พึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ (3) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time risk) คือ ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคต้องเสียเวลาในการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ (4) ความเสี่ยงด้านสังคม (Social risk) เป็นการรับรู้ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากบุคคลอื่น ซึ่งความเสี่ยงในด้านนี้อาจส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ได้ เนื่องจากอิทธิพลทางสังคม (5) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychological risk) คือ ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าการซื้อสินค้าหรือบริการในครั้งนั้น มีความขัดแย้งกับลักษณะนิสัยของตนหรือไม่เข้ากันกับภาพลักษณ์ของผู้บริโภค และ (6) ความเสี่ยงทางด้านความปลอดภัย (Privacy risk) คือ ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะได้รับความเสียหายจากการละเมิดความเป็นส่วนตัว โดยการนำข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นความลับไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ

Kotler et al. (2022: 91) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นเมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการของผู้ซื้อซึ่งกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก และเป็นความต้องการพื้นฐานอย่างหนึ่งของบุคคล เมื่อความต้องการเพิ่มขึ้นถึงระดับเกณฑ์ก็กลายเป็นแรงผลักดันในการตัดสินใจทำในสิ่งต่าง ๆ และความต้องการสามารถกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายนอกได้ กระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การตระหนักถึงปัญหา (Problem recognition) การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาและความต้องการ โดยความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก (2) การสืบค้นข้อมูล (Information search) เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้านั้น อาจเป็นการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น จากสื่อการโฆษณา พนักงานขาย (3) การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of alternative) เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้บริโภคจะประมวลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าเชิงเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้านั้น (4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) จากการ

ประเมินผลทางเลือก ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด โดยใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลและการตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase feeling) เป็นความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ภายหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว

การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อตามแนวทางของ Kotler et al. (2022) มาปรับใช้เป็นการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การตระหนักถึงปัญหา (2) การสืบค้นข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจใช้ และ (5) พฤติกรรมภายหลังการใช้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชลธิดา แยมกลีบบัว (2565: 28) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) Lazada ผลการวิจัยพบว่าการใช้งาน Lazada ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความไว้วางใจนั้น คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อความไว้วางใจมากที่สุด เมื่อผู้ใช้บริการรู้สึกว่า Lazada มีความเสี่ยงต่ำจะนำไปสู่ความไว้วางใจมากที่สุด ส่วนการยอมรับเทคโนโลยีด้านการใช้งานง่าย เมื่อผู้ใช้รู้สึกว่าใช้งานที่ง่าย ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไว้วางใจในแอปพลิเคชันมากขึ้น

เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562: 3) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ของสำนักงานประกันสังคม ผลการวิจัยพบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ ด้านความไว้วางใจระบบและด้านความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความเสี่ยงนั้นไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสำนักงานประกันสังคม

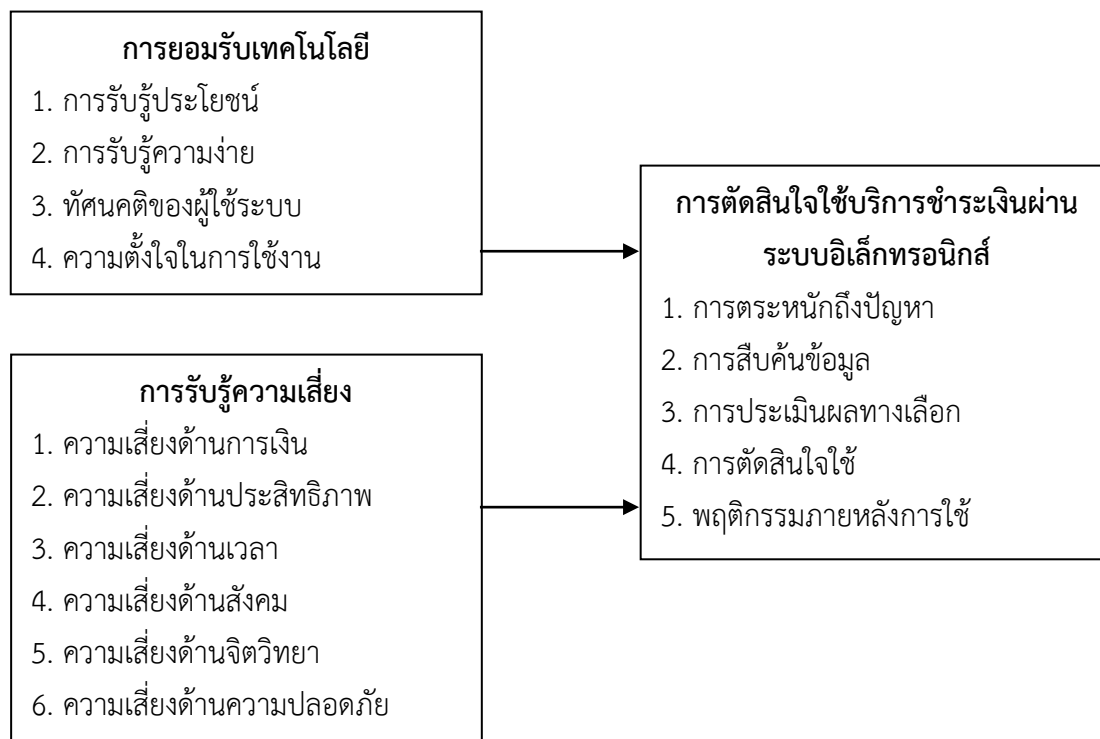
สุภาภรณ์ สุวรรณรัตน์ (2562: 1778) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลลบหรือกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการมากที่สุดทำให้ผู้ใช้บริการไม่เลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ คือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านจิตใจ ผู้ใช้บริการมีความกังวลการทำการรายการผิดพลาดทำให้สูญเสียเงินได้มากที่สุด

ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561: 101-103) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการไม่แตกต่างกัน อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการแตกต่างกัน ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าด้วยระบบ QR payment

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ (1) การยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วย 1) การรับรู้ประโยชน์ 2) การรับรู้ความง่าย 3) ทศนคติของผู้ใช้ระบบ และ 4) ความตั้งใจในการใช้งาน (2) การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน 2) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ 3) ความเสี่ยงด้านเวลา 4) ความเสี่ยงด้านสังคม 5) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และ 6) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

ส่วนตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 1) การตระหนักถึงปัญหา 2) การสืบค้นข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การตัดสินใจใช้ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการใช้

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนคนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เนื่องจากสามารถเปิดบัญชีธนาคารเป็นของตนเองและมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถติดตั้งแอปพลิเคชันของธนาคารและเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1997) โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ คือ จำนวน 385 ราย และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้

หลักการแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และแบบสะดวก (Convenience sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ใช้พื้นที่ในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากคนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566 โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

โดยส่วนที่ 2-4 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามวิธีของ Likert et al. (1957) โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประมาณค่า ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 มีความคิดเห็นระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 มีความคิดเห็นระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 มีความคิดเห็นระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 มีความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

2.1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ตลอดจนความชัดเจนทางภาษา และนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency หรือ IOC) ซึ่งพบว่า ข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.67 ทุกข้อ นั่นคือ แบบสอบถามมีค่าความตรงตามเนื้อหาผ่านเกณฑ์และนำมาใช้ได้

2.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยงตรง (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.957 ซึ่งมากกว่า 0.80 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยส่งลิงค์ไปยังกลุ่มตัวอย่าง และมีอัตราการตอบกลับร้อยละ 100

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และทดสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรต้น เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา Multicollinearity ด้วยการตรวจสอบเงื่อนไขด้วยค่า Variance inflation (VIF) ถ้า VIF มีค่าน้อย เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่า VIF มีค่าใกล้ 10 มาก แสดงว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณมีมาก นั่นคือ เกิดปัญหา Multicollinearity โดยข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณตัวแปรต้นจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันเอง (วิจิตรา จำลองราษฎร์, 2561: 139)

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. การรับรู้ประโยชน์	4.54	0.50	มากที่สุด
2. การรับรู้ความง่าย	4.53	0.45	มากที่สุด
3. ทศนคติของผู้ใช้ระบบ	4.56	0.45	มากที่สุด
4. ความตั้งใจในการใช้งาน	4.54	0.47	มากที่สุด
รวม	4.54	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ =4.54, S.D.=0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ทศนคติของผู้ใช้ระบบ ($\bar{x}$ =4.56, S.D.=0.45) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ($\bar{x}$ =4.54, S.D.=0.50) ความตั้งใจในการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.54, S.D.=0.47) และการรับรู้ความง่าย ($\bar{x}$ = 4.53, S.D.= 0.45) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความเสี่ยงด้านการเงิน	3.20	1.06	ปานกลาง
2. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	3.16	0.99	ปานกลาง
3. ความเสี่ยงด้านเวลา	2.88	1.00	ปานกลาง
4. ความเสี่ยงด้านสังคม	2.78	1.15	ปานกลาง
5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	3.14	1.09	ปานกลาง
6. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	3.56	1.06	มาก

การรับรู้ความเสี่ยง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
รวม	3.12	0.87	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.12, S.D. = 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ($\bar{x}$ = 3.56, S.D. = 1.06) รองลงมา ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ($\bar{x}$ = 3.20, S.D. = 1.06) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ($\bar{x}$ = 3.16, S.D. = 0.99) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ($\bar{x}$ = 3.14, S.D. = 1.09) ความเสี่ยงด้านเวลา ($\bar{x}$ = 2.88, S.D. = 1.00) และความเสี่ยงด้านสังคม ($\bar{x}$ = 2.78, S.D. = 1.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. การตระหนักถึงปัญหา	4.42	0.58	มากที่สุด
2. การสืบค้นข้อมูล	4.23	0.73	มากที่สุด
3. การประเมินผลทางเลือก	4.33	0.59	มากที่สุด
4. การตัดสินใจใช้	4.41	0.57	มากที่สุด
5. พฤติกรรมภายหลังการใช้	4.42	0.58	มากที่สุด
รวม	4.36	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.36, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา ($\bar{x}$ = 4.42, S.D. = 0.58) และพฤติกรรมภายหลังการใช้ ($\bar{x}$ = 4.42, S.D. = 0.58) รองลงมา ได้แก่ การตัดสินใจใช้ ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.57) การประเมินผลทางเลือก ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 0.59) และการสืบค้นข้อมูล ($\bar{x}$ = 4.23, S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ส่วนผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติ Pearson correlation และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

