



รายงานวิจัย

เรื่อง

การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์
และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์

The Acceptance of PromptPay Adoption and Transactions

Innovation and Financial Transactions

PromptPay Effectiveness

โดย

ปริญวิศว์ ชูเชิด

ฉัตรทอง นกเชิดชู

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ปีการศึกษา 2559

ชื่องานวิจัย: การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์

ชื่อผู้วิจัย: ปริยวิศว์ ชูเชิด และ ฉัตรทอง นกเชิดชู

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2560

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการยอมรับและประสิทธิผลนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมและประสิทธิผลการนำนวัตกรรมพร้อมเพย์มาใช้ และศึกษาความสัมพันธ์การยอมรับนวัตกรรมพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมพร้อมเพย์มาใช้ กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้างบริษัท/พนักงานเอกชน รายได้มากกว่า 20,001 บาท ส่วนใหญ่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Smartphone) วัตถุประสงค์ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น E-Mail, Facebook, LINE ระดับการยอมรับนวัตกรรมพร้อมเพย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมพร้อมเพย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การทดสอบความแตกต่างระดับการยอมรับนวัตกรรมพร้อมเพย์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับนวัตกรรมพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .05$) ประสบการณ์ใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P < .05$) การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .869

คำสำคัญ: การยอมรับนวัตกรรม ประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงิน พร้อมเพย์

Research Title: The Acceptance of PromptPay Adoption and Transactions Innovation and Financial Transactions PromptPay Effectiveness

Researcher: Pariyawit Choochoed and Chatthong Nokcherdchoo

Year: 2017

Abstract

The purpose of this research to study the adoption level and effectiveness of transactions through the system with PromptPay, study the personal factors that were associated with the adoption of innovative and effective leadership with innovative pay-out and to study the relationship of innovation, along with its innovative Pay with PromptPay used. The sample live in the Nonthaburi and Bangkok province are 384 people and questionnaires were used to collect the data for this research. The statistics used in this research were mean, percentage, standard deviation and ANOVA and Pearson correlation coefficient.

The results showed that the most of sample were female aged between 21-30 years and had bachelor's degree. Most worked in private company with an income more than THB: 20,001 and the most of Internet access through Smartphone for communication such as E-Mail, Facebook and Line. The degree of innovation and the effective of the transaction with PromptPay as a whole is high. To test the difference between degrees of the acceptance innovation with PromptPay between personal factors found that the levels of education, income per month and the experiences using the internet had a relationship of statistical significance level of .05 and the experience using the internet had a relationship with innovation and financial transactions PromptPay effectiveness of statistical significant level of .05. The acceptance of PromptPay had a positive relationship with PromptPay adoption transactions innovation and financial transactions PromptPay effectiveness of statistical significance level of .01 the correlation coefficient value is .869.

Keywords: the acceptance of innovative, financial transaction effectiveness, PromptPay

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจาก ผศ.อำนาจ วังจิ้น อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขตลอดมา จนส่งผลให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงในความกรุณา และเสียสละเวลา เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วง

ขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหาร คณาจารย์ นิสิต มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่มีส่วนร่วมในความสำเร็จของงานฉบับนี้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ขอขอบพระคุณ บิดา มารดาผู้ให้กำเนิด ให้การเลี้ยงดู ให้การศึกษา ให้คำปรึกษาและคอยเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณครอบครัว ซึ่งให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำในทุก ๆ ด้านและเป็นกำลังใจที่ดีตลอดมา



ปริยวิศว์ ชูเชิด และ ฉัตรทอง นกเชิดชู
กันยายน 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญแผนภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory).....	8
2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่.....	20
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผล.....	21
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ.....	25
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ (PromptPay).....	39
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	44
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	48
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	48
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	49
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	50
3.5 การเก็บและรวบรวมข้อมูล.....	52
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	52
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	54
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต	57
4.3 ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์	59
4.4 ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์	68
4.5 การทดสอบความแตกต่างระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล.....	73
4.6 การทดสอบความแตกต่างระดับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล	81
4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์.....	89
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	94
5.1 สรุปผลการวิจัย	94
5.2 อภิปรายผล	99
5.3 ข้อเสนอแนะ	102
บรรณานุกรม.....	104

