



มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะศิลปศาสตร์

เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการ PROCEEDINGS

การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ประจำปี
2561

The 2nd National Conference on Humanities and Social Sciences:
Learning Diversity for Quality of Life

เรื่อง
“การเรียนรู้ที่หลากหลาย
เพื่อคุณภาพชีวิต”



9 กรกฎาคม 2561

อาคารสิริวิทยา คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล

มีนุชทองแพ่ง



คำสั่ง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ที่ 164/2561

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความยอดเยี่ยมและบทความวิจัย
สำหรับการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต”
(Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เพื่อให้การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อ
คุณภาพชีวิต” (Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินไปอย่าง
เรียบร้อย ในกรณีนี้ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความยอดเยี่ยมและบทความวิจัย ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

- 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสถาพร
- 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิถี
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เรืองพิทยา
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประฤดา จันทร์ส่อง
- 1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิชา นิตสกุลวุฒิ
- 1.6 อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทร์อยู่
- 1.7 อาจารย์ ดร.เชมฤทัย บุญวรรณ
- 1.8 อาจารย์ ดร.พิมพ์นิต คอนดี
- 1.9 อาจารย์ ดร.เกรียงไกร ฮ่องเฮงเส็ง
- 1.10 อาจารย์ ดร.ยุวดี ธีรธราดล
- 1.11 อาจารย์ ดร.วิภาพรรณ นามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ญาณัชพิมพ์ ภาสวรรณเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเลิศศักดิ์
- 1.14 อาจารย์ ดร.สมบูรณ์ พจน์ประสาท
- 1.15 อาจารย์ ดร.กรศิริ บุญประกอบ
- 1.16 อาจารย์ ดร.ไพศาล สุขใจรุ่งพัฒนา
- 1.17 อาจารย์ ดร.อัญชลี ภูษะกา
- 1.18 อาจารย์เก๋ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตนกุล
- 1.20 อาจารย์ธันท์ ปรียานนท์

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
- 1.22 อาจารย์สิรินิธิ์ ชนวงษ์
- 1.23 อาจารย์ศศิษา วิชาศรัย
- 1.24 อาจารย์ธนวัฒน์ นุตยางกุล
- 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
- 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
- 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
- 1.28 อาจารย์ศศิพันธ์ุ ดิษฐานนท์
- 1.29 ดร.กิมพลีษฐ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบุญณ์ ศิริสรุทธิรัญ
 - 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงษ์
 - 2.3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักชาติเจริญ
 - 2.4 อาจารย์ ดร.บุญวดี มนตรีกุล ณ อยุธยา
3. สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 3.1 อาจารย์ ดร.ดวงหทัย บุรณเจริญกิจ
 - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธ์ ปิณฑวนิช
4. มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
 - 4.1 อาจารย์ ดร.อนัญญา วรรณสุต
5. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา คุณธรรมดี
6. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรวณิชศักดิ์
7. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 7.1 อาจารย์ ดร.สุภลักษณ์ ลวดลาย
8. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 8.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจศรา ประเสริฐสิน
9. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 9.1 อาจารย์ ดร.พลพันธ์ โคตรจรัส
10. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 10.1 อาจารย์ ดร.ธิตี ญาณปรีชาเศรษฐ
 - 10.2 อาจารย์ ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนันท์
11. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
 - 11.1 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

12. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 - 12.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภาพ
13. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี
 - 13.1 ดร.ปฐมพร อินทรางกูร ณ อยุธยา
14. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 - 14.1 อาจารย์ศุภินันท์กรัย ระวังวงศา
15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 - 15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีหน้าที่ประเมินบทความย่อและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมิน
แล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนายุส ธนธิติ)
คณบดีคณะศิลปศาสตร์

ผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและคุณลักษณะระบบการชำระค่าสินค้า
ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความตั้งใจในการใช้บริการ
The Effect of Personal Innovative and Mobile Payment System Characteristics
the Intention to Use

อรธิตา อินทนาคม¹ และธาดาธิเบศร์ ภูทอง²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและคุณลักษณะระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โดยการนำทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของการใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เคลื่อนที่ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านความมีนวัตกรรมส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ ความสามารถในการเข้าถึงความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และความสะดวกสบายในการใช้งาน ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 160 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบเอกสาร โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน รองลงมาคือ ความสามารถในการเข้าถึง และความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยปัจจัยด้านความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ และปัจจัยด้านความสะดวกสบายในการใช้งานยังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์เป็นสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานบริการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการใช้งานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