	Tt	Rt	Dt	VIF
Tt	1	0.032	0.487***	1.001
Rt		1	-0.049	1.001

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยที่ Tt คือ การยอมรับเทคโนโลยี Rt คือ การรับรู้ความเสี่ยง และ Dt คือ การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวมพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -0.049 ถึง 0.487 โดยการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ Multicollinearity test พบว่า VIF ของตัวแปรทั้งสองตัวมีค่า 1.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันน้อย หรือไม่มีความสัมพันธ์กัน ทำให้ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ระหว่างความสัมพันธ์ภายในตัวแปรอิสระ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปร	b	Std. Error	β	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	1.607	0.267		6.019	0.000***
การยอมรับเทคโนโลยี (Tt)	0.633	0.057	0.489	11.189	0.000***
การรับรู้ความเสี่ยง (Rt)	-0.037	0.025	-0.065	-1.476	0.141
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R)					0.491
ประสิทธิภาพในการทำนาย (R^2)					0.242
ประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R^2)					0.238
ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย					0.438

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยสมการพยากรณ์สามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกต้องร้อยละ 24.20 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ว่าตัวแปรทั้งสองตัว คือ การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิจัยพบว่าเฉพาะการยอมรับเทคโนโลยีเท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ทัศนคติของผู้ใช้ระบบ และความตั้งใจในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของเสาวลักษณ์ พูลทรัพย์ (2562: 50) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ ด้านความไว้วางใจระบบและด้านความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ

ชำระเงินสมทบกองทุนประกันสังคมผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิดา แยมกสิบบัว (2565: 28) ที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความไว้วางใจในการใช้งาน Lazada คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การยอมรับเทคโนโลยีด้านการใช้งานง่ายเมื่อผู้ใช้รู้สึกว่าการใช้งานที่ง่ายก็จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไว้วางใจในแอปพลิเคชันมากขึ้น

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อจะได้ตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีในภาพรวมทั้งด้านการลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นมูลค่ามหาศาล ยกกระดับคุณภาพชีวิตและทำให้ประเทศก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้ในการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยสร้างทัศนคติของผู้ใช้ระบบให้รับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายเพื่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว มากกว่าการชำระเงินด้วยเงินสด

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยตัวแปรอิสระอื่นเพิ่มเติม เช่น ความไว้วางใจ และพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นต้น เพื่อให้สามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกต้องแม่นยำเพิ่มขึ้น และทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเชิงลึก เพื่อให้ได้ผลการวิจัยอย่างละเอียดในทุกมิติ

เอกสารอ้างอิง (Research)

- ชลธิดา แยมกสิบบัว. (2565). อิทธิพลการยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) Lazada. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). รายงานระบบการชำระเงิน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/AnnualReport/Payment_2021_TH.pdf. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2565.
- ธ สุนทรายุทธ. (2550). การบริหารความเสี่ยงทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: เนติกุลการพิมพ์.
- ภิญญา กลิ่นทองคำ. (2561). การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิจิตรา จำลองราษฎร์. (2561). การวิจัยธุรกิจทางการเงินและการบัญชี. กรุงเทพฯ: ท็อป.

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565ก). **บทบาทภาครัฐในการสนับสนุน e-Commerce**. Electronic Transactions Development Agency [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Government-Support-of-e-Commerce.aspx>. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2565
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565ข). **e-Payment การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [https://www.etda.or.th/th/Our-Service/Standard-\(1\)/Certifications/Example-1/content-certification-service-register.aspx](https://www.etda.or.th/th/Our-Service/Standard-(1)/Certifications/Example-1/content-certification-service-register.aspx). สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2565
- สุภาภรณ์ สุวรรณรัตน์. (2562). ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร. **การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ**. 2 สิงหาคม 2562. 1778-1788. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- เสาวลักษณ์ พูลทรัพย์. (2562). **การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินสบบทกองทุนประกันสังคม ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment) ของสำนักงานประกันสังคม**. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Cochran, W.G. (1997). **Sampling techniques (3^d ed)**. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS Quarterly**. 13(3): 319-340.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. & Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. **Management Science**. 35(8): 982-1003.
- Demirdogen, O, Yaprakli, S, Yilmaz, M.K, & Husain, J. (2010). Customer risk perceptions of internet banking – A study in turkey. **The Journal of Applied Business Research**. 26: 57-65.
- Kotler, P., Keller, K.L. & Chernev, A. (2022). **Marketing management (16th ed.)**. London: Pearson Education.
- Likert, R. et al. (1957). **Some applications of behavioral research**. Paris: UNESCO.