

อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ทในร้านสะดวกซื้อ

THE INFLUENCE OF SAFETY AND ACCEPTANCE OF
TECHNOLOGY ON THE DECISION TO USE TRUE MONEY
WALLET IN CONVENIENCE STORES

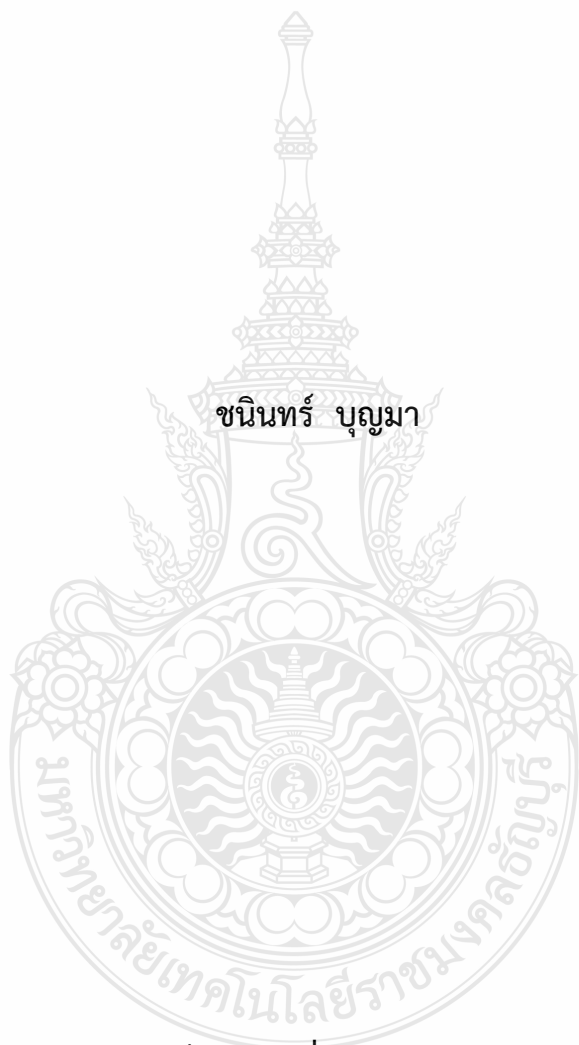
ชรินทร์ บุญมา



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการพัฒนาธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจใช้งานทรมันนี้วอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ

ชนินทร์ บุญมา



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการพัฒนาธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ปีการศึกษา 2566
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยี

ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

The Influence of Safety and Acceptance of Technology on
the Decision to Use True Money Wallet in Convenience Stores

ชื่อ - นามสกุล

นายชนินทร์ บุญมา

วิชาเอก

การพัฒนาธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์สุรรัตน์ อินทร์หม้อ, D.Tech.Sc.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์, Ph.D.

ปีการศึกษา

2566

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์วีระ บุญจริง, Ph.D.)

..... กรรมการ

(อาจารย์รุจิภาณุจน์ สานนท์, ประ.ด.)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุรรัตน์ อินทร์หม้อ, D.Tech.Sc.)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์, Ph.D.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์กล้าหาญ ณ น่าน, ประ.ด.)

วันที่ 5 เดือน เมษายน พ.ศ. 2567

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ชื่อ – นามสกุล

วิชาเอก

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ปีการศึกษา

อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยี

ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

นายชนินทร์ บุญมา

การพัฒนาธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการ

รองศาสตราจารย์สุรรัตน์ อินทร์หม้อ, D.Tech.Sc.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์, Ph.D.

2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ 2) ศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ และ 3) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ และด้านจำนวนเงินในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยด้านความปลอดภัย จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบยืนยันตัวตน ด้านปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี ด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ ส่งผลในด้านบวกต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี การตัดสินใจใช้งาน ทรูมันนี่วอลเล็ต

Independent Study Title	The Influence of Safety and Acceptance of Technology on the Decision to Use True Money Wallet in Convenience Stores
Name - Surname	Mr. Chanin Boonma
Major Subject	Business Development and Entrepreneurship
Independent Study Advisor	Associate Professor Sureerut Inmor, D.Tech.Sc.
Independent Study Co-Advisor	Assistant Professor Sukontip Wongpun, Ph.D.
Academic Year	2023

ABSTRACT

The purposes of the research were to 1) study personal factors that affect the decision to use True Money Wallet in convenience stores, 2) study safety factors that affect the decision to use True Money Wallet in convenience stores, and 3) study the technology acceptance factors that affect the decision to use True Money Wallet in convenience stores.

This research was quantitative. The samples consisted of 400 individuals aged over 18 years old who use a smartphone and an electronic wallet to pay at convenience stores in Pathum Thani Province. The researcher collected data by questionnaire. Data were subject to statistical analysis by frequency, percentage, mean, t-test, one-way ANOVA and the enter multiple linear regression method.

The research made the following findings. Firstly, personal factors regarding income and the amount of money used affect the decision to use True Money Wallet in different convenience stores. Secondly, there are four safety factors: the identity verification system, safety in transaction and audit trails, personal data protection, and expert team; all had a positive effect on the decision to use True Money Wallet in convenience stores that was statistically significant at the .05 level. Finally, the perceived usefulness and the perceived ease of use had a positive effect on the decision to use True Money Wallet in convenience stores that was statistically significant at the .05 level.

Keywords: safety factors, technology acceptance factors, decision to use, true money wallet

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุรรัตน์ อินทร์หม้อ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์ ที่เป็น อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ซึ่งให้คำแนะนำและช่วยปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างเอาใจใส่อย่างยิ่ง

ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ และขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง ทั้งนี้ขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม เพื่อทำให้งานวิจัยดำเนินไป อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยหวังว่าการค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่น้อย จึงขอมอบส่วนดี ทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคุณอาจารย์ ที่ได้ช่วยชี้แนะจนทำให้ผลงานวิจัยมีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามา ศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

ชนินทร์ บุญมา

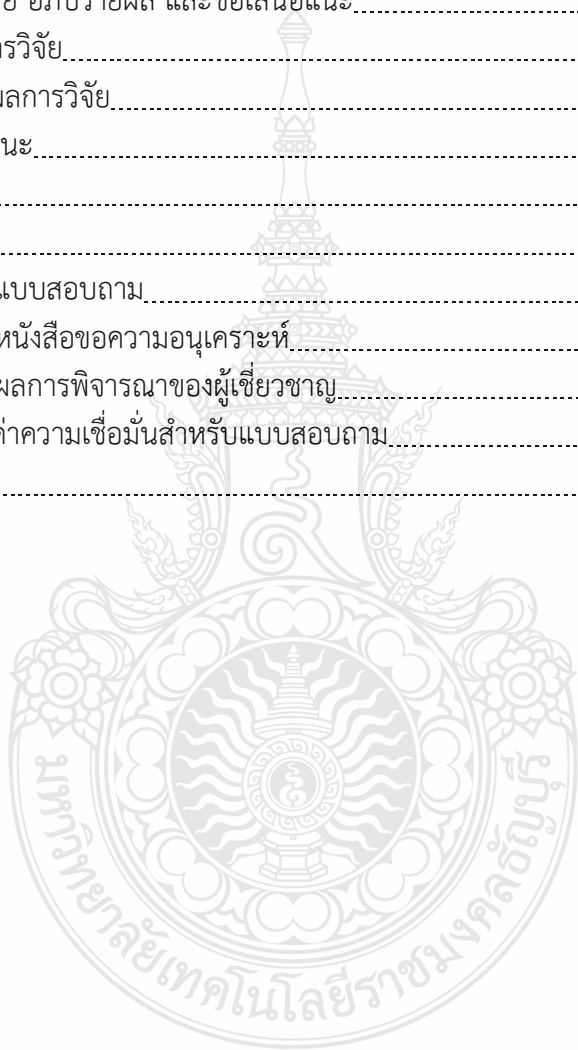


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	12
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	12
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	12
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	14
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	14
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	15
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	16
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีนิ่วอลเล่ท.....	18
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	20
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัย.....	23
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี.....	26
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ.....	27
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	34
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	35
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
4.2 ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	47
4.3 ผลการวิเคราะห์.....	48
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	74
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	74
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	76
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	79
บรรณานุกรม.....	81
ภาคผนวก.....	85
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	86
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	92
ภาคผนวก ค ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ.....	96
ภาคผนวก ง ค่าความเชื่อมั่นสำหรับแบบสอบถาม.....	100
ประวัติผู้เขียน.....	103



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม.....	36
ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	48
ตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ.....	48
ตารางที่ 4.3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ.....	49
ตารางที่ 4.4 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 4.5 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านรายได้ต่อเดือน.....	49
ตารางที่ 4.6 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านสถานภาพสมรส.....	50
ตารางที่ 4.7 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอาชีพ.....	50
ตารางที่ 4.8 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านความถี่การใช้งาน.....	50
ตารางที่ 4.9 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านจำนวนเงินที่ใช้.....	51
ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ.....	52
ตารางที่ 4.11 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ ด้านระบบยืนยันตัวตน.....	52
ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก.....	53
ตารางที่ 4.13 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ ด้านการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี.....	54
ตารางที่ 4.14 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ ด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล.....	55
ตารางที่ 4.15 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ ด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ.....	55
ตารางที่ 4.16 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ.....	56
ตารางที่ 4.17 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ ด้านการรับรู้ประโยชน์.....	57
ตารางที่ 4.18 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต ในร้านสะดวกซื้อ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน.....	57
ตารางที่ 4.19 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ.....	58
ตารางที่ 4.20 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการตระหนักถึงปัญหา.....	59
ตารางที่ 4.21 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูล.....	59
ตารางที่ 4.22 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก.....	60

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.23 การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ ด้านกระบวนการตัดสินใจ.....	61
ตารางที่ 4.24 การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ ด้านการประเมินหลังตัดสินใจ.....	61
ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจใช้งาน ทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน.....	62
ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการตัดสินใจใช้งาน ทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน.....	63
ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการตัดสินใจ ใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน.....	64
ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับ การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน.....	64
ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้งานทรมันนี วอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ.....	65
ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสกับการตัดสินใจ ใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ.....	66
ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการตัดสินใจใช้งาน ทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน.....	66
ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการใช้งานกับ การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน.....	67
ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งานกับ การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ.....	68
ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบรายคู่จำนวนเงินในการใช้งานกับการตัดสินใจใช้งาน ทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ.....	68
ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อ การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ.....	69
ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผล ต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ.....	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่ต่างกัน.....	73
ตารางที่ 4.38 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจ ใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ.....	73
ตารางที่ 4.39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อ การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ.....	73



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แนวโน้มส่วนแบ่งทางการตลาด.....	13
ภาพที่ 1.2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย.....	16
ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	28



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจที่ปัจจุบันได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อระบบเศรษฐกิจ สำหรับประเทศไทยภาครัฐได้มีแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ ภายใต้นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ที่กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand) ที่ต้องการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างสรรค์นวัตกรรมการผลิต และการบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2564)

จากนโยบายของภาครัฐที่ต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล ประกอบกับปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่สามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการเป็นสื่อกลางการใช้ชีวิตของประชาชน ในปัจจุบันรวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการอำนวยความสะดวกให้ใช้ชีวิตได้ง่ายขึ้น เช่นเดียวกับระบบการชำระเงินแบบดิจิทัลที่มีการนำมาใช้เพื่อลดการใช้เงินสด และการเพิ่มการใช้ e-payment จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างรวดเร็วขึ้น เช่น กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Wallet ซึ่งเป็นการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ประกอบกับการเกิดโรคระบาดโควิด 19 ทำให้มีมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมที่ผู้คนหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสดทำให้การชำระเงินแบบไร้การสัมผัส (Contactless Payment) ได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าการใช้บริการชำระเงินผ่านช่องทาง E-wallet ในอาเซียนจะมีมูลค่ามากถึง 1.14 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2568 และเพิ่มขึ้น 5 เท่าจากระดับปัจจุบันที่ 2.2 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2563)

กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Wallet คือ ระบบชำระค่าสินค้าที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือแทนที่กระเป๋าสตางค์จริง ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องพกเงินสดเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการอีกต่อไป นอกจากนี้กระเป๋าเงินออนไลน์ยังถือเป็นหนึ่งใน e-Payment หรือเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) อีกด้วย โดยในหลายประเทศที่นิยมใช้กระเป๋าเงินออนไลน์ส่วนหนึ่งมาจากความต้องการลดต้นทุนการใช้เงินสด ประกอบกับคนจำนวนมากไม่มีบัตรเดบิต และบัตรเครดิตสำหรับชำระค่าสินค้าหรือค่าบริการ ดังนั้นการเข้ามาของกระเป๋าเงินออนไลน์ จึงสามารถช่วยลดช่องว่างของการชำระเงินแบบเดิมจากการใช้เงินสดและบัตรต่าง ๆ เปลี่ยนเป็นการทำธุรกรรมชำระเงินผ่านเทคโนโลยีบนมือถือแทน (บุญยาพร จำนวนฤทธิ, 2561)

ซึ่งในปัจจุบันแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังเป็นที่นิยมคือ True Money Wallet เนื่องจากมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 50 ซึ่งในปัจจุบัน True Money Wallet สามารถใช้งานได้ครอบคลุมถึง 6 ประเทศในภูมิภาคอาเซียน ได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ (TNN, 2566ก) สำหรับประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในตลาดที่กำลังเติบโตอย่างมั่งคั่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีการคาดการณ์ถึงแนวโน้มส่วนแบ่งทางการตลาดดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แนวโน้มส่วนแบ่งทางการตลาด
ที่มา: TNN (2566ก)

จากข้อมูลแนวโน้มส่วนแบ่งทางการตลาดพบว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดของกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปัจจุบัน True Money ครอบครองส่วนแบ่งสูงถึงร้อยละ 52.6 และมีการคาดการณ์แนวโน้มในปี 2025 ว่าจะมีผู้ใช้ mobile wallet เพิ่มขึ้นเป็น 45.3 ล้านราย โดยมีมูลค่าการทำธุรกรรมเพิ่มขึ้น 36.7 พันล้านเหรียญสหรัฐตามลำดับ (TNN, 2566ก)

สำหรับประเทศไทยรูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์หรือสังคมไร้เงินสดได้รับความนิยมมากขึ้น จากการคาดการณ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ในปี 2568 การใช้เงินแบบ e-Wallet จะสามารถเติบโตถึง 3 เท่า โดยมีมูลค่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Wallet จาก 10.6 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็น 36.7 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ ผ่านการใช้โทรศัพท์มือถือสแกนซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์ อย่างไรก็ตามแม้ว่าภาครัฐและเอกชนจะให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนให้เกิดสังคมไร้เงินสด แต่ยังคงพบปัญหาในการใช้บริการระบบ e-wallet เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์ ประกอบกับยังขาดการ

ทำความเข้าใจและการสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน โดยระบบ e-wallet ผู้ให้บริการต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เป็นมาตรฐานสากล มีการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล มีการให้เข้ารหัสส่วนตัวก่อนเปิดกระเป๋าใช้งาน เพื่อป้องกันข้อมูลรั่วไหลจากแอปพลิเคชัน และป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลทางการเงิน (TNN, 2566)

จากที่กล่าวมาในข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตของผู้บริโภคในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีความครอบคลุมและตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันในธุรกิจกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
- 1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

1.3 สมมติฐานของการวิจัย

- 1.3.1 ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน
- 1.3.2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
- 1.3.3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรในการทำวิจัยครั้งนี้คือ บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 1,813,820 คน ข้อมูลจาก (กรมการปกครอง, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% หรือ ร้อยละ 0.05 (Taro Yamane, 1973,p.125) และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งระดับชั้นภูมิ (Stratified randomsampling)

1.4.2 ขอบเขตด้านสถานที่

การวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วยจำนวน 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองปทุมธานี อำเภอลองหลวง อำเภอธัญบุรี อำเภอหนองเสือ อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอลำลูกกา และอำเภอสามโคก

1.4.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การทำวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงเวลาตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2567

1.4.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2) ปัจจัยด้านความปลอดภัย
- 3) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1.5.1 สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) หมายถึง สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงการจับจ่ายใช้สอย ไม่ได้ใช้เงินสดอย่างธนบัตรหรือเหรียญมาใช้ในการแลกเปลี่ยนอีกต่อไป แต่เน้นไปในการใช้ระบบ Online Payment แทน

1.5.2 กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) หมายถึง ระบบการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสด โดยไม่เดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตัวเอง ซึ่งเป็นระบบที่มีความปลอดภัยสำหรับเงินหลากหลายสกุลเงิน

1.5.3 ทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet) หมายถึง กระเป๋าเงินออนไลน์ยุคใหม่ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า คู่ค้า และพนักงาน สามารถนำไปใช้จ่ายแทนเงินสดได้ทุกที่ ทุกเวลาของบริษัท ทรูมันนี่ จำกัด ปัจจุบันมีคู่ค้าที่ยอมรับการชำระผ่านทรูมันนี่วอลเล็ต อาทิเช่น 7-ELEVEN, B2S, CJ MORE, CP Fresh Mart, CP Fresh, CENTRAL PATTANA, และ DHL เป็นต้น

1.5.4 PromptPay (พร้อมเพย์) คือตัวเลือกใหม่ในการชำระเงินแบบ real-time โดยมีแนวโน้มว่าจะช่วยเพิ่มปริมาณการใช้ mobile wallet ในประเทศ เนื่องจากจะทำให้การเติมเงินในบัญชีรวดเร็วและง่ายขึ้นสำหรับผู้ใช้

1.5.5 ร้านสะดวกซื้อ คือร้านค้าที่มีการให้บริการทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet) ในการชำระเงินค่า และจัดจำหน่ายสินค้า จำเป็นในชีวิตประจำวัน รวมทั้งอาหารเครื่องดื่ม เป็นร้านค้าขนาดเล็ก โดยเน้นอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าทั้งด้านสถานที่และเวลา