คำสำคัญ: ทัศนคติของบุคคล, ระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่, อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง, แอปพลิเคชัน

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ABSTRACT

The main purposes of this study are to investigate the effect of personal innovative and mobile payment system characteristics the intention to use. Based on Technology Acceptance Model (TAM). Which includes the innovativeness, m-payment knowledge, mobility, reachability, compatibility, convenience, perceived usefulness and perceived ease of use. The sample used in this research is a group of people who used mobile payment services 160 samples. An online and paper questionnaire survey was administrated by convenience sampling and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the simple regression analysis and multiple regression analysis.

Results showed that the factors that most significant positive impact on the m-payment knowledge factor are convenience factor, reachability factor and compatibility factor ($p < 0.05$). And the factors that most significant positive impact on the perceived usefulness are mobility factor and perceived ease of use factor ($p < 0.05$), respectively. And the perceived ease of use factor has significant positive impact on the perceived usefulness factor. Moreover, the factors that most significant positive impact on the intention to use mobile payment factor are perceived usefulness factor and perceived ease of use factor ($p < 0.05$), respectively.

Keywords: personal innovative, mobile payment system, internet banking, application

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกแห่งเทคโนโลยีอย่างเช่นในปัจจุบันนี้ผู้คนจำนวนมากนิยมทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่าธุรกรรมออนไลน์ เพราะมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และสามารถทำรายการได้ทุกที่ทุกเวลา ตามความต้องการของผู้ใช้งาน เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ต่างๆ และสัญญาณอินเทอร์เน็ต หนึ่งในธุรกรรมที่สำคัญที่มีการทำผ่านระบบออนไลน์ ก็คือชำระค่าสินค้าต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ จึงทำให้เกิดการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านออนไลน์ขึ้นมามากมาย อาทิ Mobile wallets (e-Wallet) หรือบริการกระเป๋าเงินออนไลน์ ที่รองรับมูลค่าของเงินในรูปแบบดิจิทัล ทำให้ไม่ต้องพกเงินสดหรือบัตรเครดิต เงินในกระเป๋าเงินออนไลน์อาจมาจากการเติมเงิน การผูกกับบัตรเครดิต หรือบัญชีเงินฝากธนาคาร ระบบชำระค่าสินค้าบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ซึ่งมีบทบาทในการทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการแก่ผู้ใช้งาน สมาชิกได้ใช้บริการในการชำระเงิน ตรวจสอบเงินในบัญชี เติมเงินโทรศัพท์ ตรวจสอบเงินเข้าออกบัญชี และจ่ายบิลต่างๆ ธนาคารให้โดยนำเสนอสิทธิพิเศษ ซึ่งสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคใหม่ที่นิยมซื้อสินค้าออนไลน์และโอนเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ด้วยตนเอง ผ่านตัวกลางที่มีบทบาทสำคัญมากในธุรกิจออนไลน์ยุคใหม่ เพราะไม่เพียงช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า สมาชิกของทางเว็บไซต์ ให้สามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายแล้ว ที่สำคัญยังช่วยกระตุ้นตลาดการค้าออนไลน์ในประเทศไทยให้เกิดการจับจ่ายเม็ดเงินออกมา สร้างฐานลูกค้าและขยายตลาดใหม่ๆ ได้ทั่วโลก

จากประโยชน์ของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพราะทุกวันนี้เว็บไซต์บริการชำระเงินออนไลน์เปรียบเสมือนเป็นธนาคารในโทรศัพท์ ที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

ผู้คนนิยมใช้บริการออนไลน์มากขึ้น ปัจจุบันนี้ ทั่วโลกมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Mobile Banking 1.2 พันล้านคน โดยเกาหลีใต้ มีสัดส่วนผู้ใช้ Mobile Banking ต่อประชากรเป็นอันดับหนึ่ง สำหรับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 12 โดยมีผู้ใช้ Mobile Banking 24% ของจำนวนประชากร เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนใช้ระบบ ‘พร้อมเพย์’ มากขึ้น โดยไม่ให้เกิดค่าธรรมเนียมจากการโอนเงินด้วยพร้อมเพย์ที่ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อครั้ง แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินจะนำไปสู่สังคมไร้เงินสดมากขึ้น เพราะบริบทกำลังเอื้อให้ธุรกรรมการเงินสามารถทำผ่านระบบการชำระเงินแบบดิจิทัล (Digital Payment) มากขึ้น ส่งผลให้การชำระเงินเป็นระบบเสมือนจริง (Virtualization) หรือระบบชำระเงินแบบไร้รอยต่อ (seamless payment) คือ สามารถใช้จ่ายได้โดยไม่ต้องพกเงินสด กระเป๋าตังค์ หรือแม้แต่บัตรเครดิต (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ , 2561)