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	107
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	108
ภาคผนวก ข ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์.....	116
ประวัติผู้วิจัย	121



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การแบ่งลักษณะกลุ่มผู้บริโภคในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม	13
2.2 ค่าธรรมเนียมสำหรับการโอนเงินระหว่างนิติบุคคล	44
2.3 ค่าธรรมเนียมสำหรับการโอนเงินระหว่างบุคคล	44
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
4.2 การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์.....	57
4.3 สถานที่ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	57
4.4 วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	58
4.5 ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ต่อเดือน.....	58
4.6 ใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์หรือไม่.....	59
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ในภาพรวม	59
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น.....	60
4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความเข้ากันได้	61
4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสลับซับซ้อน	62
4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสามารถนำไปทดลองใช้.....	63
4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสามารถสังเกตเห็นผลได้.....	64
4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านการติดต่อสื่อสาร	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ในภาพรวม	66
4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถในการปรับตัว	66
4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความพึงพอใจในงาน.....	67
4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามเพศ	68
4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอายุ	69
4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	70
4.20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ด้วยวิธีของ LSD.....	71
4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ด้วยวิธีของ LSD.....	72
4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามสถานภาพสมรส	73
4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอาชีพ	74
4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.25 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีรายได้รวมต่อเดือนต่างกัน ด้านความสลับซับซ้อน ด้วยวิธีของ LSD.....	76
4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต	77
4.27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสลับซับซ้อน ด้วยวิธีของ LSD.....	78
4.28 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ด้วยวิธีของ LSD.	79
4.29 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสามารถสังเกตเห็นผลได้ ด้วยวิธีของ LSD.....	80
4.30 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้วยวิธีของ LSD.....	81
4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามเพศ	82
4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอายุ.....	83
4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอาชีพ.....	85
4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน.....	86
4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต.....	87
4.37 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสามารถในการปรับตัว ด้วยวิธีของ LSD	88
4.38 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความพึงพอใจในงาน ด้วยวิธีของ LSD	89
4.39 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถในการปรับตัว.....	90
4.40 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความพึงพอใจในงาน	91
4.41 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านประสิทธิผลในการทำธุรกรรมในภาพรวม.....	92
4.42 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ในภาพรวม.....	93

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 S-Curve of Technology.....	10
2.2 เส้นการยอมรับเทคโนโลยี.....	12
2.3 ลำดับชั้นของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม.....	16
2.4 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน.....	34
2.5 ภาพรวมโครงการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ.....	35
2.6 การชำระสินค้าและบริการด้วย E-Money.....	37
2.7 ภาพรวมกระบวนการพร้อมเพย์.....	40
2.8 การผูกบัญชีธนาคารกับระบบพร้อมเพย์.....	42
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	47



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทย 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ไข จัดการระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญมากยิ่งขึ้น สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้ ซึ่งหลาย ๆ ประเทศได้มีการกำหนดโมเดลเศรษฐกิจรูปแบบใหม่เพื่อสร้างความมั่งคั่งในศตวรรษที่ 21 ให้กับประเทศของตนเอง เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาให้ความสำคัญกับโครงการ A Nation of Makers ประเทศอังกฤษกำลังผลักดันประเทศไปสู่ Design of Innovation ประเทศจีนได้มีการประกาศโมเดล Made in China 2025 ประเทศอินเดียกำลังขับเคลื่อนโครงการ Made in India ประเทศเกาหลีใต้ได้วางโมเดลเศรษฐกิจเป็น Creative Economy และประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้ประกาศโมเดลเศรษฐกิจเป็น Power of ASEAN (สุดปฐพี เวียงสี, 2559)