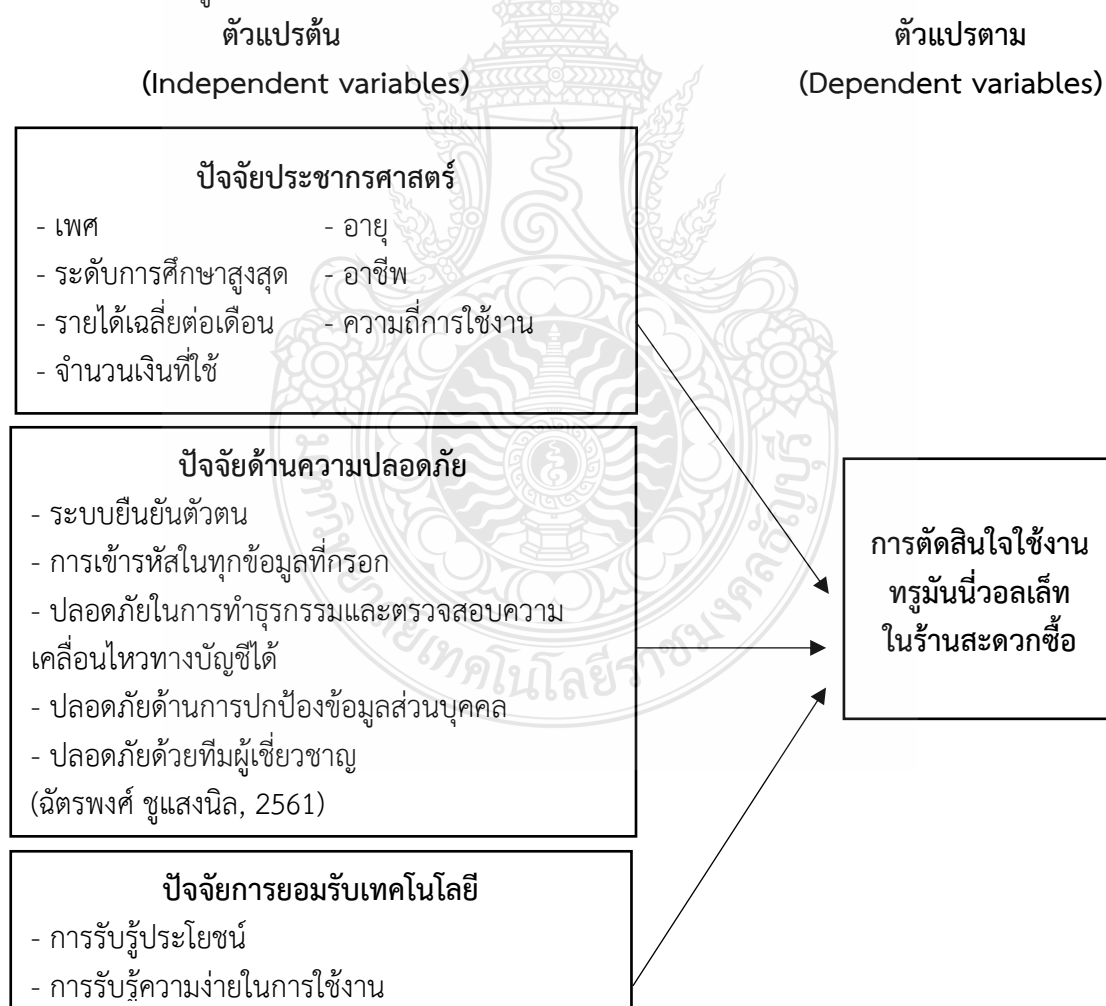
1.5.6 การยอมรับเทคโนโลยี คือ กระบวนการทำงานภายในจิตใจของแต่ละบุคคล โดยเริ่มจากการได้ยินในเรื่งนั้น ๆ จนยอมรับ และนำไปใช้ในที่ที่สุด ซึ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้

แนวคิดTAM ในการศึกษาอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้งานท
 รมัณนี้วอลเล็ทในร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วย 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ และ 2) การรับรู้ถึงความง่ายใน
 การใช้งาน

1.5.7 ความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยเป็นกลไกที่ใช้ในการปกป้องผู้ใช้จากความเสี่ยงของ
 การทุจริตและการสูญเสียทางการเงิน รวมถึงเป็นขั้นตอนการปฏิบัติของเทคโนโลยีเพื่อสร้างความมั่นใจ
 และความน่าเชื่อถือให้ผู้บริโภคในการใช้งานทรมัณนี้วอลเล็ทที่ร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน
 ได้แก่ 1) ระบบยืนยันตัวตน 1) การเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก 3) ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและ
 ตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ 4) ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และ 5) ปลอดภัย
 ด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและทำวิจัยเรื่อง
 อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมัณนี้วอลเล็ทใน
 ร้านสะดวกซื้อซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยแสดงในภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์ในการนำไปใช้

1. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาแอปพลิเคชันให้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความปลอดภัยให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน
2. ผู้ประกอบการได้รับแนวทางในการปรับกลยุทธ์และการทำการส่งเสริมการตลาดให้ผู้บริโภคใช้ทຽມນີ້วອລເລັກແທນการใช้เงินสดให้มากยิ่งขึ้น

1.7.2 ประโยชน์เชิงวิชาการ

1. นักวิชาการนักวิจัยและนักศึกษาสามารถนำเอาผลการวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดในการศึกษาครั้งต่อไปได้
2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นฐานข้อมูลในการออกนโยบายหรือมาตรการที่เกี่ยวข้องต่อไป



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับทรูมันนี่วอลเล็ต
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัย
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับทรูมันนี่วอลเล็ต

ทรูมันนี่ ได้เริ่มให้บริการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2556 จนถึงวันนี้วันที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทรูมันนี่ได้กลายเป็นบริษัทฟินเทคชั้นนำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นำเสนอนวัตกรรมในการชำระเงิน ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และบริการทางการเงินอันหลากหลายครอบคลุม 7 ประเทศในภูมิภาคฯ (ประเทศไทย กัมพูชา เมียนมาร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และมาเลเซีย) เพื่อช่วยปลดล็อกให้กับผู้คนหลายล้านชีวิตที่จะสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้อย่างสะดวกสบาย และเข้าถึงได้ในทุก ๆ วัน ทรูมันนี่ ให้บริการโดย Ascend Money Group โดยมีผู้ใช้บริการมากกว่า 50 ล้านรายในปี 2566 ผ่านแอปพลิเคชัน ทรูมันนี่ วอลเล็ต และเครือข่ายตัวแทน (ศูนย์ True Money) จำนวนกว่า 88,000 แห่งใน 7 ประเทศ ทรูมันนี่ได้นำองค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีจาก Ant Financial และกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ มาช่วยในการผลิต คิดค้น และพัฒนาเพื่อสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการเงินที่ทุกคนสามารถเข้าถึงการใช้งานได้ในทุกที่ ทุกเวลา และปลอดภัยทุกครั้ง ที่ใช้งาน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้ตั้งใจไว้ และสิ่งนี้จะนำไปสู่การพลิกโฉมวิถีการใช้ชีวิตแห่ง การใช้จ่าย หรือการทำธุรกรรมการค้า ทั้งของผู้บริโภค และองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ให้ก้าวล้ำไปสู่ความ สะดวกสบายในโลกแห่งดิจิทัลอย่างแท้จริง (TrueMoney, 2563)

จากตัวเลขของธนาคารแห่งประเทศไทย การใช้จ่ายผ่าน E-Money หรือที่เราเรียกว่า E-Wallet ของประเทศไทยเติบโตขึ้นทุกปีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยข้อมูลล่าสุดตั้งแต่มกราคมถึง กันยายนปีนี้ มูลค่าการเติมเงินและใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นถึงมากกว่า 40% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดย TrueMoney เชื่อว่าพฤติกรรมแบบ New Normal ณ ขณะนี้เป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น ต่อจากนี้แนวโน้มและทิศทางการเติบโตของ e-Wallet จะยังคงอยู่และก็จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ประเทศไทยเข้าใกล้การเป็น Cashless Society มากขึ้น ๆ ทุกปี ถ้าดูเฉพาะตัวเลขของ TrueMoney Wallet โดยเทียบจากยอด TPV หรือยอดการใช้จ่ายรวมบนแอปของปีนี้กับปีก่อนหน้า มีการเติบโต

มากกว่า 80% และผู้ใช้ก็เพิ่มขึ้นจาก 17 ล้าน เป็นมากกว่า 23 ล้าน ในระยะเวลาแค่ 1 ปี ซึ่งแนวโน้มก็เชื่อว่าเติบโตอย่างก้าวกระโดดต่อไปนับจากนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

TrueMoney เผยว่า ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ TrueMoney Wallet ประสบความสำเร็จและมีการเติบโตระดับ Hypergrowth ได้ทุกปีก็คือการเป็นองค์กรที่มีสปิริตการทำงานแบบ Never Give Up และยึดหลัก Customer First คือดูความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ถ้าต้องทำอะไรที่รู้ว่ายากแต่เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการและลูกค้าได้ประโยชน์ จะพยายามพัฒนาเทคโนโลยีและหาโซลูชันเพื่อให้ได้ ซึ่งเป็นการวัดผลความสำเร็จที่ตัวเลขผู้ใช้และความถี่ในการใช้ ไม่ใช่ที่รายได้ เป็นสิ่งที่สะท้อนจุดนี้ได้เป็นอย่างดี ในด้านการแข่งขันของตลาดก็ต้องยอมรับว่าวงการฟินเทคมีการแข่งขันสูง ใครไปข้างหน้าได้เร็วกว่าได้เปรียบ ดังนั้นการทำโปรดักต์และฟีเจอร์ใหม่ ๆ ออกมาให้เร็วที่สุด และคงรักษาประสิทธิภาพของแพลตฟอร์ม ซึ่ง TrueMoney Wallet มีอยู่แล้ว จึงเป็นสิ่งที่ทีมให้ความสำคัญและมุ่งมั่น เพราะผ่านช่วงการเติบโตของจำนวนผู้ใช้แบบก้าวกระโดด รวมทั้งการทำ Scale ระบบ เพื่อรองรับ Traffic ที่เพิ่มขึ้นแบบทวีคูณมาหลายรอบในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งความโดดเด่นของบริการทางการเงินบน TrueMoney Wallet คือสามารถเข้าถึงง่าย ใช้งานง่าย และช่วยให้ชีวิตง่ายขึ้น ยกตัวอย่างการเปิดบัญชีซื้อขายกองทุนที่ช่วยให้มือใหม่สามารถเรียนรู้และเข้าถึงนับพันกองทุนได้ ไม่จำกัดค่า มีเงินไม่เยอะก็เริ่มลงทุนได้ หรือการเปิดบัญชีเงินฝากเพื่อเก็บเงินที่ยังไม่เต็มเข้าวอลเล็ตให้ได้ดอกเบี้ยก็ทำได้ง่าย ๆ ผ่านแอป (TrueMoney Wallet, 2564)

ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยในเดือนกันยายน 2565 เปิดเผยว่ามีการใช้จ่ายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์หรือ e-Payment เพิ่มขึ้นเฉลี่ยที่ 400 รายการต่อคนต่อปี เมื่อเทียบกับปี 2564 ที่ผ่านมา ซึ่งอยู่ที่ 312 รายการต่อคนต่อปี โดยช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ Internet & Mobile Banking ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้งานกว่า 133 ล้านบัญชีและมีปริมาณธุรกรรม 2,139 ล้านรายการ เพิ่มขึ้น 48.6% จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยธุรกรรมที่เติบโตสูงสุดคือบริการชำระเงินผ่าน "กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet)" ซึ่งเป็นการชำระเงินของคนรุ่นใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ชอบความสะดวกและรวดเร็ว ทำธุรกรรมได้แบบเรียลไทม์บนมือถือ โดยมีจำนวนผู้ใช้งานถึง 122.6 ล้านบัญชีและปริมาณธุรกรรม 302 ล้านรายการต่อเดือน เพิ่มขึ้น 38.5% จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ e-Wallet เป็นธุรกรรมที่มีอัตราเติบโต แต่การปิดตัวของแพลตฟอร์ม e-Wallet อย่าง "ดอลฟิน วอลเล็ต (Dolfin Wallet)" ของเครือเซ็นทรัลฯ ยิ่งทำให้น่าสนใจว่าผู้เล่นที่ยังคงอยู่ในสนาม e-Wallet เมืองไทยเป็นใครบ้าง และมีจุดเด่นในการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้แพลตฟอร์ม E-Wallet ได้อย่างไร ซึ่งต้องยอมรับว่าการชำระเงินดิจิทัลและการโอนเงินโดยตรงจากแอปพลิเคชันธนาคารต่างๆ ใช้งานง่ายและสะดวกสบายมากกว่าในทางที่ผู้ใช้คาดหวัง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

แพลตฟอร์ม E-Wallet ที่ครองตลาดไทยในปัจจุบัน ได้แก่ "TrueMoney Wallet" ซึ่งเป็นสตาร์ทอัพ Fintech ระดับยูนิคอร์นโดย Ascend Money ซึ่งก่อตั้งโดย ศุภชัย เจียรวนนท์ ตั้งแต่ปี 2558 โดยเริ่มต้นจากการเติมเงินในเกม ในปัจจุบันนี้มีการให้บริการที่หลากหลาย โดยครอบคลุม 6 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ไทย เมียนมา กัมพูชา อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม มีผู้ใช้มากกว่า 50 ล้านคนทั่วภูมิภาค และสำหรับประเทศไทยมีฐานลูกค้ามากกว่า 27 ล้านคน

แนวโน้มเด่นคือความสามารถในการชำระเงินโดยเฉพาะสำหรับสินค้าและบริการในเครือซีพี เช่น เซเว่น อีเลฟเว่นที่มีกว่า 13,000 สาขาทั่วประเทศ ในปัจจุบัน แพลตฟอร์มนี้มีจูดรับชำระเงินมากกว่า 7 ล้านจุด ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย และสามารถใช้ในการชำระเงินในร้านค้าออนไลน์กว่า 1.3 ล้านร้านค้าทั่วโลกได้อย่างสะดวกและทันสมัยที่สุด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

ปัจจุบันกลุ่มผู้เล่นในธุรกิจบริการชำระเงินออนไลน์แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ 1) กลุ่มธนาคารที่ให้บริการ Internet Banking หรือ Mobile Banking ซึ่งมีบทบาทสำคัญในธุรกิจการเงินออนไลน์และ 2) ผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) ที่เป็นผู้ให้บริการ E-Wallet โดยข้อมูลสถิติจากธนาคารแห่งประเทศไทยแสดงให้เห็นว่าการชำระเงินออนไลน์ผ่านช่องทาง Online Payment มีการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในไทย ซึ่งมีส่วนร้อยละ 92.4 ของปริมาณการชำระเงินทั้งหมด (ม.ค. – ก.ย. 2565) ในขณะที่ปริมาณการถอนเงินสดลดลง โดยในปี 2564 มีปริมาณการถอนเงินอยู่ที่ 2,211.9 ล้านรายการ ลดลงราว ร้อยละ 9.3 จากปี 2563 ซึ่งแนวโน้มการชำระเงินออนไลน์ของผู้บริโภคไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การสนับสนุนจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่คล้อยตามกับการชำระเงินออนไลน์ โดยเฉพาะการสแกน QR Code ผ่านแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการ เช่น Mobile Banking และ e-Wallet ซึ่งช่วงนี้มีการขยายวงกว้างของกลุ่มผู้ใช้งาน รวมถึงผู้สูงอายุที่อาจยังไม่คุ้นชินมาก่อน การขยายขอบเขตการให้บริการชำระเงินในสินค้าและบริการที่หลากหลายและครอบคลุมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงการทำโปรโมชั่นของกลุ่มผู้ให้บริการ e-Wallet อย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนจากภาครัฐผ่านนโยบายการพัฒนาระบบชำระเงิน ภายใต้ภูมิทัศน์ใหม่ภาคการเงินของ ธปท. ที่จะส่งผลให้ลดการใช้เงินสดและใช้เช็คกระดาษลงอย่างมีนัยยะ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565)

สรุปได้ว่าทรูมันนี่วอลเล็ท (TrueMoney Wallet) คือ กระเป๋าเงินออนไลน์ยุคใหม่ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า คู่ค้า และพนักงาน สามารถนำไปใช้จ่ายแทนเงินสดได้ทุกที่ ทุกเวลาของบริษัท ทรู มันนี่จำกัด ซึ่งผู้วิจัยใช้ทรูมันนี่วอลเล็ทเป็นกรณีในการศึกษาอิทธิพลของความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้งานของผู้บริโภค

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถนำไปใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมายและวิเคราะห์ลักษณะและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีการอธิบายและให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

อรประพัทธ์ ณ นคร (2560) กล่าวถึงความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไว้ว่า คือ การที่บุคคลแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งลักษณะที่มองเห็นได้จากภายนอกที่บุคคลคนอื่นมองเห็นและลักษณะภายในจิตใจที่ เช่น เพศ อายุการศึกษา อาชีพ รายได้ สังคมและศาสนา เป็นต้น ดังนั้นการศึกษาถึงปัจจัยที่กล่าวมานั้นจะทำให้ทราบถึงลักษณะส่วนบุคคลได้ชัดเจนขึ้น รวมไปถึงคนที่มีความลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันก็อาจจะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันไปด้วยเช่นกัน ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นจะมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างระหว่างเพศ จะทำให้บุคคลแต่ละคนนั้นมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มที่มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชาย ไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชาย ยังมีความแตกต่างกันมากในเรื่องของความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้ก็เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

2. อายุ คือปัจจัยที่ส่งผลให้มนุษย์มีความต่างกันในด้านความคิดและความเชื่อ เนื่องจากช่วงวัยของมนุษย์แต่ละคนสามารถก่อเกิดประสบการณ์และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้เช่น มนุษย์ที่มีอายุน้อยจะมีความเห็นต่อเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่กำลังเผชิญในทางที่ดี เนื่องจากยังขาดประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ต่างๆ ส่วนคนที่อายุมากจะมีความเชื่อและความคิดที่หลากหลาย อายุจึงเป็นปัจจัยที่สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของมนุษย์ที่แตกต่างกัน

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนส่วนใหญ่มีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน คนที่ได้รับการศึกษาสูงมักจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความสามารถในการเข้าใจสารได้ดี แต่ในทางกลับกันนั้น บุคคลเหล่านี้จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าหากไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลมากเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยหรือต่างมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ในการรับฟังข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่าง มักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่ถ้ามีเวลาจำกัดก็มักจะมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่นๆ

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคลแต่ละบุคคล มีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกิริยาตอบรับของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะบุคคลแต่ละบุคคลนั้นมีวัฒนธรรมประสบการณ์ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน มีผลต่อการรับข่าวสารในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่มักจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะของบุคคลที่สามารถวัดได้ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติพฤติกรรมและการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ของบุคคล ทำให้บุคคลที่มีลักษณะแตกต่างกันมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย

1. อายุ หมายถึง อายุของกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติ การบริโภคสินค้าหรือบริการ รวมถึงความต้องการในด้านอื่นๆ ที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ที่มีอายุน้อยจะชอบทดลองสิ่งใหม่ ๆ และให้ความสนใจกับกระแสนิยม ในขณะที่กลุ่มผู้ที่มีอายุมากจะสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

2. เพศ โดยทั่วไปเพศชายและเพศหญิงจะมีพฤติกรรมและทัศนคติที่แตกต่างกัน อีกทั้งเพศที่ต่างกันยังส่งผลให้มีความต้องการที่หลากหลาย ซึ่งการศึกษาด้านเพศ จำเป็นต้องใช้การศึกษาอย่างรอบครอบ เนื่องจากในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม เช่น การที่สตรีทำงานและมีบทบาททางสังคมมากขึ้น