จากที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นเห็นได้ว่าการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นโดยทั้งธนาคารขนาดเล็กและใหญ่ ที่พยายามดึงดูดลูกค้าด้วยการพัฒนาการให้บริการผ่านทางเว็บไซต์ กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามาใช้โดยมีนวัตกรรมสำคัญที่ช่วยให้เกิดระบบชำระเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผ่านแอปพลิเคชันการชำระเงินต่างๆ บนโทรศัพท์มือถือ เช่น Apple Pay, Samsung Pay, Android Pay, Line Pay ฯลฯ การชำระเงินโดยสแกน QR code (QR Payment) รวมถึง ระบบ Promptpay ที่นำบัตรประชาชน และหมายเลขโทรศัพท์มือถือ มาผูกกับบัญชีเงินฝากธนาคาร และโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้โดยไม่ต้องจำเลขบัญชีธนาคารบริการของเว็บไซต์ตนเองให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดการซื้อซ้ำ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจในการศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารในการโอนเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการบริการด้านการเงินต่างๆ ผ่านทางแอปพลิเคชันให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานและความต้องการของผู้ใช้งานให้มากที่สุด

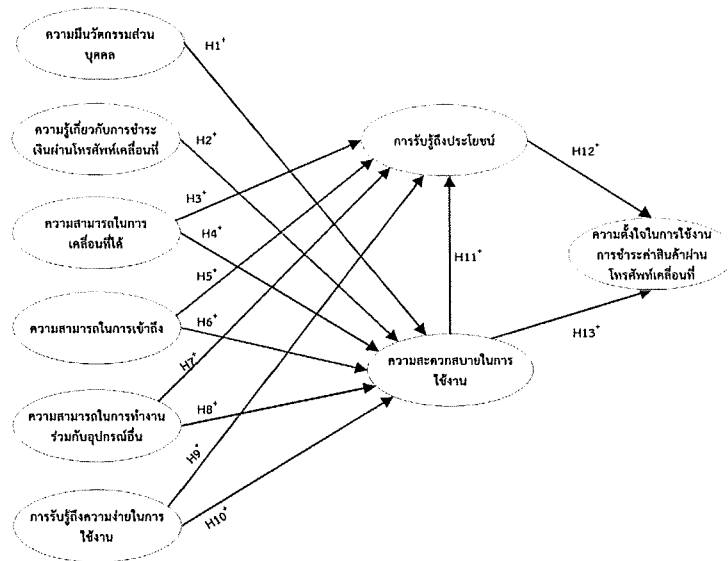
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความมีนวัตกรรมส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสามารถในการเคลื่อนที่ ความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความสามารถในการเคลื่อนที่ ความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความสะดวกสบายในการใช้งานที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านความสะดวกสบาย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมุติฐานงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและคุณลักษณะระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง คือ ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาทำการศึกษา

ร่วมกันในบริบทผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและคุณลักษณะระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความตั้งใจในการใช้บริการซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ ความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความมีนวัตกรรมส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสะดวกสบายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ ความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	ความมีนวัตกรรมส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน
H2	ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน
H3	ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์
H4	ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน
H5	ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์
H6	ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน
H7	ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์
H8	ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน

สมมุติฐาน	รายละเอียด
H9	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์
H10	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน
H11	ความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์
H12	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
H13	ความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประสบการณ์ในการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version3) Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, (2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 160 คน ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นเอกสารและแบบออนไลน์ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ที่มีเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และเอกสาร เป็น โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและคุณลักษณะระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความตั้งใจในการใช้บริการ ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ คือ มาตรวัด 5 ระดับ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G* Power (Version3) Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, (2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับ 160 คน และใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้บริการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้แบบสอบถามเอกสารและออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นดำเนินการแจกแบบสอบถามเอกสาร และส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก เป็นต้น โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 40 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