ประเทศไทย 4.0 เป็นนโยบายที่เป็นการวางรากฐานการพัฒนาประเทศในระยะยาว เป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน ตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาล เป็นรูปแบบที่มีการผลักดันการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา ตลอดจนการปฏิรูปการศึกษาไปพร้อม ๆ กัน เป็นการผนึกกำลังของทุกภาคส่วนภายใต้แนวคิดประชารัฐ ที่ผนึกกำลังกับเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ การวิจัยพัฒนา และบุคลากรทั้งในประเทศและระดับโลก ปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยไปสู่ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมหรือ Value-Based Economy โดยมีการเปลี่ยนระบบ 4 องค์ประกอบ คือ 1) การเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรจะต้องมีรายได้ที่สูงขึ้น และจะเป็นเกษตรกรในรูปแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) 2) เปลี่ยนจาก Traditional SMEs หรือ SMEs ที่มีอยู่และรัฐบาลต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลาไปเป็น Smart Enterprises และ Start Ups ที่มีศักยภาพสูง 3) เปลี่ยนจาก Traditional

Services ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำไปสู่ High Value Services และ 4) เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทยและสมาคมธนาคารไทย ได้เปิดตัวการใช้บริการ “พร้อมเพย์” (PromptPay) อย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านการเงินของประเทศ เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับประชาชน ลดอุปสรรคในการทำธุรกิจ ส่งเสริมธุรกิจ SMEs และ E-Commerce ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในที่สุด โดยเริ่มให้บริการรับเงินและโอนเงินทางเลือกใหม่โดยใช้หมายเลขโทรศัพท์มือถือ หรือหมายเลขประจำตัวประชาชน แทนเลขที่บัญชีเงินฝากธนาคารได้แล้ว เพื่อเพิ่มความสะดวก และประหยัด ในการรับเงินและโอนเงินให้กับประชาชน นับเป็นก้าวสำคัญสู่การขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติหรือ National e-Payment เพื่อวางรากฐานสู่การพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยในวันที่ 27 มกราคม พ.ศ.2560 ซึ่งนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของแผนงาน National E-Payment อย่างเป็นทางการ ก่อนจะต่อยอดไปสู่โครงการอื่น ๆ โดยข้อมูล ณ ธันวาคม 2559 พบว่า ผู้ลงทะเบียนในโครงการพร้อมเพย์เบื้องต้นมีจำนวนราว 18 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 48 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) ของผู้มีงานทำซึ่งถือเป็นสัญญาณอันดีที่บ่งชี้ถึงการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคในอนาคต

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) คาดว่า ผลกระทบจากโครงการพร้อมเพย์ต่อรายได้ค่าธรรมเนียมของธนาคารพาณิชย์ปี 2560 น่าจะอยู่ในช่วง 3.1-3.6 พันล้านบาท ภายใต้สมมติฐานการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการ (Adoption Rate) ในปีแรกของโครงการพร้อมเพย์ที่ร้อยละ 60 ขณะที่ ผลบวกสุทธิต่อมูลค่าทางเศรษฐกิจจากโครงการพร้อมเพย์ในระยะ 10 ปี คงไม่ต่ำกว่า 1.9 พันล้านบาทต่อปี แม้ว่าในช่วงปีแรก ๆ อาจยังอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ย เนื่องจากยังอยู่ในระยะแรกของการลงทุนและปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ สังคมไทยจะเป็นสังคมไร้เงินสดจะขึ้นอยู่กับความพร้อมเชิงโครงสร้างของระบบการชำระเงินไทย และ Adoption Rate ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปริมาณการใช้จ่ายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งระบบ มีโอกาสปรับเพิ่มขึ้นไปที่ประมาณร้อยละ 50 ได้ภายในไม่เกิน 10 ปีข้างหน้า หรือภายในปี 2569 จากปี 2560 นี้ ที่น่าจะมีสัดส่วนราวร้อยละ 30 เท่านั้น