3. ลักษณะของครอบครัว เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของบุคคลซึ่งการดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนนั้นจะมีอิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติและค่านิยมของบุคคลที่แตกต่างกัน

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจได้แก่ อาชีพ รายได้เชื้อชาติและภูมิหลังของครอบครัวโดยสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจส่งผลให้บุคคลมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่แตกต่างกัน

พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล (2561) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือปัจจัยหนึ่งที่ทำให้พนักงานในองค์กรแต่ละคนมีพฤติกรรมที่แสดงออกในที่ทำงานแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล มีองค์ประกอบ ได้แก่

1. อายุ เนื่องจากผลงานของพนักงาน และประสบการณ์ในการทำงานมักมีความเกี่ยวข้องกับอายุของพนักงาน และสามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดผลิตผลสูงได้ นอกจากนี้จะเห็นได้ว่า พนักงานที่มีอายุมากจะไม่ลาออกจากงานหรือย้ายงาน เนื่องจากโอกาสในการเปลี่ยนงานมีน้อย ประกอบกับการทำงานมาเป็นระยะเวลานาน มีผลทำให้ได้รับค่าตอบแทนสูง ตลอดจนสวัสดิการต่าง ๆ ที่จะได้เพิ่มขึ้นด้วย รวมทั้งพนักงานที่มีอายุมาก จะปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ มีการขาดงานต่ำกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย

2. เพศ แม้จะมีผลจากการศึกษาทั่วไปว่า ระหว่างเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องความสามารถเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาในการทำงาน แรงจูงใจ การปรับตัวทางสังคมและความสามารถในการเรียนรู้แต่ในการศึกษาทางจิตวิทยาพบว่า เพศหญิงจะมีลักษณะคล้อยตามมากกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายจะมีความคิดเชิงรุกและก้าวไกล รวมถึงมีความคาดหวังในความสำเร็จมากกว่าเพศหญิง อย่างไรก็ตาม ทั้งสองเพศไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องผลงานและความพึงพอใจในงาน

3. สถานภาพสมรส พนักงานที่สมรสแล้วจะขาดงานและมีอัตราการลาออกจากงานน้อยกว่าพนักงานที่เป็นโสด รวมถึงการมีความพึงพอใจในงานสูงกว่าพนักงานที่เป็นโสด ตลอดจนมีความรับผิดชอบ เห็นคุณค่าของงาน และมีความสม่ำเสมอในการทำงานด้วย

4. อายุงาน พนักงานที่มีอายุงานมากหรือทำงานในองค์กรมานานจะมีผลงานและความพึงพอใจในงานสูงกว่าพนักงานใหม่

ศศิพร บุญชู (2560) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นปัจจัยที่คาดว่าจะสามารถมีผลต่อการตัดสินใจ พฤติกรรม และทัศนคติของแต่ละบุคคล โดยปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ถือเป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างของความรู้สึก ทศนคติและพฤติกรรมการแสดงออก

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ คือคุณลักษณะทางกายภาพของบุคคลที่สามารถวัดได้ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติ พฤติกรรมและการแสดงออกที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และอาชีพ เนื่องจากเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมายของธุรกิจที่มุ่งเน้นนี้วอลเล่ย์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความปลอดภัย

ความปลอดภัยเป็นกลไกที่ใช้ในการปกป้องผู้ใช้จากความเสี่ยงของการทุจริตและการสูญเสียทางการเงิน รวมถึงเป็นขั้นตอนการปฏิบัติของเทคโนโลยีเพื่อสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือให้ผู้บริโภค รวมถึงเป็นการรับประกันความปลอดภัยของลูกค้าโดยเฉพาะด้านการเงินของลูกค้า ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ามีนักวิชาการอธิบายแนวคิดด้านความปลอดภัย ดังนี้

Bressolles & Durrieu (2007) กล่าวถึง ความปลอดภัยว่า หมายถึง กลไกที่ใช้ในการปกป้องผู้ใช้จากความเสี่ยงของการทุจริตและการสูญเสียทางการเงิน รวมถึงการรับรู้ของผู้บริโภคที่ผู้ขายสินค้าหรือบริการทางอินเทอร์เน็ตจะตอบสนองต่อความต้องการความปลอดภัย ประกอบด้วย การรับรองความถูกต้อง (authentication), การเข้ารหัส (encryption), การป้องกัน (protection) และการห้ามปฏิเสธความรับผิดชอบ (non-repudiation) เป็นต้น

Fonchamnyo (2013) กล่าวถึง ความปลอดภัยว่า หมายถึง ระดับความเชื่อของลูกค้าที่มีความเชื่อว่าผู้ขายสินค้าออนไลน์เว็บไซต์ขายสินค้า หรือแอปพลิเคชันขายสินค้ามีความปลอดภัย โดยพิจารณาจากการรับข้อมูลที่สำคัญของลูกค้า เช่น หมายเลขบัตรเครดิต ความปลอดภัยจึงเป็นการป้องกันรายละเอียดจากการทำธุรกรรมทางออนไลน์และข้อมูลส่วนบุคคลให้ปลอดภัยจากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาต

นวรรตน์ พัฒโนทัย (2555) กล่าวถึง ความปลอดภัยว่า หมายถึง ความปลอดภัยที่ผู้บริโภคต้องการในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย 5 ประการ ดังนี้

1) ด้านระบบยืนยันตัวตน คือความต้องการของผู้ใช้งานเมื่อต้องการเข้าใช้ระบบสารสนเทศผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ พวกเขาจะต้องจดจำข้อมูลที่ใช้ในการพิสูจน์ตัวตน โดยทั่วไปจะใช้ชื่อผู้ใช้ (username) และรหัสผ่าน (password) เมื่อมีการใช้งานระบบสารสนเทศหลายระบบ ความจำเกี่ยวกับชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านในแต่ละระบบจะกลายเป็นภาระ โดยเรื่องนี้อาจทำให้ผู้ใช้มีความกระตือรือร้นและใช้ชุดข้อมูลชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านในแต่ละระบบเหมือนกัน ซึ่งส่งผลให้เกิดความไม่ปลอดภัยในกรณีที่มีการใช้งานโดยไม่ถูกต้อง และจากปัญหาการคุกคามจากไวรัสคอมพิวเตอร์หรือผู้ไม่ประสงค์ดี ซึ่งระบบความมั่นคงปลอดภัยคอมพิวเตอร์ (Computer Security) จะช่วยปกป้องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และข้อมูลที่จัดเก็บไว้ภายในระบบ แต่เมื่อเริ่มพูดถึงความปลอดภัยของข้อมูล คือ ความลับ (Confidentiality) ความสมบูรณ์ (Integrity) และความพร้อมใช้ (Availability) จะต้องรับการตรวจสอบอย่างเคร่งครัด เนื่องจากปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี Single Sign-on โดยส่วนใหญ่เกิดมาจากข้อจำกัดในระบบสารสนเทศแต่ละระบบที่มีฐานข้อมูลบัญชีผู้ใช้และรหัสผ่านเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ผู้ใช้งานจำเป็นต้องเข้าใช้งานหลายระบบ ทำให้ต้องมีการจดจำและใช้ชื่อผู้ใช้ (Login) และรหัสผ่าน (Password) หลายชุด บางครั้งผู้ใช้งานอาจเลือกที่จะใช้ชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านเดียวกันสำหรับทุกระบบ หรือใช้รหัสผ่านที่ง่ายที่จะจำได้ ซึ่งเป็นเสี่ยงต่อการถูกขโมยชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านไปใช้เพื่อขโมยข้อมูลหรือนำไปใช้ในกิจกรรมผิดกฎหมายต่างๆ ได้ (สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์, 2557) ทำให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาระบบเพื่อยืนยันตัวตนขึ้น ระบบยืนยันตัวตน (Single Sign-on) จึงเป็นแนวคิด เนื่องมาจากระบบส่วนใหญ่ มีกระบวนการตรวจสอบว่าผู้ใช้มีสิทธิที่จะเข้าใช้ทรัพยากรของระบบหรือไม่และมีสิทธิในการใช้ทรัพยากรในระดับใด กระบวนการนี้เรียกว่าการ

ตรวจสอบสิทธิของผู้ใช้ (Authorization) ในการตรวจสอบเช่นนี้ ระบบต้องมีกระบวนการตรวจสอบและรับรองว่าผู้ใช้เป็นผู้ใช้จริง กระบวนการนี้เรียกว่าการตรวจสอบรับรองผู้ใช้หรือการพิสูจน์ตัวตนผู้ใช้ (Authentication) ในระบบส่วนใหญ่มีกระบวนการตรวจสอบและยืนยันสิทธิของผู้ใช้ เช่น การที่ผู้ใช้จะต้องใส่ login และ password ก่อนเข้าใช้ทรัพยากรเพื่อพิสูจน์ยืนยันว่าเป็นผู้ใช้จริง ระบบยืนยันตัวตน เป็นระบบที่สามารถยืนยันตัวตนบุคคล (Authentication) ที่รองรับการให้ผู้ใช้งาน ลงชื่อเข้าใช้งานระบบ (Login) ครั้งเดียว แล้วสามารถเข้าใช้งานระบบหลายระบบได้

2) ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก คือกระบวนการที่นำข้อมูลมารวมเข้าด้วยกันเพื่อป้องกันบุคคลอื่นไม่ให้สามารถอ่านข้อมูลนั้น ยกเว้นคนที่ได้รับอนุญาต กระบวนการเข้ารหัสนี้เกี่ยวข้องกับการแปลงข้อความปกติเป็นข้อความที่ไม่อ่านได้ โดยใช้คีย์เข้ารหัสลับ (Cryptography) คีย์เข้ารหัสลับเป็นชุดค่าทางคณิตศาสตร์ที่ทั้งผู้ส่งและผู้รับรู้และตกลงกันในการใช้งาน กระบวนการถอดรหัสหรือการแปลงชุดข้อมูลที่ถูกรหัสไว้จะสามารถทำได้สำหรับทุกคนที่มีคีย์ที่ต้องการ ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านการเข้ารหัสจึงพัฒนาคีย์ที่ซับซ้อนและยากต่อการเดา สำหรับวิธีการเข้ารหัสที่มีความปลอดภัยมากขึ้น จะใช้คีย์ที่มีความซับซ้อนเพียงพอเพื่อทำให้การใช้วิธีพยายามถอดรหัสโดยการลองแตรกคีย์ (หรือ Brute force) เป็นไปได้เพียงน้อย ข้อมูลสามารถถูกเข้ารหัสขณะ 'พักไว้' (จัดเก็บไว้) หรือ 'ระหว่างการนำส่ง' (ขณะถ่ายโอนข้อมูล) กระบวนการเข้ารหัสข้อมูลมีการแบ่งออกเป็นสองประเภทหลัก ๆ คือแบบสมมาตรและอสมมาตร

3) ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ คือ การรับรู้ถึงความปลอดภัย (Perceived Security) หมายถึงระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการต่อความปลอดภัยที่บริการหรือระบบให้ ขณะที่พวกเขาเข้าใช้บริการ (Shin, 2010) ประสบการณ์และคาดหวังของผู้บริโภคต่างกันอาจส่งผลให้พวกเขามีทัศนคติที่ต่างกันต่อความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการทำธุรกรรมออนไลน์เกี่ยวข้องกับความเข้าใจของพวกเขาในเรื่องความปลอดภัยของระบบที่พวกเขาใช้ หากระดับความปลอดภัยที่รับรู้ในธุรกรรมทางการเงินต่ำเกินไป ผู้บริโภคอาจละเลยการทำธุรกรรม ดังที่กล่าวโดยในทางอีกหนึ่งแง่มุม ความเข้าใจของผู้บริโภคเรื่องกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยสามารถเสริมสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและในที่สุดช่วยให้เข้าใจและเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมออนไลน์ได้มากขึ้น

4) ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล การปกป้องข้อมูลจากแอปพลิเคชันที่ไม่เป็นอันตรายและแบ่งปันข้อมูลที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวโดยไม่แจ้งให้ผู้ใช้ทราบ เช่น IMEI และตำแหน่งที่ใช้ ข้อมูลบางส่วนถูกแชร์ไปยังบุคคลที่สาม ซึ่งจากนิยามของข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งเป็นข้อมูลที่อาจจะระบุถึงบุคคลสาม นั่นคือสิทธิของผู้ใช้ในการรับแจ้งเป็นสิ่งสำคัญและรออนุมัติหรือไม่อนุมัติให้ข้อมูลของตนถูกเข้าถึงและจัดเก็บโดยบุคคลที่สาม แม้ว่าเป็นเพื่อวัตถุประสงค์ในการโฆษณา ฉะนั้นเป้าหมายของเราคือการระบุแอปพลิเคชันที่เป็นอันตรายและแจ้งให้ผู้ใช้ทราบเกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่ไม่เป็นอันตรายที่อาจจะเกิดความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค สอดคล้องกับ (Goode, et al., 2015) ที่ได้ทำการทบทวนอย่างถี่ถ้วนเกี่ยวกับความกังวลที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยข้อมูลสำหรับผู้ใช้โทรศัพท์มือถือและแนะนำโซลูชันทางเทคนิคที่มีตามมาโดยนักวิชาการ บทนี้ยังรวมถึงการสอดแนมทฤษฎีพฤติกรรมมนุษย์ที่สามารถนำมาใช้เพื่อให้เห็นปัจจัยที่ส่งผลในการดำเนินการของแต่ละบุคคลเมื่อต้องเผชิญกับ

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยข้อมูลภายในสถานการณ์เทคโนโลยี สถานการณ์เหล่านี้อาจเกี่ยวข้องกับการค้นหาข้อมูลออนไลน์ของบุคคลทั่วไป การพฤติกรรมในการรักษาความปลอดภัยต่อความน่าจะเป็นของพนักงานในองค์กรที่อาจใช้มาตรการรักษาความปลอดภัยได้เพื่อป้องกันปัญหาเหล่านี้ ซึ่งความปลอดภัยในระบบควบคุมการใช้งานแสดงถึงความเสี่ยงที่แอปพลิเคชันสามารถถูกควบคุมด้วยคำสั่งเสียงเพื่อควบคุมสมาร์ตโฟน การใช้แม่เหล็กไฟฟ้าประยุกต์ให้รับกวนสายหูฟังและสั่งงานด้วยเสียงบนสมาร์ตโฟน คำสั่งเสียงที่ถูกซ่อนอยู่ที่มีการใช้เสียงที่ครอบคลุมหรือไม่สามารถได้ยิน คำสั่งการโจมตีระบบรู้จำเสียงพูดที่เน้นเรื่องการรักษาความปลอดภัย ระบบควบคุมด้วยเสียงผ่านเซ็นเซอร์บนสมาร์ตโฟนเพื่อยืนยันตัวตนของผู้ใช้ทั้งหมดข้างต้น การโจมตีและรักษาความปลอดภัยของอุปกรณ์ควบคุมด้วยเสียงเป็นการใช้งานเองในขณะที่เน้นไปที่ความเสี่ยงต่อผู้ใช้ที่มาจากทักษะของบุคคลที่สาม ความปลอดภัยของไอที การวิจัยความปลอดภัยในบ้านอัตโนมัติในปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่ความปลอดภัยของอุปกรณ์และแพลตฟอร์มเช่นเดียวกัน

5) ความปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ หมายถึงการปฏิบัติตามนโยบายและมาตรการในการป้องกันคอมพิวเตอร์ เครือข่าย ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน ระบบสำคัญ และข้อมูลจากภัยคุกคามทางดิจิทัลที่อาจเกิดขึ้นได้ องค์กรมีหน้าที่รับผิดชอบในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าและปฏิบัติตามกฎระเบียบ พวกเขาใช้มาตรการและเครื่องมือเพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลที่มีความละเอียดอ่อนโดยไม่ได้รับอนุญาต รวมถึงการป้องกันความขัดข้องในการดำเนินธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นจากกิจกรรมไม่พึงประสงค์ในเครือข่าย องค์กรต่าง ๆ ปรับปรุงการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์โดยการปรับปรุงการป้องกันด้านดิจิทัลระหว่างบุคคล กระบวนการ และเทคโนโลยีที่แตกต่างกันไปในองค์กร องค์กรมีกลยุทธ์ในการรักษาความปลอดภัยทางไซเบอร์โดยการร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์ ผู้เชี่ยวชาญจะทำการประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของระบบคอมพิวเตอร์ ระบบเครือข่าย พื้นที่เก็บข้อมูล แอปพลิเคชัน และอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออื่น ๆ หลังจากนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยทางไซเบอร์จะสร้างโครงสร้างการป้องกันความปลอดภัยทางไซเบอร์ที่ครอบคลุม ซึ่งจะช่วยในการระบุความเสี่ยง ปกป้องตัวตน โครงสร้างพื้นฐาน และข้อมูล ตรวจสอบความผิดปกติ และเหตุการณ์ต่าง ๆ และรักษาการกู้คืนระบบหลังจากเกิดเหตุการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

สรุปได้ว่า ความปลอดภัยเป็นกลไกที่ใช้ในการปกป้องผู้ใช้จากความเสี่ยงของการทุจริตและการสูญเสียทางการเงิน รวมถึงเป็นขั้นตอนการปฏิบัติของเทคโนโลยีเพื่อสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือให้ผู้บริโภค ซึ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดด้านความปลอดภัยของ นวรัตน์ พัฒโนทัย (2555) ในการศึกษาอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้งานทรมานนี้วอลเลทในร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ระบบยืนยันตัวตน 1) การเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก 3) ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ 4) ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และ 5) ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นทฤษฎีที่ใช้เพื่อศึกษาการยอมรับในการใช้ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยที่ทฤษฎี TAM ในรูปแบบดั้งเดิมได้ถูกคิดค้นโดย Fred Davis (Davis, 1986) ซึ่งได้ศึกษา 3 ปัจจัยสำคัญได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีผลต่อการใช้งาน ซึ่งต่อมาได้มีนักวิชาการทำการการศึกษาเพื่อต่อยอดงานและกล่าวถึงแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีไว้ ดังนี้

Ajzen & Fishbein (1980) กล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี คือการทำความเข้าใจพฤติกรรมของมนุษย์อย่างมีเหตุผล ซึ่งนั้นมีผลต่อทัศนคติและจะนำไปสู่ความตั้งใจจนกลายเป็นพฤติกรรม ซึ่งประกอบด้วย 1) การสร้างความรับรู้ของบุคคล 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและสามารถ 3) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และ 4) ทัศนคติในผู้ใช้งานในการใช้งาน มีผลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงต่อไปในอนาคต