งานวิจัยนี้หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จะทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct
3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม 1 ตัวซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหาด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค พบว่าทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.6 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่า Factor loading ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 9 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ ความสามารถในการเข้าถึง

ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความมีวินัยกรรมส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสะดวกสบายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ ความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้	0.730
ความสามารถในการเข้าถึง	0.644
ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น	0.690
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	0.681
ความมีวินัยกรรมส่วนบุคคล	0.698
ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	0.656
ความสะดวกสบายในการใช้งาน	0.794
การรับรู้ถึงประโยชน์	0.711
ความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	0.803

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็นร้อยละ 54.1 ส่วนใหญ่อยู่ช่วงอายุตั้งแต่

21-25 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 32.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.7 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนในช่วง 30,001 - 40,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 28.2 ความถี่ในการใช้บริการระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่อยู่ที่ 4 - 10 ครั้ง ในรอบ 1 เดือน ที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 34 และโดยภาพรวมแล้วมีประสบการณ์ในการใช้บริการระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มาแล้ว 1-2 ปีคิดเป็นร้อยละ 37.8

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 2 สมมติฐานที่ 3 สมมติฐานที่ 6 สมมติฐานที่ 8 สมมติฐานที่ 9 สมมติฐานที่ 11 สมมติฐานที่ 12 และสมมติฐานที่ 13 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ส่วนเป็น 0 คือ ค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 9 สมมติฐาน

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. ความมีวินัยกรรมส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน	0.055	0.107	0.880	0.358	2.791	0.000
2. ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน	0.000*	0.322	0.880	0.289	3.458	0.000
3. ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์	0.000*	0.255	0.780	0.425	2.352	0.000
4. ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน	0.121*	0.086	0.880	0.412	2.428	0.000
5. ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์	0.987	-0.001	0.780	0.372	2.686	0.000
6. ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน	0.008*	0.157	0.880	0.342	2.925	0.000
7. ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์	0.000*	0.133	0.780	0.383	2.612	0.000
8. ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน	0.000*	0.202	0.880	0.367	2.727	0.000
9. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์	0.000*	0.481	0.780	0.375	2.670	0.000

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
10. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน	0.087	0.107	0.880	0.300	3.337	0.000
11.ความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์	0.000*	0.743	0.740	1.000	1.000	0.000
12.การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	0.000*	0.517	0.868	0.456	2.195	0.000
13.ความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	0.000*	0.463	0.868	0.456	2.195	0.000

*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความมีนวัตกรรมส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งานเป็น 0.107 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งานเป็น 0.322 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lim (2007) ที่ชี้ให้เห็นว่าการค้าปลีกผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มี การเติบโตอย่างรวดเร็ว มีลักษณะเฉพาะของระบบและประเมินผลกระทบของแต่ละบุคคลในการรับรู้ทั้งสองได้ง่ายของการทำงานและการรับรู้ประโยชน์ของการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นหมวดหมู่กว้างๆ ซึ่งครอบคลุมอุปกรณ์ทั้งหมดโปรดักคอลและโครงสร้างพื้นฐานที่อนุญาตให้มีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับบุคคลหรือระบบอื่น ๆ ทุกที่ทุกเวลา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ เป็น 0.255 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับการงานวิจัย งานวิจัยของ Au & Kauffman, (2008); Ng-Kruelle, Swatman, Rebme, & Hampe, (2002); Ondrus & Pigneur, (2006) ที่ชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการเข้าถึงอุปกรณ์เคลื่อนที่ ช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึง ได้รับการติดต่อทุกที่ทุกเวลาและมีทางเลือกให้ผู้ใช้เลือกในการใช้งาน จำกัดการเข้าถึงได้เฉพาะตัวบุคคลและบางเวลาเท่านั้น

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่าความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งานเป็น 0.086 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่าความสามารถในการเข้าถึงไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์เป็น เป็น -0.01 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่าความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งานเป็น 0.157 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Perry, O'hara, Sellen, Brown, & Harper, (2001). ที่ชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการเข้าถึงอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้ทุกที่ทุกเวลาและให้ผู้ใช้สามารถเลือกการเข้าถึงได้เฉพาะบุคคลหรือจำกัดเวลา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 พบว่าความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์ เป็น 0.133 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 พบว่าความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งานเป็น 0.202 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Clarke, (2001). ที่ชี้ให้เห็นว่าความสะดวกสบายเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ที่สร้างเวลาและสถานที่ที่สะดวกสำหรับผู้ใช้งาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 พบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์เป็น 0.481 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