กรมสรรพากรเป็นหน่วยงานแรกที่ใช้ระบบโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) สำหรับผู้ที่ถูกหักภาษี ณ ที่จ่ายไว้เกิน โดยจะคืนภาษีให้ด้วยวิธีการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งจะช่วยให้ได้รับเงินภาษีคืนรวดเร็วกว่าเดิม โดยให้ทำการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่เว็บไซต์กรมสรรพากร www.rd.go.th หรือจะยื่นผ่าน Rd Smart Tax Application ทางโทรศัพท์มือถือ โดยกำหนดเวลาของการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (ภ.ง.ด.90 ภ.ง.ด.91) ประจำปีภาษี 2559 ซึ่งจะเริ่ม

ยื่นแบบฯ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม-31 มีนาคม 2560 หลังจากที่กรมสรรพากรเริ่มดำเนินการคืนเงินภาษีผ่านทางระบบพร้อมเพย์เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2559 มีผู้ใช้ที่สมัครบริการ พร้อมเพย์ได้รับข้อความสั้น (SMS) จากกรมสรรพากรว่า ได้ดำเนินการคืนเงินภาษีผ่านทางพร้อมเพย์แล้วนั้น แต่พอมาเช็คตรวจสอบบัญชีธนาคารกลับพบว่ายังไม่ได้รับเงินคืนภาษี จนเป็นประเด็นโพสต์ขึ้นเว็บไซต์กระทู้ชื่อดัง และมีการแชร์ต่อถึงปัญหาระบบพร้อมเพย์ทาง Social Network จำนวนมาก ซึ่งทางกรมสรรพากรได้ออกชี้แจงปัญหานี้ว่า “กรณีดังกล่าวเกิดจากความผิดพลาดในการส่งข้อความสั้น (SMS) เนื่องจากเป็นขั้นตอนการคืนเงินภาษีแบบใหม่ ซึ่งอาจมีความคลาดเคลื่อน อย่างไรก็ตาม กรมสรรพากรขอยืนยันว่าระบบพร้อมเพย์ ไม่ได้ก่อให้เกิดปัญหาในการคืนเงินภาษีแต่อย่างใด และกรณีขั้นตอนส่งข้อความสั้นผิดพลาดนั้น ผู้ขอคืนภาษีดังกล่าวได้รับเงินคืนภาษีเข้าบัญชีเงินฝากเรียบร้อยแล้วเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2560 และไม่ว่าผู้ขอภาษีจะผูกบัญชีพร้อมเพย์ไว้กับธนาคารใด เมื่อได้รับการอนุมัติคืนภาษีแล้ว ก็จะได้รับเงินคืนเข้าบัญชีในเวลาที่ไม่แตกต่างกันแต่อย่างใด”

บริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์จะผูกบัญชีเงินฝากธนาคารกับ หมายเลขบัตรประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะทำให้ประชาชนโอนเงินสะดวกง่ายขึ้น เพียงแค่ใช้หมายเลขบัตรประชาชน ปลายทางที่จะโอน หรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือ ไม่ต้องจดหมายเลขบัญชีเงินฝากธนาคารที่ยาวและจดจำยาก บริการนี้ดำเนินการโดยธนาคารแห่งประเทศไทยและธนาคารพาณิชย์ทุกแห่งได้ร่วมมือพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนระบบการชำระเงินในรูปแบบ Any ID ภายใต้โครงการ National E-Payment ลดการใช้เงินสดในการพกเงิน ในระยะแรก จะเริ่มใช้ที่ประชาชนทั่วไปก่อน เพื่อให้บัญชีธนาคารผูกกับบัตรประชาชน และหมายเลขโทรศัพท์ ซึ่งในอนาคตการรับเงินภาษีคืน การรับเบี้ยยังชีพทั้งผู้สูงอายุและคนพิการ ก็จะดำเนินการผ่านทางพร้อมเพย์เช่นเดียวกัน ซึ่งจะไม่ต้องรับเช็คไปสาขาธนาคารเพื่อรับเงิน เพราะรัฐบาลจ่ายเงินให้ทางพร้อมเพย์ทันที และยังสามารถโอนเงินให้ญาติ หรือเพื่อน ๆ กันเอง หรือคนอื่น ๆ ได้ด้วย และจะรองรับโอนเงินกับร้านค้าต่าง ๆ ในอนาคต