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) กล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี คือ สิ่งที่ถูกให้ความสำคัญในด้านการเรียนรู้เพื่อที่จะอยู่ร่วมกัน และด้านการที่จะนำไปใช้งานต่อ เพราะเทคโนโลยีนั้นสามารถทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงได้ทั้งประสบการณ์ในด้านทักษะ วิชาความรู้ ความสามารถ และประสิทธิภาพที่ส่งผลต่อสิ่งที่จะได้รับจากความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

Chu & Chu (2011) กล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี คือ การเรียนรู้ที่สามารถจะทำความเข้าใจและยอมรับเทคโนโลยีได้เพื่อนำมาประยุกต์ใช้จริงในการดำเนินชีวิต คือ ด้านความตั้งใจใช้ (Intention to Use), ด้านความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use), ด้านประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness), ด้านทัศนคติ (Attitude toward Using), ด้านความเสี่ยง (Perceived Risk) และด้านการใช้งานจริง (Actual Use)

Amiruddin Ahamat และ Muhamad Sham Shahkat (2017) กล่าวว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี คือ กระบวนการทำงานภายในจิตใจของแต่ละบุคคล โดยเริ่มจากการได้ยินในเรื่งนั้น ๆ จนยอมรับ และนำไปใช้ในที่สุด ซึ่งการยอมรับการใช้เทคโนโลยีประกอบด้วย 3 ประการดังนี้

1) การรับรู้ถึงประโยชน์ คือ กระบวนการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์และเป็นที่คาดหวัง และทำให้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่ต้องมีความพยายามมากนัก อีกทั้งยังเพิ่มความเร็วและความถูกต้องในการใช้งาน มีผู้วิจัยหลายคนรองรับว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนี้เหมาะสำหรับการวัดผลสำหรับธุรกิจออนไลน์ สอดคล้องกับสุนันทา หลบภัย และนิตยา ฐานิตธนกร (2559) กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานหมายถึงการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อการยอมรับและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี โดยเนื่องจากการรับรู้ว่าเทคโนโลยีมีประโยชน์ และ รัศมีลภัส วรเดชธนกุล (2558) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของความไว้วางใจ การสื่อสารแบบ ปากต่อปากเชิงบวก และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อแพ็คเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยว พบว่า การรับรู้ประโยชน์ในด้านความสะดวกสบายส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย และเชื่อว่าเทคโนโลยีทำให้การซื้อสินค้าหรือบริการออนไลน์เป็นเรื่อง

ที่สะดวกและหลากหลายตามต้องการที่มีที่เลือกมากพร้อมทั้งสามารถใช้งานได้ทุกที่และทุกเวลา เสริมความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งานได้อย่างเต็มที่ไปพร้อมกัน

2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน คือกระบวนการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นส่งผลให้ง่ายต่อการใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก อันที่สำคัญยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานและเป็นประโยชน์อีกด้วย มีการสนับสนุนจากนักวิจัยหลายคนว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนี้เหมาะสำหรับการวัดผลสำหรับการธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์

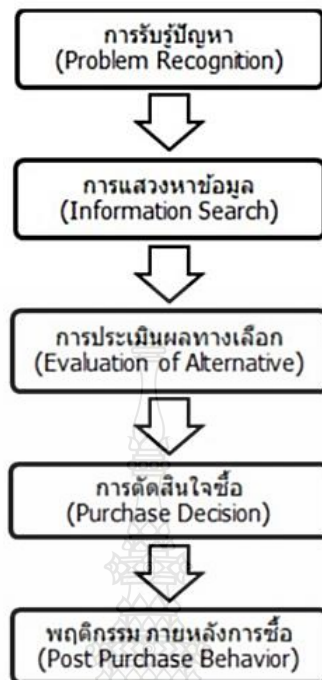
3) การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้งาน คือ โอกาสที่ความสูญเสียอาจเกิดขึ้นขณะที่กำลังซื้อสินค้าออนไลน์หรือสามารถอธิบายได้ว่าเป็นการผสมผสานระหว่างความไม่แน่นอนและความเป็นไปได้ของผลลัพธ์ร้ายที่อาจเกิดขึ้นภายหลัง ความเสี่ยงสามารถวัดได้โดยการรับรู้เหตุการณ์ที่เสี่ยงต่อความเสี่ยง (Featherman & Pavlon, 2002) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงจะลดความเต็มใจจะจ่ายของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์และความตั้งใจในการซื้อ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นซึ่งเป็นอุปสรรคต่อความตั้งใจในการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะความเสี่ยงที่เกี่ยวกับอีคอมเมิร์ซที่มีผลกระทบลบต่อพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์และความตั้งใจในการใช้ระบบการค้าขายออนไลน์

สรุปได้ว่า การยอมรับการใช้เทคโนโลยี คือ กระบวนการทำงานภายในจิตใจของแต่ละบุคคล โดยเริ่มจากการได้ยินในเรื่องนั้นๆ จนยอมรับ และนำไปใช้ในที่ที่สุด ซึ่งสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิด TAM ในการศึกษาอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้งานทรมันนีวอลเล็ทในร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วย 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ และ 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจคือ กระบวนการสำคัญที่นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อการเลือกและการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของนักวิชาการท่านต่างๆ ได้อธิบายกระบวนการในการตัดสินใจซื้อหรือการเลือกรับบริการสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

ฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler, 2012) ได้กล่าวถึง กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าเป็นกระบวนการในการประเมินผลตัวเลือกหรือทางเลือกเพื่อนำสู่การบรรลุเป้าหมาย โดยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่มา: Phillip Kotler (2012)

1. การตระหนักถึงปัญหา (Need Recognition) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากปัญหาของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน โดยความต้องการอาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอก ซึ่งแรงกระตุ้นที่เกิดจากภายในร่างกายของตนเอง อาทิเช่น ความหิว ความกระหาย และแรงกระตุ้นที่เกิดขึ้นจากภายนอกจากสิ่งเร้าต่าง ๆ

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคได้รับแรงกระตุ้นจากปัญหาหรือความต้องการที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้บริการ โดยข้อมูลอาจเป็นข้อมูลจากแหล่งข่าวสารจากบุคคล (Personal Search) เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เป็นต้น หรือจากแหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เช่น พนักงานขาย ผู้แทนจำหน่าย เป็นต้น หรือแหล่งข้อมูลทั่วไป (Public Search) เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ รวมถึงข้อมูลจากการสืบค้นบนสื่อออนไลน์ เป็นต้น และแหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ (Experimental Search) เช่น การทดลองใช้ และการสัมผัส เป็นต้น

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในขั้นตอนที่ 2 แล้ว จะนำไปสู่การประเมินถึงศักยภาพ คุณสมบัติต่างๆ ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งได้จากการเปรียบเทียบข้อมูล ราคา ความชอบ ภาพลักษณ์ของตราสินค้าของแต่ละสินค้า และสิ่งสำคัญสำหรับนักการตลาดในการพัฒนากลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ คือ สิ่งที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาในการตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้า

4. การตัดสินใจ (Purchase Decision) เมื่อผู้บริโภคได้ประเมินทางเลือกต่างๆ แล้ว ในส่วนของขั้นตอนนี้ผู้บริโภคจะดำเนินการใช้บริการหรือมีความตั้งใจ และมีการตัดสินใจใช้บริการหรือซื้อเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่กระตุ้นในความต้องการ โดยได้เปรียบเทียบ ประเมินคุณสมบัติของตราสินค้าต่างๆ การตัดสินใจซื้อจะเป็นกระบวนการเรียนรู้และกำหนดทัศนคติของผู้บริโภค และการซื้อจะมีผลต่อตราสินค้าสมบูรณ์เมื่อเกิดการซื้อจริง

5. การประเมินหลังการให้บริการ (Post Purchase Behavior) หลังจากเกิดการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะมีความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจภายหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการไปใช้แล้ว ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจนั้นจะขึ้นกับคุณสมบัติ และความคาดหวังของผู้บริโภคที่สามารถตอบสนองความต้องการตามการโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือไม่ ซึ่งถ้าผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจก็อาจมีการซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำหรือมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ต่อทำให้มีลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าผู้บริโภคไม่พึงพอใจก็อาจเลิกซื้อผลิตภัณฑ์ในครั้งต่อไป ซึ่งข้อมูลหลังจากการซื้อนั้น นักการตลาดจะนำมาวิเคราะห์เรียนรู้ถึงทัศนคติในการตัดสินใจซื้อ และปัญหาของผลิตภัณฑ์ เพื่อทำการปรับปรุงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และวางแผนกลยุทธ์ให้มีการตัดสินใจซื้อและเกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ซ้ำในอนาคต

กนกกาญจน์ บุญยืน (2556) กล่าวว่า การตัดสินใจเลือกสินค้า หรือบริการคือกระบวนการเลือกที่ผู้บริโภคต้องผ่านการพิจารณา 5 ขั้นตอน ต่อไปนี้

1) ขั้นตอนการรับรู้ หรือตระหนักถึงปัญหา

คือ ขั้นตอนที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหาของตนเอง ซึ่งการรับรู้หรือการตระหนักถึงปัญหาอาจเกิดจากการได้รับสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าจากภายนอก ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความต้องการ หรือตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และดำเนินการหาวิธีตอบสนองความต้องการนั้นของตนเอง

2) ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล

คือ ขั้นตอนที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการ และเริ่มค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง โดยในการหาข้อมูลของแต่ละบุคคลจะสามารถหาได้จากแหล่งข้อมูลข่าวสาร 4 ด้าน ได้แก่ แหล่งข้อมูลบุคคล แหล่งข้อมูลทางการค้า แหล่งข้อมูลจากชุมชน และแหล่งข้อมูลจากการทดลองซึ่งแหล่งข้อมูลเหล่านี้จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจและส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ

3) ขั้นตอนการประเมินทางเลือก

คือ ขั้นตอนหลักจากการที่ผู้บริโภคค้นหาข้อมูลสนับสนุนในสิ่งที่ตนเองต้องการเรียบร้อยแล้ว และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และประเมินจากตัวเลือกหรือข้อมูลที่ตนเองมีอยู่เพื่อให้ได้ในสิ่งที่เหมาะสมและคุ้มค่าที่สุดที่สุดในกระบวนการตัดสินใจ

4) ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุด

คือ ขั้นตอนในการตัดสินใจ ซึ่งขั้นตอนนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการประเมินทางเลือก และค้นหาข้อมูลเรียบร้อยแล้ว โดยจะเป็นการนำข้อมูลและทางเลือกที่ได้วิเคราะห์ มาพิจารณาถึงข้อดีข้อเสีย และความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์หรือสิ่งที่ต้องการ ว่าสิ่งนั้นจะสามารถตอบสนองหรือแก้ไขปัญหาได้ดีที่สุด

5) ขั้นตอนการประเมินภายหลังการใช้บริการ

คือ ขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการตัดสินใจเลือกบริโภค หรือการตัดสินใจเลือกซื้อ เนื่องจากการประเมินภายหลังการซื้อจะเกิดจากการนำผลิตภัณฑ์หรือบริการมาประเมินกับประสบการณ์ และความคาดหวังที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้น ๆ ซึ่งการประเมินภายหลังการซื้อสามารถเป็นได้ทั้งในทางบวกและในทางลบ โดยในทางบวกจะก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค และอาจส่งผลให้เกิดการบริโภคซ้ำ ส่วนการประเมินในทางลบคือความไม่พึงพอใจซึ่งสามารถส่งผลให้เกิดประสบการณ์ที่ไม่ดี และนำไปสู่การเลิกบริโภคสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์ (2562) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อเป็นการกำหนดขั้นตอนของการเลือกตั้งแต่กระบวนการแรกจนถึงกระบวนการสุดท้าย โดยมีเหตุผลและข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา คือการที่ลูกค้าเข้าใจปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นกับตนเอง จนนำไปสู่การค้นหาข้อมูลทั้งจากอินเทอร์เน็ตและจากคนที่มีประสบการณ์ เพื่อประเมินผลทางเลือก ในการพิจารณาถึงค่าคุ้มค่าข้อดีของเสียของสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการ จากนั้นจึงมีการตัดสินใจซื้อ สินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างครบถ้วนมากที่สุด โดยสุดท้ายคือพฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึกของลูกค้าหลังจากที่ใช้สินค้าเรียบร้อยแล้ว

วิภาดา เนียมรักษา (2558) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณา เปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจซื้อสินค้า ประกอบด้วยหลักในการพิจารณา 5 ด้าน ประกอบด้วย

1) รู้ความต้องการของตนเองการรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่ต้องการและสภาพปัจจุบัน ซึ่งมากพอที่จะกระตุ้นให้เกิดกระบวนการ

2) การค้นหาข้อมูล เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการของตนเองเรียบร้อยแล้ว การค้นหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองโดยผ่าน ข้อมูลทางบุคคลคือการสอบถามผู้รู้หรือบุคคลใกล้ชิดที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการบริโภค หรือค้นความผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และมีความหลากหลายของข้อมูลผลิตภัณฑ์ตามต้องการ

3) การประเมินทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้วจากขั้นที่สองผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินทางเลือกต่าง ๆ การประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภค

4) การตัดสินใจ จากการประเมินทางเลือกในขั้นที่สาม เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เมื่อผู้บริโภคพิจารณาจนเกิดความพึงพอใจผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

5) พฤติกรรมภายหลังการตัดสินใจ คือพฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงออกในด้านความรู้สึกที่พึงพอใจหรือไม่พอใจโดยจะเกิดจากการที่ลูกค้าได้ใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เรียบร้อยแล้วจึงจะสามารถอธิบายความรู้สึกหลังการซื้อได้

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ สามารถสรุปความหมายได้ว่าการตัดสินใจหมายถึงกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ การตัดสินใจใช้งานนมวัวรสเลิท์ในร้านสะดวกซื้อ โดยผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้รับมาพิจารณาเปรียบเทียบประกอบการตัดสินใจใช้งานอย่างมีเหตุผล

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและและบททวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อ การศึกษา อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ พบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

นันท์ธิดา ทองดี (2561) ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท สถานภาพโสด และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร การรับรู้ประโยชน์ใช้สอย การรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับดี มีการตัดสินใจ เลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับดี โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่ วอลเล็ต แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่ วอลเล็ต ไม่แตกต่างกัน ความเข้าใจต่อการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ด้านเทคโนโลยี ด้านความปลอดภัย ความเข้าใจต่อการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่ วอลเล็ต

พนัชนกร สิมะขจรบุญ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านแอปพลิเคชัน true money wallet โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านแอปพลิเคชัน true money wallet ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยกระตุ้นส่งผลเชิงบวก คือ การรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และความตั้งใจใช้ การรับรู้ถึงประโยชน์ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 15-34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment แตกต่างกัน ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ, การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและปัจจัยด้านการรับรู้ ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment

ธนิชา สังข์แสง, ธัญธิดา นิ่มนวล, อรรถพงษ์ สงขาว, นลินธัสร์ บำเพ็ญเพียร และมาลีรัตน์ มะลิแย้ม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพคเกจอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการยืนยันตัวตนผู้ใช้งานทุกครั้งก่อนการให้บริการ และพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้

อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพคเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ภัทธยา ล้อมอญ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ใช้งานง่าย และด้านการรับรู้ถึงความสนุก มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านการบรรจุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยรวมการยอมรับและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังจากการพยายาม อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยที่ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

บัณฑิต ขวนขุนทด (2561) ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความเห็นว่า แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ช่วยในการติดตามรถโดยสารประจำทางได้อย่างมีประสิทธิภาพรวดเร็ว และง่ายยิ่งขึ้น ส่วนในด้านคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้ แอปพลิเคชันภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ให้ความเห็นว่า แอปพลิเคชันมีการออกแบบให้ง่ายต่อการใช้และการแสดงผลข้อมูลการติดตามรถโดยสารทำให้การเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางในชีวิตประจำวันมีความสะดวกมีการออกแบบระบบการทำงานที่ครอบคลุมทุกฟังก์ชันการใช้งานอย่างเป็นระบบผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รัชชานนท์ ชัยเจริญ (2565) ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์คุณภาพของสินค้า ความไว้วางใจ และความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์อยู่ในระดับมาก 2) ความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์คุณภาพของสินค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความไว้วางใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 3) ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 และ 4) ความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์คุณภาพของสินค้า มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความจงรักภักดีผ่านความไว้วางใจของ

ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าออนไลน์สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปวางแผนพัฒนาการขายสินค้าออนไลน์ให้ตรงตามความต้องการผู้บริโภคได้เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าออนไลน์เกิดความไว้วางใจและความจงรักภักดีต่อร้านค้าสินค้าออนไลน์ต่อไป

อริสรา วรวัฒนอมรชัย (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุโดยเฉลี่ย 27 ปี ประกอบอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการใช้งาน E-wallet Application ของผู้ที่ใช้งาน E-wallet Application และผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งานคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน คือ ความสะดวกสบายในการพกพา ประหยัดเวลา และปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ คือ โปรโมชั่น ซึ่งแนวโน้มของการใช้งาน E-wallet Application ของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้งานนั้น ร้อยละ 50 อาจจะใช้หากมีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ

Lee Yong Ming Kelvin (2022) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ E-Wallet ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การสนับสนุนจากรัฐบาล ความเสี่ยงที่รับรู้ และอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคตินี้ยังเกี่ยวข้องเชิงบวกกับความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้กระเป๋าเงินอีกด้วย ผลลัพธ์ของการศึกษานี้อาจช่วยให้ผู้กำหนดนโยบายสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพซึ่งสามารถจับความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้ e-wallets ในช่วงการระบาดของ COVID-19

Rabindra Aryal (2021) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลบนมือถือในประเทศเนปาล โดยวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ใช้ในการใช้บริการ และการใช้ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร ผลการศึกษาพบว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพ ความคาดหวังของความพยายาม เงื่อนไขการอำนวยความสะดวกและอิทธิพลทางสังคม มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ กระเป๋าเงินดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ผลกระทบของสภาพการอำนวยความสะดวกและความคาดหวังของความพยายามต่อพฤติกรรมการใช้งานไม่มีนัยสำคัญ

Wasiul Karim (2020) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ E-wallet เป็นวิธีการชำระเงิน ของเยาวชนชาวมาเลเซีย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน ความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยมีผลต่อความสัมพันธ์กับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้ e-wallet การศึกษานี้ยังช่วยในการให้บริการผู้ให้บริการตลาดดิจิทัลเพิ่มเติมเพื่อให้มีความเข้าใจที่ดีขึ้นประโยชน์ของการใช้ e-wallet เพื่อการทำธุรกรรม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยเทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรการทำการวิจัยครั้งนี้คือ บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน และใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 1,813,820 คน (กรมการปกครอง, 2566)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟน และใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% หรือ ร้อยละ 0.05 (Taro Yamane, 1973) และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งระดับชั้นภูมิ (Stratified randomsampling)

การหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973, p.727)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดได้ในพื้นที่ ร้อยละ 5 (0.05%)

แทนค่าตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{1,813,820}{1 + (1,813,820) \times (0.05)^2}$$

$$n = 399.91 \text{ คน}$$

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n) ที่ใช้ในการศึกษา เท่ากับ 399.91 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดระดับระดับความเชื่อมั่น 95% และเก็บข้อมูลจากบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือและใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งระดับชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ตามอำเภอในจังหวัดปทุมธานี ได้จำนวน ดังนี้

อำเภอ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
เมืองปทุมธานี	321,118	71
คลองหลวง	462,277	102
ธัญบุรี	323,461	71
หนองเสือ	81,655	18
ลาดหลุมแก้ว	107,088	24
ลำลูกกา	435,845	96
สามโคก	82,376	18
รวม	1,813,820	400

จากนั้นแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านการกระจายแบบสอบถามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และแจกแบบสอบถามโดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์มือถือและใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน และการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการใช้งานทฤษฎีนี้ว่าล้นเกล้าในร้านสะดวกซื้อ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3.1.2 สร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยของแอปพลิเคชัน และการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการใช้งานทฤษฎีนี้ว่าล้นเกล้าในร้านสะดวกซื้อ

3.3.1.3 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัยและนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม

3.3.1.4 นำแบบสอบถามที่ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

3.3.1.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้บริโภคที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.3.1.5 นำแบบสอบถามไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบัค (Cronbach) จำนวน 30 ชุด และหากได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 จะสามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลได้จริงได้

ตารางที่ 3.1 แสดงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม

คำถาม	ชื่องานวิจัย	ผู้แต่ง (ปี)
ปัจจัยด้านความปลอดภัย		
1. ด้านระบบยืนยันตัวตน		
1) ท่านคิดว่าระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตมีความปลอดภัย	อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	รัชชานนท์ ชัยเจริญ (2565)
2) ท่านคิดว่าจะเกิดการโจรกรรมข้อมูลบนระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตได้ยาก	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)
3) ท่านคิดว่าการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นระบบที่มีความเสถียร	อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	นันท์ธิดา ทองดี (2561)
2. ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก		
4) ทรูมันนี่วอลเล็ตให้บริการระบบการยืนยันตัวตนผ่านทางโทรศัพท์ทุกครั้ง	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)

ตารางที่ 3.1 แสดงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม	ชื่องานวิจัย	ผู้แต่ง (ปี)
5) ระบบการตั้งรหัสมีระดับความยากที่ช่วยป้องกันข้อมูล	อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	นันท์ธิดา ทองดี (2561)
6) ทฤษฎีวอลเลทที่มีระบบการตั้งรหัสที่หลากหลาย เช่น การสแกน การใส่รหัสตัวเลข	อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	รัชชานนท์ ชัยเจริญ (2565)
3. ด้านปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี		
7) ท่านคิดว่าทฤษฎีวอลเลทที่มีการป้องกันข้อมูลธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้รู้สึกปลอดภัย	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	อริสรา วรวัฒน์อมรชัย (2560)
8) ท่านสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ตลอดเวลา	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้ E-Wallet ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19	Lee Yong Ming Kelvin (2022)
9) ทฤษฎีวอลเลทที่มีระบบการแจ้งเตือนการทำธุรกรรมที่ถูกต้องรวดเร็ว	อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	รัชชานนท์ ชัยเจริญ (2565)
4. ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล		
10) ท่านรู้สึกว่าคุณมีส่วนตัวของท่านจะไม่ได้รับการเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	อริสรา วรวัฒน์อมรชัย (2560)

ตารางที่ 3.1 แสดงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม	ชื่องานวิจัย	ผู้แต่ง (ปี)
11) ท่านรู้สึกว่ารระบบมีกลไกทางเทคนิคที่ปกป้องข้อมูลส่วนตัวของท่านในการทำธุรกรรมออนไลน์	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)
12) ท่านคิดว่าทฤษฎีนี้วอลเล่ย์มีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไว้เป็นความลับ	อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	นันท์ธิดา ทองดี (2561)
5. ปลดกัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ		
13) ทฤษฎีนี้วอลเล่ย์ทีมผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยอธิบายการใช้งานให้ง่ายขึ้น	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลบนมือถือในประเทศเนปาล	Rabindra Aryal (2021)
14) ทฤษฎีนี้วอลเล่ย์ทีมผู้ผู้เชี่ยวชาญในการช่วยเหลือดูแลในการทำธุรกรรม	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)
15) ทฤษฎีนี้วอลเล่ย์ทีมผู้เชี่ยวชาญในออกแบบระบบธุรกรรมที่ปลอดภัย	อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	นันท์ธิดา ทองดี (2561)
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี		
1. ด้านการรับรู้ประโยชน์		
1) การใช้ทฤษฎีนี้วอลเล่ย์ทำให้ท่านไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมากเพื่อทำธุรกรรม	การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี	บัณฑิต ขวนขุนทด (2561)

ตารางที่ 3.1 แสดงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม	ชื่องานวิจัย	ผู้แต่ง (ปี)
2) การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ท่านสามารถตรวจสอบประวัติการใช้จ่ายได้สะดวก	ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการใช้จ่ายเงินออนไลน์ (e-Wallet)	บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์ (2561)
3) การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตช่วยลดความผิดพลาดในการทำธุรกรรม	อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	นันท์ธิดา ทองดี (2561)
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน		
4) ทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)
5) ทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีระบบไม่ยุ่งยาก	ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการใช้จ่ายเงินออนไลน์ (e-Wallet)	บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์ (2561)
6) ท่านคิดว่าการใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นเรื่องง่าย	การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี	บัณฑิต ชวนขุนทด (2561)
การตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทรูมันนี่วอลเล็ต		
1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ		
1) ท่านต้องการทำธุรกรรมที่มีความปลอดภัย	การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี	บัณฑิต ชวนขุนทด (2561)
2) ท่านต้องการทำธุรกรรมโดยไม่ต้องพกเงินสด	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ E-wallet เป็นวิธีการชำระเงิน ของเยาวชนชาวมาเลเซีย	Wasiul Karim (2020)

ตารางที่ 3.1 แสดงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม (ต่อ)

คำถาม	ชื่องานวิจัย	ผู้แต่ง (ปี)
3) ท่านต้องการทำธุรกรรมที่มีความถูกต้องรวดเร็ว	อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์	นนท์ธิดา ทองดี (2561)
2. การค้นหาข้อมูล		
4) ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของทรูมันนี่วอลเล็ต	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)
5) ท่านมีการค้นหาข้อมูลด้านความหลากหลายของการให้บริการผ่านทรูมันนี่วอลเล็ต	การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งาน กระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet)	บุญยาพร จ้างงค์ฤทธิ์ (2561)
6) ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมของทรูมันนี่วอลเล็ต	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ E-wallet เป็นวิธีการชำระเงิน ของเยาวชนชาวมาเลเซีย	Wasiul Karim (2020)
3. การประเมินทางเลือก		
7) ท่านพิจารณาจากชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	อริสรา วรวัฒน์อมรชัย (2560)
8) พิจารณาเปรียบเทียบความสะดวกสบายในการใช้บริการทรูมันนี่วอลเล็ต	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)
9) ท่านพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชัน	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งาน กระเป๋าเงินดิจิทัลบนมือถือในประเทศเนปาล	Rabindra Aryal (2021)

ตารางที่ 3.1 แสดงเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสร้างแบบสอบถาม (ต่อ)

4. กระบวนการตัดสินใจ		
10) ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรมันนี้	การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment	ภิญญา กลิ่นทองคำ (2561)
11) ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรมันนี้	การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet)	บุญยาพร จำนงค์ฤทธิ์ (2561)
12) ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรมันนี้	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลบนมือถือในประเทศเนปาล	Rabindra Aryal (2021)
5. การประเมินหลังการตัดสินใจ		
13) ท่านมีความพึงพอใจต่อการใช้งานทรมันนี้หรือไม่	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	อริสรา วรวัฒนอมรชัย (2560)
14) ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนใกล้ชิดให้มาใช้งานทรมันนี้หรือไม่	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ E-Wallet ในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19	Lee Yong Ming Kelvin (2022)
15) ท่านจะใช้งานทรมันนี้ต่อไปในอนาคต	อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	รัชชานนท์ ชัยเจริญ (2565)

3.3.2 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษา อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนี้วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง แบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น สำหรับคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามให้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ โดยสร้างคำถามแบบมาตราหลายค่า จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยจะเป็นคำถามปลายปิด ที่สามารถเลือกได้เพียง 1 คำตอบ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย ระบบยืนยันตัวตน การเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ โดยคำถามปลายปิด ที่ถามความคิดเห็นในระดับต่างๆ ในลักษณะส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินค่าความเห็น 5 ระดับของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

การแบ่งช่วงคะแนนความคิดเห็นปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการใช้งานทรูมันนี่ วอลเล็ทในร้านสะดวกซื้อ กำหนดเป็นแบบลิเคิร์ท โดยมีระดับคะแนน ดังนี้

กำหนดค่าระดับ 1 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

กำหนดค่าระดับ 2 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย

กำหนดค่าระดับ 3 มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง

กำหนดค่าระดับ 4 มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก

กำหนดค่าระดับ 5 มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยคำถามปลายปิด ที่ถามความคิดเห็นในระดับต่าง ๆ ในลักษณะส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้หลักเกณฑ์ในการประเมินค่าความเห็น 5 ระดับของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scales) ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

การแบ่งช่วงคะแนนความคิดเห็นปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้งานทรูมันนี่ วอลเล็ทในร้านสะดวกซื้อ โดยมีระดับคะแนน ดังนี้

กำหนดค่าระดับ 1 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

กำหนดค่าระดับ 2 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย

กำหนดค่าระดับ 3 มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง

กำหนดค่าระดับ 4 มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก

กำหนดค่าระดับ 5 มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทรูมันนี่วอลเล็ทในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด แบ่งเป็น 5 ระดับ แบบมาตราส่วนประมาณค่าในรูปแบบของลิเคิร์ท ตั้งแต่มากที่สุดถึงน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

การแบ่งช่วงคะแนนความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทรูมันนี่วอลเล็ทในร้านสะดวกซื้อ กำหนดเป็นแบบลิเคิร์ท โดยมีระดับคะแนน ดังนี้

กำหนดค่าระดับ 1 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

กำหนดค่าระดับ 2 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย

กำหนดค่าระดับ 3 มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง

กำหนดค่าระดับ 4 มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก

กำหนดค่าระดับ 5 มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดค่าอันตรภาคชั้นเพื่อการแปลผลข้อมูล โดยภายหลังจากได้คะแนนระดับความสำคัญแล้ว จึงนำมาจัดลำดับการให้ความสำคัญของปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ม้วนไว้ในร้านสะดวกซื้อ โดยนำมาหาค่าคะแนนแบบถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย โดยการพิจารณาค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้จะแบ่งออกเป็น 5 ระดับในการแปลความหมายเริ่มตั้งแต่ 1.00-5.00 โดยแบ่งช่วงคะแนนในแต่ละระดับเท่า ๆ กัน โดยให้มีอันตรภาคชั้นเท่ากัน คือ 0.8 สามารถคำนวณได้จากสูตร (กลยา วานิษฐ์บัญชา, 2554)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เมื่อได้ความกว้างของอันตรภาคชั้นแล้ว จึงสามารถนำค่าคะแนนเฉลี่ยมาแปลความหมาย ได้ดังนี้

ช่วงของระดับคะแนน	ปัจจัยความปลอดภัย ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ม้วนไว้ในร้านสะดวกซื้อ
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
1.81 – 2.60	น้อย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	มาก
4.21 – 5.00	มากที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานที่ม้วนไว้ในร้านสะดวกซื้อ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลดังนี้

3.5.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จำนวน 400 ตัวอย่าง เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วจึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.5.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ ตำรา บทความ อินเทอร์เน็ต วารสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และสารานิพนธ์ เป็นต้น

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความปลอดภัย ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่รูปร่างเหมือนบัตรเครดิตในร้านสะดวกซื้อ แสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติ SPSS ในการทดสอบและวิเคราะห์ผลการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัว การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรที่มีมากกว่า 2 ตัวขึ้นไป การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงทิศทางระหว่างตัวแปรอิสระ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

1) การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่รูปร่างเหมือนบัตรเครดิตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์มีทั้งประเภท 2 ตัวแปร และมากกว่า 2 ตัวแปรและลักษณะข้อมูลเป็นการให้น้ำหนักคะแนน ผู้วิจัยจึงใช้สถิติ t-Test, One Way ANOVA (F-test) และหากพบความแตกต่างจะเปรียบเทียบเพิ่มเติมด้วยวิธี LSD

2) การวิเคราะห์ปัจจัยความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่รูปร่างเหมือนบัตรเครดิตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์เป็นมาตรวัดอัตราส่วน ผู้วิจัยจึงใช้สถิติ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Enter

3) การวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่รูปร่างเหมือนบัตรเครดิตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์เป็นมาตรวัดอัตราส่วน ผู้วิจัยจึงใช้สถิติ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Enter

สำหรับการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณในการทดสอบระดับอิทธิพลการส่งผลกระทบต่อระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม เนื่องจากเป็นวิธีที่มีความเหมาะสมในการพิจารณาคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดที่ผู้วิจัยจะได้โมเดลผ่านการคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ไม่ได้ส่งผลถึงค่า R² (R Square) ให้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติออก ซึ่งวิธีอื่นไม่ได้ดำเนินการในส่วนนี้ (ทรงศักดิ์ ภูศรีอ่อน, 2554) โดยกำหนดเงื่อนไขคือ

- การแจกแจงของตัวแปรต้น และตัวแปรตาม เป็นโค้งปกติ จากการทดสอบการแจกแจงความถี่ พบว่า วิธีการ exponential สามารถแปลง (transform) คะแนน ให้มีการแจกแจงแบบโค้งปกติมากที่สุด จึงแปลงคะแนนของตัวแปรอิสระทุกตัว ให้อยู่ในรูปของคะแนนที่แปลงค่าใหม่

- ตัวแปรต้นทุกตัว มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear) กับตัวแปรตาม
- ตัวแปรอิสระทุกตัว จะไม่มีความสัมพันธ์กันเอง เพื่อป้องกันปัญหา multicollinearity โดยพิจารณาจากค่า ความคงทนของการยอมรับ (Tolerance) มีค่าไม่น้อยกว่า 0.10 ค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation Factor, VIF) มีค่าที่น้อยกว่า 10 (Kleinbaum, 1998)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ทั้งนี้ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 8 ส่วนดังต่อไปนี้ ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
Sig	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ (Significance)
t-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t – Distribution
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R Square : R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์
Adjusted R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เมื่อปรับแล้ว
SE^b	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์
SE_{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
b	แทน	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนดิบ (Score Weight)
β	แทน	ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Beta Weight)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 8 ส่วน ตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความปลอดภัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้งานถุงมือกันเชื้อในร้านสะดวกซื้อ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันเชื้อในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันเชื้อในร้านสะดวกซื้อ

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันเชื้อในร้านสะดวกซื้อ

ส่วนที่ 8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

4.2.1 ผลการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยการกำหนดให้น่าแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านพิจารณา ซึ่งมีรายชื่อดังต่อไปนี้ (ภาคผนวก ค หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบถาม)

1. ผศ.ดร.รังสรรค์ สุวรรณหงส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

2. อาจารย์ ดร.ณัฐมน บัวพรมมี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3. อาจารย์ ดร.กัตตกมล พิศแลงาม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

โดยผลของการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ได้ค่าความเที่ยงตรงของข้อคำถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.67 -1.0 ซึ่งถือว่าเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในเกณฑ์และมีความสอดคล้องเหมาะสม (ดังแสดงรายละเอียดในภาคผนวก ง ค่าเที่ยงตรงของแบบสอบถาม)

4.2.2 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ในการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบใช้แบบสอบถามโดยการใช้กับผู้ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าประสิทธิภาพสัมพัทธ์แอลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป ตามตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านล่างนี้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

หัวข้อเรื่อง	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's α)
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	
- ด้านระบบยืนยันตัวตน	0.961
- ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก	0.737
- ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี	0.963
- ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล	0.899
- ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ	0.951
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	
- การรับรู้ประโยชน์	0.812
- การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.779
การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ	0.996

4.3 ผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส อาชีพ ความถี่การใช้งาน และจำนวนเงินที่ใช้ ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 4.2 – ตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	145	36.25
หญิง	255	63.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 และเพศชาย จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 – 30 ปี	181	45.25
31 – 40 ปี	154	38.50
41 – 50 ปี	46	11.50
51 – 60 ปี	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 18 – 30 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมาอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และมีอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	166	41.50
ปริญญาตรี	211	52.75
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมาได้มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	11	2.75
10,000 - 20,000 บาท	159	39.75
20,001 - 30,000 บาท	155	38.75
มากกว่า 30,000 บาท	75	18.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 มีรายได้ มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	346	86.50
สมรส	38	9.50
หย่าร้าง	16	4.00
แยกกันอยู่	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านสถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	66	16.50
ข้าราชการ	37	9.25
ธุรกิจส่วนตัว	179	44.75
พนักงานบริษัทเอกชน	112	28.00
รับจ้างทั่วไป	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.7 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมา เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 รับราชการ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.25 และรับจ้างทั่วไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านความถี่การใช้งาน

ความถี่ในการใช้งาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1- 3 ครั้ง	14	3.50
4 – 6 ครั้ง	67	16.75
มากกว่า 6 ครั้ง	319	79.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านความถี่การใช้งานความถี่ในการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้งานพรมันนีวอลล์ในร้านสะดวกซื้อมากกว่า

6 ครั้ง จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 รองลงมาที่มีความถี่ในการใช้งาน 4 – 6 ครั้ง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 และความถี่ในการใช้งาน 1- 3 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านจำนวนเงินที่ใช้

จำนวนเงินในการใช้งาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท	27	6.75
100 – 300 บาท	278	69.50
301 – 500 บาท	95	23.75
มากกว่า 500 บาท	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างด้านจำนวนเงินที่ใช้จำนวนเงินในการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนเงินในการใช้งานหลัมนี้อยู่ในร้านสะดวกซื้อ 100 – 300 บาท จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาที่มีจำนวนเงินในการใช้งาน 301 – 500 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และมีจำนวนเงินในการใช้งานต่ำกว่า 100 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความปลอดภัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย 1) ด้านระบบยืนยันตัวตน 2) ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก 3) ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี 4) ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และ 5) ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