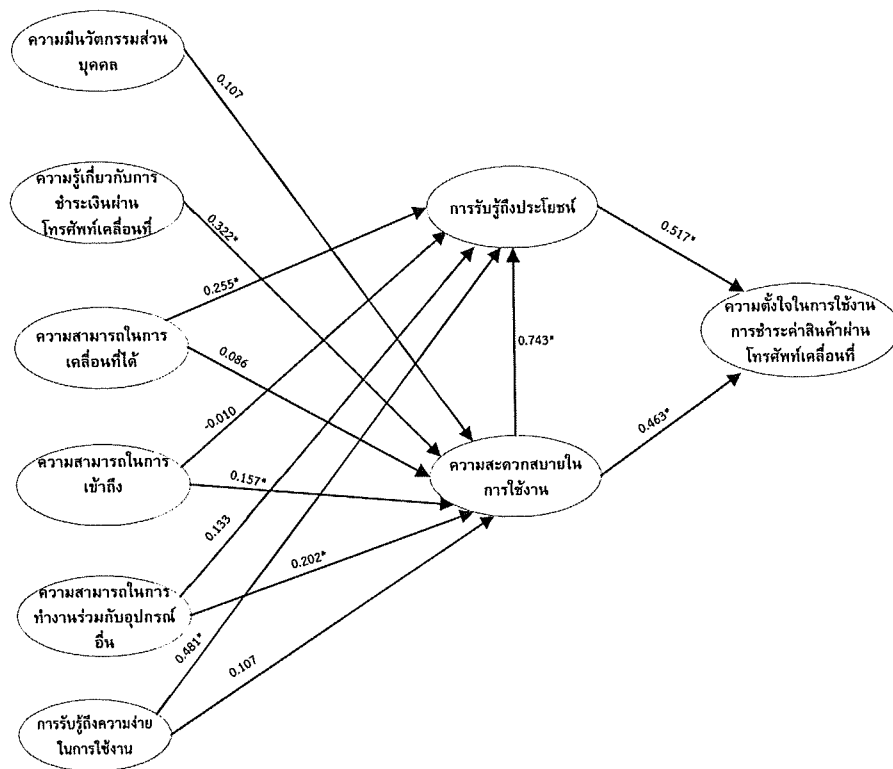
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 10 พบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งานเป็น 0.107 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 11 พบว่าความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์เป็น 0.743 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 12 พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน การชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็น 0.517 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hong & Zhu, (2006) ที่ชี้ให้เห็นว่าในกรณีนี้เราได้แยกแยะผู้ใช้การชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ออกเป็นสองประเภทคือผู้ริเริ่มนำเข้าและผู้ใช้งานช่วงปลายปีโดยพิจารณาจากช่วงเวลาและลักษณะพฤติกรรมในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ผู้ที่ใช้งานช่วงต้นจะกระตือรือร้นในข้อมูลที่ต้องการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับผลประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีใหม่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 13 พบว่าความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็น 0.463 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Davis et al, (1989). ที่ชี้ให้เห็นว่าประโยชน์ที่ได้รับความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศคือ Predicated to ในระดับมากเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของ นอกจากนี้ Au & Kauffman, (2008); Mallat, (2007); Ondrus & Pigneur, (2006) ยังชี้ให้เห็นว่ามีหลักฐานเชิงประจักษ์จำนวนหนึ่งในวรรณคดีเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่เกี่ยวกับความตั้งใจของผู้ใช้ เทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและคุณลักษณะระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความตั้งใจในการใช้บริการ

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ พบว่าตัวแปรอิสระ ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความสามารถในการเข้าถึง และ ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น ไม่ส่งต่อการรับรู้ถึงประโยชน์

เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความสะดวกสบายในการใช้งาน พบว่าตัวแปรอิสระ ความมีนวัตกรรมส่วนบุคคล ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสามารถในการเข้าถึง และ ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่น ส่งผลในเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่ส่งผลต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่าตัวแปรอิสระ การรับรู้ถึงประโยชน์ และความสะดวกสบายในการใช้งาน ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน การชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	ความมีวินัยกรรมส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความ สะดวกสบายในการใช้งาน	ไม่ยืนยัน
H2	ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิง บวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน	ยืนยัน
H3	ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H4	ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความ สะดวกสบายในการใช้งาน	ไม่ยืนยัน
H5	ความสามารถในการเคลื่อนที่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความ สะดวกสบายในการใช้งาน	ไม่ยืนยัน
H6	ความสามารถในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบาย ในการใช้งาน	ยืนยัน
H7	ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อ ความการรับรู้ถึงประโยชน์	ไม่ยืนยัน
H8	ความสามารถในการทำงานร่วมกับอุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อ ความสะดวกสบายในการใช้งาน	ยืนยัน
H9	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการ รับรู้ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H10	การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความ สะดวกสบายในการใช้งาน	ไม่ยืนยัน
H11	ความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ ถึงประโยชน์	ยืนยัน
H12	การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน การชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ยืนยัน
H13	ความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใน การใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ยืนยัน

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของทัศนคติและความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและคุณลักษณะระบบการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G * Power (Version 3) Faul, Erdfelder, Lang and Buchner, (2007) และสร้างแบบสอบถามออนไลน์

และกระดาษในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการวาง URL ของแบบสอบถามไว้บนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊กของผู้วิจัย และกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 209 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมี การประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) การวิเคราะห์ ปัจจัย (Factor Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไป พยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอย พหุคูณ (Multiple regression)

ผลที่ได้รับจากงานวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสามารถในการเข้าถึง และ ความสามารถในการทำงานร่วมกับ อุปกรณ์อื่นเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสะดวกสบายในการใช้งาน จะ ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกสะดวกสบายในการโอนเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีประโยชน์ต่อตัวเอง จนนำไปสู่การซื้อขายและ ให้บริการการต่างๆในที่สุดต่อมาพบว่าการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการเคลื่อนที่ได้และ การรับรู้ถึงความง่ายใน การใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาและ รวดเร็วต่อการใช้งานประหยัดเวลามากยิ่งขึ้น ต่อมาพบว่าการรับรู้ถึงความสะดวกสบายในการใช้งานเป็นปัจจัยที่ ส่งผลเชิงบวกต่อความการรับรู้ถึงประโยชน์ แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ใช้งานรับรู้ถึงความสะดวกสบายของการใช้งาน ส่งผลให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์ใช้บริการแล้วเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับตามมาก็จะส่งผลให้เกิดระดับความพึงพอใจใน การใช้บริการที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และการที่ระบบงานมีสะดวกสบาย คือ สามารถตอบสนองและการประมวลผล รายการที่รวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการใช้งานและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้การที่คุณภาพของ สารสนเทศที่ได้รับมีความถูกต้อง แม่นยำ และทันสมัย ต่อมาพบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความสะดวกสบายในการ ใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งให้เห็นว่าการ รับรู้ถึงความสะดวกสบายของทำธุรกรรมทางการเงินส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการต่างๆทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ได้สะดวกสบายมากขึ้น และทำให้ผู้ใช้บริการที่รับรู้ถึงประโยชน์ของการชำระค่าสินค้าผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ สร้างความตั้งใจในการซื้อของผู้ใช้บริการ และการที่ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อเทคโนโลยี การบริการทางการเงินด้วยตนเองบนอินเทอร์เน็ตจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อที่จะใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความ ตั้งใจใช้บริการการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสามารถนำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) มาเป็นกรอบทางการศึกษาและสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัย สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยัง ไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธนาคาร

ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นในการใช้แอปพลิเคชันเป็นเครื่องมือในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถช่วยสร้างโอกาสในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน คุณภาพของระบบงาน และสารสนเทศที่ทางผู้ประกอบการนำเสนอ โดยการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้ามาใช้โดยมีนวัตกรรมสำคัญที่ช่วยให้เกิดระบบชำระเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ผ่านแอปพลิเคชันการชำระเงินต่างๆ บนโทรศัพท์มือถือ เช่น Apple Pay, Samsung Pay, Android Pay, Line Pay ฯลฯ การชำระเงินโดยสแกน QR code (QR Payment) รวมถึง ระบบ Promptpay ที่นำบัตรประชาชน และหมายเลขโทรศัพท์มือถือ มาผูกกับบัญชีเงินฝากธนาคาร และโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้ โดยไม่ต้องจำเลขบัญชีธนาคารบริการของเว็บไซต์ตนเองให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดการซื้อซ้ำ