เนื่องจากบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ประเทศไทยได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อการทำธุรกรรมด้านการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการยอมรับในนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ เพื่อจะทำให้ทราบถึงการยอมรับในการใช้บริการพร้อมเพย์ ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมด้านการเงินผ่านบริการพร้อมเพย์ พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงิน และทราบถึงปัญหาของการใช้บริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับใด

1.2.2 การนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์มาใช้มีประสิทธิผลต่อการทำธุรกรรมด้านการเงินในระดับใด

1.2.3 ปัจจัยส่วนบุคคลใดบ้างที่สัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

1.2.4 ปัจจัยส่วนบุคคลใดบ้างที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน

1.2.5 นวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)

1.3.2 เพื่อศึกษาประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน

1.3.3 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับปัจจัยส่วนบุคคล

1.3.4 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินกับปัจจัยส่วนบุคคล

1.3.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1.4.1 กลุ่มผู้ใช้มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์อยู่ในระดับมาก

1.4.2 กลุ่มผู้ใช้มีระดับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินอยู่ในระดับมาก

1.4.3 การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์แตกต่างกันระหว่างคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล

1.4.4 ประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินแตกต่างกันระหว่างคุณลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล

1.4.5 การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ประกอบด้วย

1) ตัวแปรต้น ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

2) ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 1) การยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรมซึ่งประกอบด้วย ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ และด้านการติดต่อสื่อสาร 2) ประสิทธิผลในการทำธุรกรรม ได้แก่ ด้านความสามารถในการปรับตัว ด้านความพึงพอใจในการทำธุรกรรม

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในการทำธุรกรรมทางด้านการเงิน มีอายุระหว่าง 15 ปี ขึ้นไป - 60 ปี จังหวัดนนทบุรี และกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 4,614,330 คน

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2560 - เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการวิจัยในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี และกรุงเทพมหานคร

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 พร้อมเพย์ (PromptPay) หมายถึง การบริการโอนเงินและรับเงินทางเลือกใหม่ของประชาชน ธุรกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ จะใช้เลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้รับเงินแทนเลขที่บัญชีเงินฝากธนาคาร โดยจะให้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ คือ Mobile Banking, Internet, Banking และตู้ ATM

1.6.2 การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) หมายถึง รูปแบบการรับและจ่ายเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การโอนเงินผ่านระบบธนาคาร การโอนเงินผ่านมือถือ การจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิต บัตรเดบิต เป็นต้น

1.6.3 การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านลักษณะของนวัตกรรม หมายถึง การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยยอมรับตามคุณลักษณะดังนี้

1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น หมายถึง การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการที่รับเข้ามานั้นดีกว่าเดิม และมีประโยชน์ต่อการทำธุรกรรมด้านการเงิน
2. ความเข้ากันได้ หมายถึง การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมมีความรู้สึกว่าการที่รับเข้ามานั้นมีความลักษณะเข้ากันได้ หรือไปด้วยกันได้ ทำให้รู้สึกว่าการใช้นวัตกรรมนั้นไม่มีความเสี่ยงในการทำธุรกรรมด้านการเงิน
3. ความสลับซับซ้อน หมายถึง ความไม่ยุ่งยากซับซ้อน ง่ายในการทำความเข้าใจหรือการใช้งาน สามารถนำไปใช้งานด้านธุรกรรมการเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ หมายถึง การที่นวัตกรรมมีลักษณะที่สามารถนำไปทดลองใช้ได้ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานมีความรู้สึกว่าการใช้นวัตกรรมนั้นมีความเสี่ยงน้อยลง สามารถศึกษาหาข้อมูลหรือมีการเรียนรู้ข้อมูลเพิ่มเติม จนเกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ หมายถึง ระดับของผลการทำธุรกรรมด้านการเงินสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม ความถูกต้องแม่นยำ ช่วยลดขั้นตอนการดำเนินการได้