กำหนดเกณฑ์การวัดคะแนนความคิดเห็น ได้ดังนี้

ระดับมากที่สุด	คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับมาก	คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก
ระดับปานกลาง	คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับน้อย	คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับน้อย
ระดับน้อยที่สุด	คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านระบบยืนยันตัวตน	4.68	0.44	มากที่สุด	4
2. ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก	4.72	0.41	มากที่สุด	3
3. ด้านการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี	4.75	0.38	มากที่สุด	1
4. ด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล	4.74	0.39	มากที่สุด	2
5. ด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ	4.42	0.49	มากที่สุด	5
รวม	4.66	0.35	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$) เมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งด้านการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.75$) รองลงมาด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.74$) ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก ($\bar{X} = 4.72$) ด้านระบบยืนยันตัวตน ($\bar{X} = 4.68$) และด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
ด้านระบบยืนยันตัวตน

ปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านระบบยืนยันตัวตน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ท่านคิดว่าระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตมีความปลอดภัย	4.68	0.53	มากที่สุด	2
2. ท่านคิดว่าจะเกิดการโจรกรรมข้อมูลบนระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตได้ยาก	4.70	0.49	มากที่สุด	1
3. ท่านคิดว่าการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นระบบที่มีความเสถียร	4.67	0.54	มากที่สุด	3
รวม	4.68	0.44	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านระบบยืนยันตัวตน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อท่านคิดว่าจะเกิดการโจรกรรมข้อมูลบน

ระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตได้ยาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.68$) และท่านคิดว่าการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นระบบที่มีความเสถียร ($\bar{X} = 4.67$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก

ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ทรูมันนี่วอลเล็ตให้บริการความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านการใส่รหัสก่อนใช้งานทุกครั้ง	4.76	0.49	มากที่สุด	1
2. ระบบการตั้งรหัสมีระดับความยากที่ช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์	4.66	0.64	มากที่สุด	2
3. ทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการตั้งรหัสหลายรูปแบบ เช่น การพิมพ์ลายนิ้วมือ การใส่รหัสตัวเลขและการจดจำใบหน้า ซึ่งช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์	4.76	0.44	มากที่สุด	1
รวม	4.72	0.41	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อทรูมันนี่วอลเล็ตให้บริการความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านการใส่รหัสก่อนใช้งานทุกครั้ง ($\bar{X} = 4.76$) และข้อทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการตั้งรหัสหลายรูปแบบ เช่น การพิมพ์ลายนิ้วมือ การใส่รหัสตัวเลขและการจดจำใบหน้า ซึ่งช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.76$) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน รองลงมา คือ ระบบการตั้งรหัสมีระดับความยากที่ช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.66$)

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
ด้านการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี

ปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านการทำธุรกรรมและ ตรวจสอบความเคลื่อนไหว ทางบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. ท่านคิดว่าทรูมันนี่วอลเล็ตมี การป้องกันข้อมูลธุรกรรมผ่าน อินเทอร์เน็ต ทำให้รู้สึก ปลอดภัย	4.67	0.51	มากที่สุด	3
2. ท่านสามารถตรวจสอบความ เคลื่อนไหวทางบัญชีได้ ตลอดเวลา	4.83	0.39	มากที่สุด	1
3. ทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการ แจ้งเตือนการทำธุรกรรมที่ ถูกต้องรวดเร็ว	4.75	0.59	มากที่สุด	2
รวม	4.75	0.38	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อที่ท่านสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.83$) รองลงมา คือ ทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการแจ้งเตือนการทำธุรกรรมที่ถูกต้องรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.75$) และท่านคิดว่าทรูมันนี่วอลเล็ตมีการป้องกันข้อมูลธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้รู้สึกปลอดภัย ($\bar{X} = 4.67$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
ด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

ปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านการปกป้องข้อมูล ส่วนบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. ท่านรู้สึกว่าคุณมีส่วนตัวของ ท่านจะไม่ถูกเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น	4.72	0.50	มากที่สุด	3
2. ท่านรู้สึกว่าระบบมีกลไกทาง เทคนิคที่ปกป้องข้อมูลส่วนตัว ของท่านในการทำธุรกรรม ออนไลน์	4.73	0.48	มากที่สุด	2
3. ท่านคิดว่าทรูมันนี่วอลเล็ตมี การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไว้เป็นความลับ	4.76	0.46	มากที่สุด	1
รวม	4.74	0.39	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อท่านคิดว่าทรูมันนี่วอลเล็ตมีการเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไว้เป็นความลับ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมา คือ ท่านรู้สึกว่าระบบมีกลไกทางเทคนิคที่ปกป้องข้อมูลส่วนตัวของท่านในการทำธุรกรรมออนไลน์ ($\bar{X} = 4.73$) และท่านรู้สึกว่าคุณมีส่วนตัวของท่านจะไม่ถูกเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น ($\bar{X} = 4.72$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
ด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ

ปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. ทรูมันนี่วอลเล็ตมีทีม ผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยอธิบายการ ใช้งานให้ง่ายขึ้น	4.55	0.56	มากที่สุด	1
2. เมื่อเกิดปัญหาทรูมันนี่วอล เล็ตมีทีมผู้เชี่ยวชาญในการ ช่วยเหลือดูแลการทำธุรกรรม ออนไลน์	4.45	0.61	มากที่สุด	2
3. ทรูมันนี่วอลเล็ตมีทีม ผู้เชี่ยวชาญในออกแบบระบบ ธุรกรรมที่ปลอดภัย	4.28	0.63	มากที่สุด	3
รวม	4.42	0.49	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านที่ผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีผู้ผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยอธิบายการใช้งานให้ง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมา คือ เมื่อเกิดปัญหาทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีผู้ผู้เชี่ยวชาญในการช่วยเหลือดูแลการทำธุรกรรมออนไลน์ มีระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.45$) และ ทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีผู้ผู้เชี่ยวชาญในออกแบบระบบธุรกรรมที่ปลอดภัย มีระดับความคิดเห็นมาก ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 1) การรับรู้ประโยชน์ และ 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยใช้การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

กำหนดเกณฑ์การวัดคะแนนความคิดเห็น ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการรับรู้ประโยชน์	4.64	0.40	มากที่สุด	2
2. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.74	0.35	มากที่สุด	1
รวม	4.69	0.34	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$) เมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.74$) รองลงมาด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.64$)

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
ด้านการรับรู้ประโยชน์

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ ท่านไม่ต้องพกเงินสดจำนวน มากเพื่อทำธุรกรรม	4.71	0.49	มากที่สุด	2
2. การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ ท่านสามารถตรวจสอบประวัติ การใช้จ่ายได้สะดวก	4.49	0.59	มากที่สุด	3
3. การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตช่วย ลดความผิดพลาดในการทำ ธุรกรรม	4.72	0.47	มากที่สุด	1
รวม	4.64	0.40	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการรับรู้ประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อการใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตช่วยลดความผิดพลาดในการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา คือ การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ท่านไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมากเพื่อทำธุรกรรม ($\bar{X} = 4.71$) และ การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ท่านสามารถตรวจสอบประวัติการใช้จ่ายได้สะดวก ($\bar{X} = 4.49$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการ ใช้งาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. ทรูมันนี่วอลเล็ตมีขั้นตอน การใช้งานที่ชัดเจน	4.57	0.56	มากที่สุด	3
2. ทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการ ทำธุรกรรมออนไลน์ที่ไม่ยุ่งยาก	4.87	0.36	มากที่สุด	1
3. ท่านคิดว่าการใช้ทรูมันนี่ วอลเล็ตเป็นเรื่องง่าย	4.79	0.43	มากที่สุด	2
รวม	4.74	0.35	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.74$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ที่ไม่ยุ่งยาก ($\bar{X} = 4.87$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่าการใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นเรื่องง่าย ($\bar{X} = 4.79$) และทรูมันนี่วอลเล็ตมีขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.57$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

การวิเคราะห์การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ประกอบด้วย 1) ด้านการตระหนักถึงปัญหา 2) ด้านการค้นหาข้อมูล 3) ด้านการประเมินทางเลือก 4) ด้านกระบวนการตัดสินใจ และ 5) ด้านการประเมินหลังตัดสินใจ โดยใช้การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

กำหนดเกณฑ์การวัดคะแนนความคิดเห็น ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.19 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

การตัดสินใจเลือกใช้งาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการตระหนักถึงปัญหา	4.61	0.45	มากที่สุด	3
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	4.54	0.47	มากที่สุด	5
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.59	0.44	มากที่สุด	4
4. ด้านกระบวนการตัดสินใจ	4.75	0.38	มากที่สุด	1
5. ด้านการประเมินหลังตัดสินใจ	4.73	0.38	มากที่สุด	2
รวม	4.64	0.35	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) เมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งด้านกระบวนการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.75$) รองลงมา คือ ด้านการประเมินหลัง

ตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.73$) ด้านการตระหนักถึงปัญหา ($\bar{X} = 4.61$) ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.59$) และด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.54$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการตระหนักถึงปัญหา

การตัดสินใจเลือกใช้งาน ด้านการตระหนักถึงปัญหา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ท่านต้องการทำธุรกรรม ออนไลน์ด้วยทรูมันนี่วอลเล็ตที่ มีความปลอดภัย	4.59	0.58	มากที่สุด	2
2. ท่านต้องการทำธุรกรรม ออนไลน์ด้วยทรู มันนี่วอลเล็ต โดยไม่ต้องพกเงินสด	4.50	0.60	มากที่สุด	3
3. ท่านต้องการทำธุรกรรม ออนไลน์ด้วยทรู มันนี่วอลเล็ต ที่มีความถูกต้องรวดเร็ว	4.73	0.49	มากที่สุด	1
รวม	4.61	0.45	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการตระหนักถึงปัญหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$ S.D. = 0.46) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อท่านต้องการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยทรู มันนี่วอลเล็ตที่มีความถูกต้องรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.73$) รองลงมา คือ ท่านต้องการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.59$) และท่านต้องการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยทรู มันนี่วอลเล็ตโดยไม่ต้องพกเงินสด ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูล

การตัดสินใจเลือกใช้งาน ด้านการค้นหาข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ท่านมีการค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับการใช้งานของทรูมันนี่ วอลเล็ต	4.65	0.55	มากที่สุด	1
2. ท่านมีการค้นหาข้อมูลด้าน ความหลากหลายของการ ให้บริการผ่านทรูมันนี่วอลเล็ต	4.54	0.59	มากที่สุด	2
3. ท่านมีการค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับการทำธุรกรรมของทรู มันนี่วอลเล็ต	4.42	0.65	มากที่สุด	3
รวม	4.54	0.47	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของทรูมันนี่วอลเล็ต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.65$) รองลงมา คือ ท่านมีการค้นหาข้อมูลด้านความหลากหลายของการให้บริการผ่านทรูมันนี่วอลเล็ต ($\bar{X} = 4.54$) และท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมของทรูมันนี่วอลเล็ต ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก

การตัดสินใจเลือกใช้งาน ด้านการประเมินทางเลือก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ท่านพิจารณาจากชื่อเสียง ของแอปพลิเคชัน	4.54	0.65	มากที่สุด	2
2. ท่านพิจารณาเปรียบเทียบ ความสะดวกสบายในการใช้ บริการทรูมันนี่วอลเล็ต	4.37	0.72	มากที่สุด	3
3. ท่านพิจารณาจากความ น่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันทรู มันนี่วอลเล็ต	4.87	0.36	มากที่สุด	1
รวม	4.59	0.44	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อท่านพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.87$) รองลงมา คือ ท่านพิจารณาจากชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน ($\bar{X} = 4.54$) และท่านพิจารณาเปรียบเทียบความสะดวกสบายในการใช้บริการทรูมันนี่วอลเล็ต ($\bar{X} = 4.37$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านกระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจเลือกใช้งาน ด้านกระบวนการตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ท่านตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตมี ขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน	4.78	0.46	มากที่สุด	2
2. ท่านตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตช่วย ให้ทำธุรกรรมชำระค่าสินค้า และบริการได้เร็วขึ้น	4.83	0.39	มากที่สุด	1
3. ท่านตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตเป็น ระบบที่มีความเสถียร	4.66	0.57	มากที่สุด	3
รวม	4.75	0.38	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านกระบวนการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตช่วยให้ทำธุรกรรมชำระค่าสินค้าและบริการได้เร็วขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.83$) รองลงมา คือ ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตมีขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.78$) และท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นระบบที่มีความเสถียร ($\bar{X} = 4.66$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านการประเมินหลังตัดสินใจ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ ด้านการประเมินหลัง ตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ท่านมีความพึงพอใจต่อการ ใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต	4.81	0.43	มากที่สุด	1
2. ท่านจะแนะนำ给朋友หรือ คนใกล้ชิดให้มาใช้งานทรูมันนี่ วอลเล็ต	4.65	0.55	มากที่สุด	3
3. ท่านจะใช้งานทรูมันนี่วอล เล็ตต่อไปในอนาคต	4.74	0.49	มากที่สุด	2
รวม	4.73	0.38	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า การตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อ ด้านการประเมินหลังตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) เมื่อแยกพิจารณารายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ซึ่งข้อท่านมีความพึงพอใจต่อการใช้งานนมวัวเนื้อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.81$) รองลงมา คือ ท่านจะใช้งานนมวัวเนื้อต่อไปในอนาคต ($\bar{X} = 4.74$) และท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนใกล้ชิดให้มาใช้งานนมวัวเนื้อ ($\bar{X} = 4.65$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ใช้การใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่าค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	t-test	Sig
ชาย	145	4.63	0.37	-0.455	0.650
หญิง	255	4.65	0.34		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) (Sig. > 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานนมวัวเนื้อในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

อายุ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-test	Sig
18 – 30 ปี	181	4.64	0.36	0.324	0.808
31 – 40 ปี	154	4.63	0.35		
41 – 50 ปี	46	4.69	0.33		
51 – 60 ปี	19	4.63	0.36		
รวม	400	4.64	0.35		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) (Sig. > 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานน้ำมันนวดเล็กในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-test	Sig
ต่ำกว่าปริญญาตรี	166	4.67	0.35	2.595	0.076
ปริญญาตรี	211	4.61	0.36		
สูงกว่าปริญญาตรี	23	4.77	0.27		
รวม	400	4.64	0.35		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) (Sig. > 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.28 – ตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-test	Sig
ต่ำกว่า 10,000 บาท	11	4.15	0.52	8.591	0.000*
10,000 - 20,000 บาท	159	4.63	0.34		
20,001 - 30,000 บาท	155	4.67	0.32		
มากกว่า 30,000 บาท	75	4.67	0.33		
รวม	400	4.64	0.35		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) (Sig. < 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน โดยสามารถหาความแตกต่างจากการเปรียบเทียบรายคู่ได้ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบรายคู่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 4.15$)	10,000 - 20,000 บาท ($\bar{X} = 4.63$)	20,001 - 30,000 บาท ($\bar{X} = 4.67$)	มากกว่า 30,000 บาท ($\bar{X} = 4.67$)
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4.15	-	0.487*	0.529*	0.528*
10,000 - 20,000 บาท	4.63		-	0.042	0.041
20,001 - 30,000 บาท	4.67			-	-0.001
มากกว่า 30,000 บาท	4.67				-

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3 คู่ คือ กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ต่ำกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ต่ำกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ต่ำกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท

สมมติฐานที่ 1.5 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

สถานภาพสมรส	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-test	Sig
โสด	346	4.65	0.35	0.354	0.702
สมรส	38	4.61	0.34		
หย่าร้าง	16	4.60	0.33		
แยกกันอยู่	-	-	-		
รวม	400	4.64	0.35		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) (Sig. > 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

อาชีพ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-test	Sig
นักเรียน/นักศึกษา	66	4.64	0.37	1.068	0.372
ข้าราชการ	37	4.68	0.31		
ธุรกิจส่วนตัว	179	4.66	0.34		
พนักงานบริษัทเอกชน	112	4.63	0.37		
รับจ้างทั่วไป	6	4.39	0.26		
รวม	400	4.64	0.35		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ($\text{Sig.} > 0.05$) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการใช้งานกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

ความถี่ในการใช้งาน	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-test	Sig
1- 3 ครั้ง	14	4.63	0.24	0.025	0.975
4 – 6 ครั้ง	67	4.64	0.34		
มากกว่า 6 ครั้ง	319	4.65	0.36		
รวม	400	4.64	0.35		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ($\text{Sig.} > 0.05$) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.8 ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

H_0 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

สถิติทดสอบใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อพบว่า ค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังตารางที่ 4.33 – ตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งานกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

จำนวนเงินในการใช้งาน	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	F-test	Sig
ต่ำกว่า 100 บาท	27	4.46	0.48	4.869	0.008*
100 – 300 บาท	278	4.64	0.34		
301 – 500 บาท	95	4.70	0.31		
มากกว่า 500 บาท	-	-	-		
รวม	400	4.64	0.35		

*มีนัยสำคัญที่ระดับสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า เป็นการปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) (Sig. < 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน โดยสามารถหาความแตกต่างจากการเปรียบเทียบรายคู่ได้ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบรายคู่จำนวนเงินในการใช้งานกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

จำนวนเงินในการใช้งาน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 100 บาท ($\bar{X} = 4.46$)	100 – 300 บาท ($\bar{X} = 4.64$)	301 – 500 บาท ($\bar{X} = 4.70$)
ต่ำกว่า 100 บาท	4.46	-	0.177*	0.235*
100 – 300 บาท	4.64	-	-	0.057
301 – 500 บาท	4.70	-	-	-
มากกว่า 500 บาท	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งาน พบความแตกต่างของแต่ละจำนวนเงินในการใช้งาน 2 คู่ คือ กลุ่มที่มีจำนวนเงินในการใช้งานต่ำกว่า 100 บาท มีการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ต่ำกว่ากลุ่มที่มีจำนวนเงินในการใช้งาน 100 – 300 บาท และกลุ่มที่มีจำนวนเงินในการใช้งานต่ำกว่า 100 บาท มีการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ต่ำกว่ากลุ่มที่มีจำนวนเงินในการใช้งาน 301 – 500 บาท