2. ผู้พัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันตัวแทนของธนาคาร

ในด้านปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนั้น นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน โดยการออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน สามารถเข้าใจได้โดยง่าย และใช้งานได้สะดวก ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้แอปพลิเคชันนี้มีประโยชน์ต่อตัวเอง และอยากกลับมาใช้งานต่ออีกครั้ง หรือกลับมาใช้ซ้ำอีกในอนาคต จนนำไปสู่การซื้อบริการต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันในที่สุด

ในด้านของคุณภาพของสารสนเทศที่นำเสนอ นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชันต้องให้ความสำคัญกับการปรับปรุงข้อมูลให้มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ผู้ใช้งานจะได้รับข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลและใช้งานได้อย่างง่าย อีกทั้งการที่แอปพลิเคชันมีข้อมูล สารสนเทศที่ครบถ้วน ถูกต้อง และเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้งาน ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจได้จริง ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจในแอปพลิเคชัน ซึ่งส่งผลต่อไปถึงการซื้อบริการต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชันในที่สุด

และในด้านคุณภาพของระบบงาน นักพัฒนาและออกแบบเว็บไซต์ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างระบบงานที่มีคุณภาพและเข้าถึงได้ง่ายใช้งานได้จริง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานทั้งได้อย่างรวดเร็วและปลอดภัย ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจที่สูงขึ้นตามมา แต่ถ้าหากแอปพลิเคชันมีการตอบสนองที่ช้า ใช้งานยากซับซ้อน หรือการเข้าถึงข้อมูลได้ยาก การดาวน์โหลดทำได้ช้า ผู้ใช้งานอาจจะเกิดความรำคาญและไปใช้บริการของเจ้าอื่นหรือคู่แข่งได้ ดังนั้นคุณภาพของระบบงานจึงเป็นสิ่งที่นักพัฒนาและออกแบบแอปพลิเคชัน ต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาในการให้บริการแก่ผู้ใช้งาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการต่อยอดการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างให้กว้างขึ้น และมองถึงความแตกต่างของความคิดของผู้ใช้บริการการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
2. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เกี่ยวกับหลักการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ของธนาคารในอนาคต
3. ศึกษาถึงความปลอดภัยของการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และอุปกรณ์อื่นๆ
4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในการบริการของการชำระค่าสินค้าผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์.(2561). *กรุงเทพธุรกิจ*. เข้าถึงเมื่อ17เมษายน2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/644310>
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท. หรือแบงก์ชาติ). (2561). เข้าถึงเมื่อ 16 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/payment/Pages/mobile-payment.aspx>
- Au, Y. A., & Kauffman, R. J. (2008). *The economics of mobile payments: Understanding stakeholder issues for an emerging financial technology application*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7, 141–164.
- Clarke, I. (2001). *Emerging value propositions for M-commerce*. *Journal of Business Strategies*, 18(2), 133–149
- Faul, Erdfelder, Lang and Buchner. (2007) . Statistical power analyses using G* Power 3. 1. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/19897823>
- Hair, R. Anderson, R. Tatham, W. Black, *Multivariate Data Analysis*, 5th edn. (Prentice HallInternational, London, 1998)
- Hong, W., & Zhu, K. (2006). *Migrating to internet-based e-Commerce. Factors affecting e-Commerce adoption and migration at the firm level*. *Information and Management*, 43, 204–221.
- Lim, A. S. (2007). *Inter-consortia battles in mobile payments standardization*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2(2), 15–23.
- Ng-Kruelle, G., Swatman, P. A., Rebme, D. S., & Hampe, J. F. (2002). *The price of convenience. Privacy and mobile commerce*. *Quarterly Journal of Electronic Commerce*, 3(3), 273–285.
- Ondrus, J., & Pigneur, Y. (2006) . *Towards a holistic analysis of mobile payments: A multiple perspectives approach*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 5, 246–257.
- Perry, M., O'hara, K., Sellen, A., Brown, B., & Harper, R. (2001). *Dealing with mobility: Understanding access anytime, anywhere*. *ACM Transactions on Computer–Human Interaction*, 8(4), 323–347.