ส่วนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.104	0.152		7.263	0.000		
ด้านระบบยืนยันตัวตน (X ₁)	0.286	0.039	0.359	7.274	0.000*	0.414	2.418
ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก (X ₂)	-0.013	0.043	-0.016	-0.308	0.758	0.386	2.592
ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี (X ₃)	0.106	0.050	0.117	2.128	0.034*	0.336	2.979
ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล (X ₄)	0.286	0.043	0.322	6.709	0.000*	0.437	2.286
ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ (X ₅)	0.091	0.028	0.128	3.268	0.001*	0.660	1.516
R = 0.776 R ² = 0.602 Adjusted R ² = 0.597 SE _{EST} = 0.221 F = 119.377 P = 0.000* Durbin Watson = 1.745							

a. Dependent Variable: การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก (ไม่เกิด Multicollinearity) ทำการตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้ VIF ที่เหมาะสมต้องมีค่าน้อยกว่า 10 หากเกินกว่านี้แสดงว่า เกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 2.979 ซึ่งน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด 0.336 ซึ่งมีค่าไม่น้อยกว่า 0.10 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Kleinbaum (1998) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่เกิด Multicollinearity

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านความปลอดภัยกับการตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ พบว่า ด้านระบบยืนยันตัวตน ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ สามารถทำนายการตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ ได้ร้อยละ 60.2 ($R^2 = 0.602$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 39.8 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.221 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.776 ซึ่งสามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{การตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ} = 1.104 + 0.106 X_1 + 0.106 X_3 + 0.286 X_4 + 0.091 X_5$$

และได้สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\text{การตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ} = 0.359 X_1 + 0.117 X_3 + 0.322 X_4 + 0.128 X_5$$

จากสมการจึงสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านความปลอดภัย ได้แก่ ด้านระบบยืนยันตัวตน ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านระบบยืนยันตัวตน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านระบบยืนยันตัวตน มีค่าเท่ากับ 0.359 แสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านระบบยืนยันตัวตน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ เพิ่มขึ้น 0.359 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของปัจจัยด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี มีค่าเท่ากับ 0.117 แสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือในร้านสะดวกซื้อ เพิ่มขึ้น 0.117 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของปัจจัยด้านความปลอดภัยในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล มีค่าเท่ากับ 0.322 แสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยด้านความปลอดภัยในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เพิ่มขึ้น 0.322 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของปัจจัยด้านความปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญมีค่าเท่ากับ 0.128 แสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยด้านความปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เพิ่มขึ้น 0.128 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ส่วนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ Multiple Regression ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.956	0.162		5.908	0.000		
ด้านการรับรู้ประโยชน์ (X_1)	0.363	0.036	0.418	10.004	0.000*	0.614	1.627
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (X_2)	0.423	0.042	0.424	10.144	0.000*	0.614	1.627
R = 0.758 $R^2 = 0.574$ Adjusted $R^2 = 0.572$ $SE_{EST} = 0.228$ $F = 267.722$ $P = 0.000^*$ Durbin Watson = 2.129							

a. Dependent Variable: การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเองในระดับที่สูงมาก (ไม่เกิด Multicollinearity) ทำการตรวจสอบ Multicollinearity จะใช้ค่า

Variance inflation factor (VIF) และค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบ ดังนี้ VIF ที่เหมาะสมต้องมีค่าน้อยกว่า 10 หากเกินกว่านี้แสดงว่า เกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า VIF ที่ได้มีค่า 1.627 ซึ่งน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance ที่ได้มีค่า 0.614 ซึ่งมีค่าไม่น้อยกว่า 0.10 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Kleinbaum (1998) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือไม่เกิด Multicollinearity

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ พบว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สามารถทำนายการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ ได้ร้อยละ 57.4 ($R^2 = 0.574$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 42.6 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.228 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ 0.758 ซึ่งสามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ} = 0.956 + 0.363 X_1 + 0.423 X_2$$

และได้สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\text{การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ} = 0.418 X_1 + 0.424 X_2$$

จากสมการจึงสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ มีค่าเท่ากับ 0.418 แสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ เพิ่มขึ้น 0.418 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.424 แสดงให้เห็นว่า ถ้าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ เพิ่มขึ้น 0.424 หน่วย เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นในสมการให้คงที่

ส่วนที่ 8 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.37 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน

การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ท	ลักษณะทางประชากรศาสตร์							
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน	สถานภาพสมรส	อาชีพ	ความถี่ในการใช้งาน	จำนวนเงินที่ใช้
ภาพรวม	-	-	-	√	-	-	-	√

หมายเหตุ √ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.38 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ

สมมติฐาน	ปัจจัยด้านความปลอดภัย	สถิติที่ใช้	Sig.	ผลการทดสอบ
ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ	- ด้านระบบยืนยันตัวตน	MRA	0.000*	มีผล
	- ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก	MRA	0.758	ไม่มีผล
	- ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี	MRA	0.034*	มีผล
	- ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล	MRA	0.000*	มีผล
	- ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ	MRA	0.001*	มีผล

ตารางที่ 4.39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ

สมมติฐาน	ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	สถิติที่ใช้	Sig.	ผลการทดสอบ
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ	- ด้านการรับรู้ประโยชน์	MRA	0.000*	มีผล
	- ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	MRA	0.000*	มีผล

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ 2) ศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ และ 3) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่ใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ในการชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านสะดวกซื้อในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression) ผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 อายุ 18 – 30 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 สถานภาพโสด จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 มีธุรกิจส่วนตัว จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 มีความถี่ในการใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ มากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.75 มีจำนวนเงินในการใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ 100 – 300 บาท จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.50

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความปลอดภัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$) เมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งด้านการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.75$) รองลงมาด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.74$) ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก ($\bar{X} = 4.72$) ด้านระบบยืนยันตัวตน ($\bar{X} = 4.68$) และด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 4.42$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$) เมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.74$) รองลงมาด้านการรับรู้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.64$)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อ

จากการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$) เมื่อแยกพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งด้านกระบวนการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.75$) รองลงมา คือ ด้านการประเมินหลังตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.73$) ด้านการตระหนักถึงปัญหา ($\bar{X} = 4.61$) ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.59$) และด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.54$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ความถี่การใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือน และจำนวนเงินที่ใช้แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานถุงมือกันน้ำในร้านสะดวกซื้อ สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านความปลอดภัย ได้แก่ ด้านระบบยืนยันตัวตน ปลอดภัยในการทำธุรกรรม และตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล และปลอดภัยด้วย

ทีมผู้เชี่ยวชาญ มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยอิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งาน ทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานของการศึกษา ได้ดังนี้

5.2.1 สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ ดังนี้

ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านรายได้ต่อเดือนส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ต่ำกว่ากลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีอำนาจในการซื้อไม่มากนัก เนื่องจากต้องแบ่งรายได้ที่เป็นรายรับให้เพียงพอต่อรายจ่ายอื่น ๆ ในแต่ละเดือน จึงต้องเรียงลำดับความสำคัญในการซื้อสิ่งของที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของภิญญา กลิ่นทองคำ (2561) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment แตกต่างกัน

ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านจำนวนเงินในการใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินในการใช้งานต่ำกว่า 100 บาท มีการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินในการใช้งาน 100 บาทขึ้นไป แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนเงินในการใช้งานต่ำกว่า 100 บาท จะทำการซื้อสินค้าเพียงเล็กน้อยผ่านการจ่ายเงินด้วยทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เพราะคิดว่าจะมีความเหมาะสมกว่าการใช้จ่ายด้วยเงินสด ส่วนกลุ่มที่มีจำนวนเงินในการใช้จ่ายสูง จะมีอำนาจในการจับจ่ายซื้อสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจคือของฟิลิป คอตเลอร์ (Phillip Kotler, 2012) ในขั้นตอนของการประเมินทางเลือกที่ถูกค่าหรือผู้รับบริการจะใช้งานผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดสำหรับตนเอง

ลักษณะของประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ความถี่การใช้งานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่ไม่

แตกต่างกันเนื่องจากการพัฒนาระบบทรูมันนี่วอลเล็ตต้องการให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม เพื่อให้ทุกคนสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก เป็นไปตามแนวคิดการให้บริการทรูมันนี่วอลเล็ต (TrueMoney Wallet) ที่ได้นำองค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีจาก Ant Financial และกลุ่มเครือเจริญโภคภัณฑ์ มาช่วยในการผลิต คิดค้น และพัฒนาเพื่อสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการเงินที่ทุกคนสามารถเข้าถึงการใช้จ่ายได้ในทุกที่ ทุกเวลา และปลอดภัยทุกครั้งที่ใช้งาน เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ได้ตั้งใจไว้ (TrueMoney, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของอริสรา วรวัฒนอมรชัย (2560) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ อาชีพ ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet Application) สอดคล้องกับงานวิจัยของนันท์ธิดา ทองดี (2561) ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ทรูมันนี่วอลเล็ต ไม่แตกต่างกัน

5.2.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ สรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านระบบยืนยันตัวตน มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคิดวาระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีความปลอดภัย การยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นระบบที่มีความเสถียร และการที่จะเกิดการโจรกรรมข้อมูลบนระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นไปได้ยาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของธนิชา สังข์แสง, ธัญธิชา นิมนวล, อรรถพงษ์ สงขาว, นลินธัสร์ บำเพ็ญเพียร และมาลีรัตน์ มะลิแย้ม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพคเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีการยืนยันตัวตนผู้ใช้งานทุกครั้งก่อนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพคเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตมีการป้องกันข้อมูลธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้รู้สึกปลอดภัย มีระบบการแจ้งเตือนการทำธุรกรรมที่ถูกต้องรวดเร็ว และสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ นวรัตน์ พัฒโนทัย (2555) กล่าวถึง ความปลอดภัยที่ผู้บริโภคต้องการในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันด้านปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ คือ ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการต่อความปลอดภัยที่บริการหรือระบบให้ ขณะที่พวกเขาเข้าใช้บริการ (Shin, 2010) สอดคล้องกับผลการวิจัยของภททิยา ลือมอญ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของระบบ มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคิดว่าทรูมันนี่วอลเล็ตเก็บข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับ ซึ่งจะไม่ถูกเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น และรู้สึกว่าการมีกลไกทางเทคนิคที่ปกป้องข้อมูลส่วนตัวในการทำธุรกรรมออนไลน์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของภทิตยา ลือมอญ (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความเป็นส่วนตัวมีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตมีทีมผู้เชี่ยวชาญในการช่วยเหลือดูแลการทำธุรกรรมออนไลน์ และช่วยอธิบายการใช้งานให้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของธนิชา สังข์แสง, ธัญธิชา นิ่มนวล, อรรถพงษ์ สงขาว, นลินธสิริ บำเพ็ญเพียร และมาลีรัตน์ มะลิแย้ม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพคเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพคเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการเข้ารหัสหลายรูปแบบ เช่น การพิมพ์ลายนิ้วมือ การใส่รหัสตัวเลขและการจดจำใบหน้า ซึ่งช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ โดยกลุ่มตัวอย่างอาจมีความพึงพอใจต่อการใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในการเข้ารหัสที่ตนเองเข้าถึงได้ง่าย หรือจดจำได้ง่ายแตกต่างกัน ซึ่งไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rabindra Aryal (2021) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินดิจิทัลบนมือถือในประเทศเนปาล ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบของสภาพการอำนวยความสะดวกและความคาดหวังของความพยายามต่อพฤติกรรมการใช้งานไม่นับสำคัญ

5.2.3 สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ สรุปผลการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

1) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากการใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมากเพื่อทำธุรกรรม สามารถตรวจสอบประวัติการใช้จ่ายได้สะดวก และช่วยลดความผิดพลาดในการทำธุรกรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยของภิญญา กลิ่นทองคำ (2561) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment

2) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคิดว่าการใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นเรื่องง่ายมีระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ที่ไม่ยุ่งยาก และขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน สอดคล้องกับผลการวิจัยของภิญญา กลิ่นทองคำ (2561) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อที่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านรายได้ต่อเดือน และด้านจำนวนเงินในการใช้งาน ดังนั้นจากข้อมูลในกลุ่มประชากรนี้ผู้พัฒนาทรูมันนี่วอลเล็ตจึงไม่มีความจำเป็นต้องออกนโยบายในการกระตุ้นการใช้งานไปที่กลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ เนื่องจากลูกค้าทุกกลุ่มมีระดับการตัดสินใจใช้บริการที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน

2) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านระบบยืนยันตัวตน ส่งผลในด้านบวกต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตมีความเชื่อมั่นต่อการยืนยันตัวตนว่าเป็นกระบวนการที่จะป้องกันการโจรกรรมข้อมูลหรือเงินในวอลเล็ตได้ เป็นการสร้างความปลอดภัยในการใช้งาน ดังนั้นจึงทางแอปพลิเคชันจำเป็นต้องชี้แจงข้อดีของการยืนยันตัวตน และมีมาตรการส่งเสริมการยืนยันตัวตนให้ลูกค้า เช่น การให้แต้มสะสม เป็นต้น เพื่อจูงใจให้เกิดการชักชวนมาใช้แอปพลิเคชันมากขึ้น

3) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล ส่งผลในด้านบวกต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ดังนั้น ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตจึงควรสร้างความมั่นใจในการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าโดยอาจสร้างการเข้ารหัสที่ป้องกันสูงขึ้น เช่น การแกล้งม่านตา เป็นต้น หรือการลดความเสี่ยงโดยการตัดข้อมูลที่ไม่น่าจำเป็นของลูกค้าออกไป เช่น รหัสหลังบัตรประชาชน เป็นต้น

4) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี และด้านทีมผู้เชี่ยวชาญ ส่งผลในด้านบวกต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตมีการป้องกันข้อมูลธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้แอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตรู้สึกปลอดภัย และมีระบบการแจ้งเตือนการทำธุรกรรมให้ทราบอย่างรวดเร็ว แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้แอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตมีความเชื่อมั่นต่อผู้เชี่ยวชาญหรือผู้พัฒนาที่ดูแลแอปพลิเคชันอยู่ และมองว่าสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับได้อย่างรวดเร็ว สร้างความปลอดภัยในการใช้งาน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีผู้เชี่ยวชาญในการดูแลและแก้ไขข้อผิดพลาดอยู่ตลอดเวลา เพื่อรักษาความเชื่อมั่นของลูกค้าไว้ได้

5) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่ให้บริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินมีการสร้างระบบความปลอดภัยในการธุรกรรมที่คล้ายกัน ดังนั้น ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตจึงควรพัฒนาให้ผู้ใช้ออปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตสามารถสร้าง QR code ในการทำธุรกรรมออนไลน์ได้เอง โดยการอัปโหลด QR code ในการปลดล็อกรหัสก่อนใช้งาน โดยควรมีอายุการใช้งานในระยะเวลาอันสั้น เช่น ผู้ใช้ออปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตสร้าง QR code 1 ครั้ง และเก็บข้อมูลนี้ไว้ในคลังรูปภาพส่วนตัว ซึ่งจะสามารถใช้ในการทำธุรกรรมได้เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ เท่านั้น เป็นการช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์

6) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ และด้านการรับรู้ความง่าย ในการใช้งาน ส่งผลในด้านบวกต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากการใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมากเพื่อทำธุรกรรม และมีระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ที่ไม่ยุ่งยาก นอกจากนี้ ข้อมูลการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ ด้านกระบวนการตัดสินใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในข้อตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตช่วยให้ทำธุรกรรมชำระค่าสินค้าและบริการได้เร็วขึ้น ดังนั้น ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตจึงควรคงสภาพแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตในปัจจุบันให้มีความเสถียร ทำให้ผู้ใช้ออปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตทำธุรกรรมชำระค่าสินค้าและบริการได้เร็วขึ้น สามารถตรวจสอบประวัติการใช้จ่ายได้สะดวกรวดเร็วโดยไม่ต้องผ่านกระบวนการที่ซับซ้อน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิดการวิจัยและเครื่องมือในการวิจัยชุดเดิม แต่เปลี่ยนกลุ่มประชากรไปเป็นจังหวัดที่มีร้านสะดวกซื้อไม่มาก และประชาชนยังนิยมใช้จ่ายด้วยเงินสด เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยระหว่างชุมชนเมืองกับประชากรที่เป็นชุมชนนอกเขตเมือง

2) การศึกษาความต้องการหรือปัญหาจากการใช้แอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ตของผู้รับบริการ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการสะท้อนให้ผู้พัฒนาได้ใช้แอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3) การเปลี่ยนตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาโดยเปลี่ยนเป็นการบอกต่อ เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลในการขยายกลุ่มลูกค้าแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ต

บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ บุญยืน. (2556). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการดาวน์โหลดเพลงถูกลิขสิทธิ์กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตวังท่าพระ.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- กรมการปกครอง. (2566). **ข้อมูลประชากรจังหวัดปทุมธานี ประจำปี 2566.** สืบค้นจาก <https://dashboard.anamai.moph.go.th/population/pop-workingage/changwat?year=2023&cw=13>.
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2564). **นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ. 2561 – 2580).** กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). **หลักสถิติ (พิมพ์ครั้งที่ 7).** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรงศักดิ์ ภู่อ่อน. (2554). **การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย.** มหาสารคาม:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย มหาสารคาม
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2563). **จับกระแสการเติบโตของตลาด E-wallet ในอาเซียน.** สืบค้นจาก https://www.exim.go.th/eximinter/e-news/20245/1020_finance.html
- ธนิษา สังข์แสง ธัญธิชา นิมนวล อรรถพงษ์ สงขาว นลินธัสร์ บำเพ็ญเพียร และมาลีรัตน์ มะลิแย้ม. (2564). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แพคเกจอินเทอร์เน็ตโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ครั้งที่ 4 วันที่ 12 พฤษภาคม 2564 คณะวิทยาศาสตร์ (หน้า 116-122).** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- นวรรตน์ พัฒนไทย. (2555). **ความรู้ ความเข้าใจในความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลทางระบบคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- นันท์ธิดา ทองดี. (2561). **อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.**(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- บัณฑิต ขวนขุนทด. (2561). **การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน เวียบัส (Viabus) ของประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี.** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- บุญยาพร จานงค์ฤทธิ. (2561). **ศึกษาการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีกระเป๋าเงิน ออนไลน์ (e-Wallet).** (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พนัชกร สิมะขจรบุญ. (2561). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาลไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3(2), 29-32.
- ภัททิยา ลือมอญ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน Skyscanner ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ภิญญา กลิ่นทองคำ. (2561). การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชำระเงินค่าสินค้าและบริการด้วยระบบ QR Payment ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- รัชชานนท์ ชัยเจริญ. (2565). อิทธิพลของความปลอดภัยในการซื้อสินค้าออนไลน์และคุณภาพของสินค้าที่มีต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์. สืบค้นจาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/259087>
- รัศมีลภัส วรเดชนันกุล. (2558). ความไว้วางใจการสื่อสารแบบปากต่อปากเชิงบวก และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีผลต่อ ความตั้งใจซื้อแพ็คเกจทัวร์ ผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง. (ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- วิภาดา เนียมรักษา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ศศิพร บุญชู. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี. วิทยานิพนธ์. (ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็ก จำกัด.
- สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์. (2557). ภาครัฐไทยกับการก้าวเข้าสู่รัฐบาลดิจิทัล. สืบค้นจาก <http://web.krisdika.go.th/data/outsitedata/ManagementSystem/pdf/digital01.pdf>.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุนันทา หลบภัย และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งานและความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2559 ครั้งที่ 3**. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์สไตส์ คอนเวนชั่น.
- อรประพัทธ์ ณ นคร. (2560). **ความตั้งใจซื้อซ้ำสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี).
- อริสรา วรวัฒน์อมรชัย. (2560). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-wallet application) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). **Understanding attitudes and predicting social behavior**. Englewood, NJ: Prentice-Hall.
- Amiruddin Ahamat, Muhamad Sham Shahkat Ali. (2017) . Factors influencing social media use in small and medium-sized enterprises (SMES). **IJASOS-International E-journal of Advances in Social Sciences**,3(8),338-347.
- Bressolles, G., & Durrieu, F. (2007). **Impact of e-service quality on satisfaction and loyalty intentions: differences between buyers and visitors**.
- Chu, A. Z-C., & Chu, R. J-C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis [Electronics version]. **The International Journal of Human Resource Management**,22(5), 1163-1179.
- Davis, F.D. (1986) **A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results**. ((Doctoral Dissertation, Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology).
- Featherman, M.S., Pavlou, P.A. (2003). Predicting e-services Adoption: a perceived risk facets perspective, **International Journal Human-Computer Studies**, 59(4), 451-474.
- Fonchamnyo, D.C. (2013) Customers' Perception of E-banking Adoption in Cameroon: An Empirical Assessment of an Extended TAM. **International Journal of Economics and Finance**, 5(1), 1-13.
- Fonchamnyo. (2013). Customers' Perception of E-banking Adoption in Cameroon: An Empirical Assessment of an Extended TAM. **International Journal of Economics and Finance**, 5(1), 166-173.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Goode, S., Lin, C., Tsai, J. C., & Jiang, J. J. (2015). Rethinking the role of security in client satisfaction with Software-as-a-Service (SaaS) providers. **Decision Support Systems**, 70, 73–85.
- Kleinbaum, D. G., Kupper, L. L., Muller, K. E., & Nizam, A. (1998). **Applied regression analysis and other multivariable methods** (3rd ed.). U.S.A: Thomson Brooks/Cole Publishing Co.
- Lee Yong Ming Kelvin. (2022). **Hedge and safe-haven properties of Cryptocurrencies: evidence in east asia-5 market**. Retrieved from <https://www.aminer.org/profile/kelvin-lee-yong-ming/6403aade7691d561fb212ff6>.
- Phillip Kotler. (2012). **Marketing Management** (14th ed). New York: Pearson Education.
- Rabindra Aryal. (2021). **Factors Influencing Mobile Digital Wallet Usage in Nepal**. Retrieved from <https://cfn.academia.edu/RabindraAryal>.
- Shin. (2010) The Effects of Trust, Security and Privacy in Social Networking: A Security-Based Approach to Understand the Pattern of Adoption. **Interacting with Computers**, 22, 428-438.
- TNN. (2566). **สมรภูมิ E-Wallet ในไทย ใครบ้างที่ยังอยู่รอดในปัจจุบันนี้**. สืบค้นจาก <https://www.tnnthailand.com/news/infographic/145614>
- TNN. (2566). **แนวโน้มการเข้าใช้บริการทรูวอลเล็ท**. สืบค้นจาก <https://www.tnnthailand.com/news/wealth/154877/>
- TrueMoney Wallet. (2564). **ผลิตภัณฑ์และบริการ**. สืบค้นจาก <https://www.truemoney.com/>.
- TrueMoney. (2563). **คาดยอดผู้ใช้งาน-ยอดการใช้จ่ายในปี 2563**. สืบค้นจาก <https://www.exim.go.th/EximInter/media/EximDefault/shareImage/KMC/091166-Banner-KMC.jpg>
- Wasiul Karim. (2020). **Determining Intention to Use Smartphone Banking Application among Millennial Cohort in Malaysia**. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Determining-Intention-to-Use-Smartphone-Banking-in-Karim-Ulfy/cd70ad52feb24eb0d4eb287a76e5c3f5cbc45f0d>.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics an introductory analysis**. New York Harper & Row.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามแบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามงานวิจัย
เรื่อง อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้
งานธุรการนี้วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

คำถามคัดกรอง

1. ปัจจุบันท่านมีอายุ 18 ปีขึ้นไปหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

2. ปัจจุบันคุณใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ True Money Wallet หรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ได้ใช้

3. ท่านอาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดปทุมธานีหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องว่างตามเหมาะสม (เพียงข้อละ 1 ตัวเลือกเท่านั้น)

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 18 – 30 ปี

☐ 31 – 40 ปี

☐ 41 – 50 ปี

☐ 51 – 60 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 10,000-20,000 บาท

☐ 20,001-30,000 บาท

☐ มากกว่า 30,000 บาท

5. สถานภาพ

- [] โสด [] สมรส
[] หย่าร้าง [] แยกกันอยู่

6. อาชีพ

- [] นักศึกษา/นักเรียน [] ข้าราชการ [] อาชีพอิสระ
[] พนักงานบริษัทเอกชน [] รับจ้างทั่วไป

7. ความถี่เฉลี่ยในการใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อต่อสัปดาห์

- [] 1- 3 ครั้ง [] 4 – 6 ครั้ง [] มากกว่า 6 ครั้ง

8. จำนวนเงินในการใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อต่อครั้ง

- [] ต่ำกว่า 100 บาท [] 100 – 300 บาท
[] 301 – 500 บาท [] มากกว่า 500 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (v) ลงในช่องว่างตามเหมาะสม (เพียงข้อละ 1 ตัวเลือกเท่านั้น)

- 1 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด
2 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
3 มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
4 มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
5 มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านระบบยืนยันตัวตน					
1) ท่านคิดว่าระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตมีความปลอดภัย					
2) ท่านคิดว่าจะเกิดการโจรกรรมข้อมูลบนระบบการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตได้ยาก					
3) ท่านคิดว่าการยืนยันตัวตนของทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นระบบที่มีความเสถียร					

ปัจจัยด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการเข้ารหัสในทุกข้อมูลที่กรอก					
4) ทรูมันนี่วอลเล็ทให้บริการความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านการใส่รหัสก่อนใช้งานทุกครั้ง					
5) ระบบการตั้งรหัสมีระดับความยากที่ช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์					
6) ทรูมันนี่วอลเล็ทมีระบบการตั้งรหัสหลายรูปแบบ เช่น การพิมพ์ลายนิ้วมือ การใส่รหัสตัวเลขและการจดจำใบหน้า ซึ่งช่วยสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์					
ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี					
7) ท่านคิดว่าทรูมันนี่วอลเล็ทมีการป้องกันข้อมูลธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้รู้สึกปลอดภัย					
8) ท่านสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชีได้ตลอดเวลา					
9) ทรูมันนี่วอลเล็ทมีระบบการแจ้งเตือนการทำธุรกรรมที่ถูกต้องรวดเร็ว					
ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล					
10) ท่านรู้สึกว่าคุณสมบัติส่วนตัวของท่านจะไม่ถูกเผยแพร่ต่อบุคคลอื่น					
11) ท่านรู้สึกว่าระบบมีกลไกทางเทคนิคที่ปกป้องข้อมูลส่วนตัวของท่านในการทำธุรกรรมออนไลน์					
12) ท่านคิดว่าทรูมันนี่วอลเล็ท เก็บข้อมูลส่วนบุคคลของท่านไว้เป็นความลับ					
ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ					
13) ทรูมันนี่วอลเล็ทมีทีมผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยอธิบายการใช้งานให้ง่ายขึ้น					
14) เมื่อเกิดปัญหาทรูมันนี่วอลเล็ทมีทีมผู้เชี่ยวชาญในการช่วยเหลือดูแลการทำธุรกรรมออนไลน์					
15) ทรูมันนี่วอลเล็ทมีทีมผู้เชี่ยวชาญในออกแบบระบบธุรกรรมที่ปลอดภัย					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (v) ลงในช่องว่างตามเหมาะสม (เพียงข้อละ 1 ตัวเลือกเท่านั้น)

- 1 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
- 3 มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
- 4 มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
- 5 มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรับรู้ประโยชน์					
1) การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ท่านไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมากเพื่อทำธุรกรรม					
2) การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตทำให้ท่านสามารถตรวจสอบประวัติการใช้จ่ายได้สะดวก					
3) การใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตช่วยลดความผิดพลาดในการทำธุรกรรม					
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน					
4) ทรูมันนี่วอลเล็ตมีขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน					
5) ทรูมันนี่วอลเล็ตมีระบบการทำธุรกรรมออนไลน์ที่ไม่ยุ่งยาก					
6) ท่านคิดว่าการใช้ทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นเรื่องง่าย					

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (v) ลงในช่องว่างตามเหมาะสม (เพียงข้อละ 1 ตัวเลือกเท่านั้น)

- 1 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 มีระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
- 3 มีระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง
- 4 มีระดับความคิดเห็นด้วยมาก
- 5 มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด

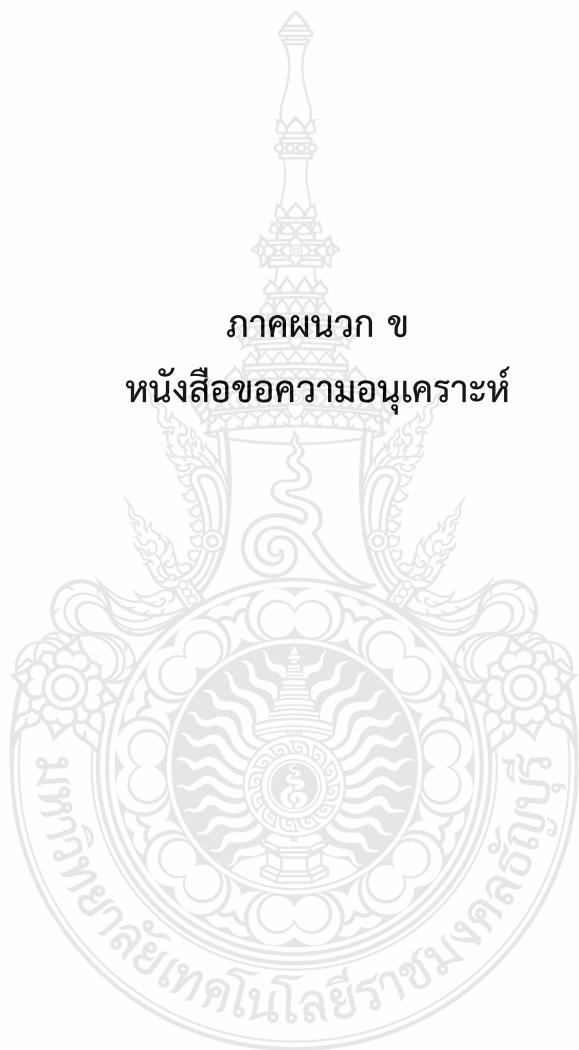
การตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ					
1) ท่านต้องการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีความปลอดภัย					
2) ท่านต้องการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยทรูมันนี่วอลเล็ตโดยไม่ต้องพกเงินสด					
3) ท่านต้องการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยทรูมันนี่วอลเล็ตที่มีความถูกต้องรวดเร็ว					
การค้นหาข้อมูล					
4) ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานของทรูมันนี่วอลเล็ต					
5) ท่านมีการค้นหาข้อมูลด้านความหลากหลายของการให้บริการผ่านทรูมันนี่วอลเล็ต					
6) ท่านมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมของทรูมันนี่วอลเล็ต					
การประเมินทางเลือก					
7) ท่านพิจารณาจากชื่อเสียงของแอปพลิเคชัน					
8) ท่านพิจารณาเปรียบเทียบความสะดวกสบายในการใช้บริการทรูมันนี่วอลเล็ต					
9) ท่านพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันทรูมันนี่วอลเล็ต					
กระบวนการตัดสินใจ					
10) ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตมีขั้นตอนการใช้งานที่ชัดเจน					
11) ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตช่วยให้ทำธุรกรรมชำระค่าสินค้าและบริการได้เร็วขึ้น					
12) ท่านตัดสินใจใช้บริการเนื่องจากทรูมันนี่วอลเล็ตเป็นระบบที่มีความเสถียร					
การประเมินหลังการตัดสินใจ					
13) ท่านมีความพึงพอใจต่อการใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ต					
14) ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือคนใกล้ชิดให้มาใช้งานทรูมันนี่วอล					
15) ท่านจะใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตต่อไปในอนาคต					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/ร.๗๗๑๐



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.รังสรรค์ สุวรรณหงส์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายชนินทร์ บุญมา นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “อิทธิพลของความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเลต ในร้านสะดวกซื้อ” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุรวิทย์ อินทร์มณี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อติสร ฉายแสง

(อาจารย์อติสร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายชนินทร์ บุญมา

โทร. ๐๖๕ ๓๑๐ ๗๕๑๔

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/กท๒๕



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.ณฐมน บัวพรมมี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายชนินทร์ บุญมา นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “อิทธิพลของความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ต ในร้านสะดวกซื้อ” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุรวิทย์ อินทร์มณี และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อติพร ฉางพร

(อาจารย์อดิศร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๔๔ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๔๔ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายชนินทร์ บุญมา

โทร. ๐๖๕ ๓๑๐ ๗๕๑๔

ที่ อว ๐๖๔๙.๐๖/ ๙ ม\๙๕๔



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน อาจารย์ ดร.กัตตกมล พิศแสงงาม

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. แบบสอบถามการวิจัย จำนวน ๑ ชุด

๒. แบบฟอร์มการตรวจ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นายชนินทร์ บุญมา นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “อิทธิพลของความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเลต ในร้านสะดวกซื้อ” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.สุรรัตน์ อินทร์หม้อ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุคนธ์ทิพย์ วงศ์พันธ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อติพร ฉายแสง
(อาจารย์อติพร ฉายแสง)

ผู้ช่วยคณบดีโครงการบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐ ๒๕๕๔ ๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นายชนินทร์ บุญมา

โทร. ๐๖๕ ๓๑๐ ๗๕๑๔

ภาคผนวก ค
ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ



แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
เรื่อง อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยี
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

คำชี้แจง แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความปลอดภัย และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำให้การประเมินความเที่ยงตรง โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง

+1 = แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

0 = ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

-1 = แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามของตัวแปรที่กำหนด

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อความมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใดในกรณีที่ท่านมีความเห็นหรือข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนิยามและข้อคำถาม แต่ละข้อโปรดเขียนข้อเสนอแนะของท่านลงในช่องเสนอแนะโดยตรงแก่ผู้วิจัย จักเป็นพระคุณอย่างยิ่ง ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้น

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทั่วไปด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความปลอดภัย

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ทรูมันนี่วอลเล็ตในร้านสะดวกซื้อ

ตารางสรุปผลคำนวณค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญ

ผู้ทรงท่านที่ 1 ดร.กัตตกมล พิศแลงาม

ผู้ทรงท่านที่ 2 ดร.ณฐมน บัวพรมมี

ผู้ทรงท่านที่ 3 ดร.รังสรรค์ สุวรรณหงส์

ส่วนที่	ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
1	1	+1	+1	0	3	0.67	มีความสอดคล้อง
	2	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	3	+1	+1	0	3	0.67	มีความสอดคล้อง
2	1	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	2	+1	+1	+1	3	0.67	มีความสอดคล้อง
	3	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	4	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	5	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	6	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	7	+1	+1	0	3	0.67	มีความสอดคล้อง
	8	+1	+1	0	3	0.67	มีความสอดคล้อง
3	1	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	2	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	3	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	4	+1	+1	0	3	0.67	มีความสอดคล้อง
	5	+1	+1	0	3	0.67	มีความสอดคล้อง
	6	+1	+1	0	3	0.67	มีความสอดคล้อง
	7	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	8	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	9	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	10	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	11	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง

ส่วนที่	ข้อที่	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ΣR	IOC	ข้อเสนอแนะ
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	12	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	13	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	14	0	+1	+1	3	0.67	มีความสอดคล้อง
	15	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
4	1	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	2	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	3	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	4	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	5	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	6	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
5	1	+1	+1	0	0.67	1	มีความสอดคล้อง
	2	+1	+1	0	0.67	1	มีความสอดคล้อง
	3	+1	+1	0	0.67	1	มีความสอดคล้อง
	4	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	5	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	6	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	7	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	8	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	9	+1	+1	0	0.67	1	มีความสอดคล้อง
	10	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	11	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	12	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	13	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	14	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง
	15	+1	+1	+1	3	1	มีความสอดคล้อง

ภาคผนวก ง
ค่าความเชื่อมั่นสำหรับแบบสอบถาม



ค่าความเชื่อมั่นสำหรับแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นสำหรับแบบสอบถาม

Scale: ระบบยืนยันตัวตน

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.961	3

Scale: การเข้ารหัสในทุกลักษณะที่กรอก

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.737	3

Scale: ปลอดภัยในการทำธุรกรรมและตรวจสอบความเคลื่อนไหวทางบัญชี

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.963	3

Scale: ปลอดภัยด้านการปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.899	3

Scale: ปลอดภัยด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญ

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.951	3

Scale: การรับรู้ประโยชน์

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.812	3

Scale: การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

Cronbach's Alpha	N of Items
0.779	3

Scale: การตัดสินใจใช้งานทรมันนีวอลเล่ทในร้านสะดวกซื้อ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.996	15



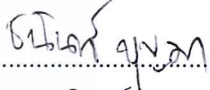
ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายชนินทร์ บุญมา
วัน เดือน ปีเกิด	27 ตุลาคม 2541
ที่อยู่	78/2 หมู่ 11 ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี สำนักเทคโนโลยีสังคม สาขาเทคโนโลยีการจัดการผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ประวัติการทำงาน	ธุรกิจส่วนตัว
เบอร์โทรศัพท์	06-5310-7514
อีเมล	chanin_b@mail.rmutt.ac.th



การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เกิดจากการค้นคว้าและวิจัย ขณะที่ข้าพเจ้าศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังนั้นงานวิจัยในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และข้อความต่าง ๆ ในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าไม่มีการคัดลอกหรือนำงานวิจัยของผู้อื่นมานำเสนอในชื่อของข้าพเจ้า

This independent study consists of research materials conducted at Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi and hence the copyright owner. I hereby certify that the independent study does not contain any forms of plagiarism.


.....
(นายชินนทร์ บุญมา)