1.6.4 การติดต่อสื่อสาร หมายถึง ช่องทางการติดต่อสื่อสาร หรือช่องทางการทำธุรกรรมด้านการเงินของธนาคารพาณิชย์ การประชาสัมพันธ์ หรือการบริการของธนาคารผู้ให้บริการ

1.6.5 ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม หมายถึง การใช้บริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ให้บรรลุเป้าหมายของผู้กระทำธุรกรรมทางการเงิน มีดังนี้

1. ความสามารถในการปรับตัว หมายถึง กระบวนการการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ระบบการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบใหม่ การปรับขบวนการหรือขั้นตอนการทำธุรกรรมด้านการเงิน
2. ความพึงพอใจในการทำธุรกรรม หมายถึง ความถูกต้องทางด้านการเงิน ความรวดเร็วในการบริการ และการลดเวลาในการทำธุรกรรมทางด้านการเงิน

1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

- 1.7.1 ทำให้ทราบถึงระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์
- 1.7.2 ทำให้ทราบถึงประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน
- 1.7.3 ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 1.7.4 ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 1.7.5 ทำให้ทราบความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ศึกษาประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)
- 2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผล
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National E-Payment)
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ (PromptPay)
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)

นวัตกรรม (Innovation) ถือได้ว่าเป็นหัวข้อหลักในการศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมศาสตร์ และด้านวิศวกรรม ซึ่งได้มีผู้ให้คำนิยามของคำว่านวัตกรรมไว้ดังนี้

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ ผลิตภัณฑ์ บริการที่มีการรับรู้ใหม่โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง

นพรัตน์ เกื้อนเนาว์ (2549) นวัตกรรม หมายถึง การที่เราพยายามแนะนำการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมการเปลี่ยนแปลงนั้น หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีหรือการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยม และการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบของชีวิต

กิดานันท์ มลิทอง (2543: 83) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่า หมายถึง แนวความคิดการปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือการดัดแปลงจากของเดิมให้ทันสมัยและใช้ดียิ่งขึ้น เมื่อนำสิ่งใหม่เหล่านั้นมาใช้ในการทำงานแล้ว จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลดีขึ้น และมากขึ้นกว่าเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2538) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม เป็นแนวความคิดที่มีกระบวนการจัดอย่างมีระบบให้ได้รับความสำเร็จที่มีประสิทธิภาพสูงสุด แม้จะเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วก็ตามแต่ได้นำมาดัดแปลงใหม่ให้ดียิ่งขึ้น

บาร์เน็ตต์ (Barnett, 1953 อ้างถึงใน กิดานันท์ มลิทอง, 2543: 81) ได้กล่าวว่า นวัตกรรม หมายถึง แนวความคิดต่าง ๆ แบบแผนพฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ที่แตกต่างไปจากของเดิมที่มีอยู่ ของใหม่นี้อาจครอบคลุมถึงเรื่องราวต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า รวมทั้งที่เป็นแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคม ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์วิทยาการใหม่ ๆ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ เช่น ความซื่อสัตย์ ความนึกคิด ความศรัทธา ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ในความคิดของบุคคล

สามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมมีความหมายครอบคลุมถึง ความคิด การปฏิบัติ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ที่บุคคล หรือสังคม ถือว่าเป็นสิ่งใหม่ที่รับมาใช้ปฏิบัติ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) เป็นนวัตกรรมใหม่ที่นำมาใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินของประเทศไทยอย่างแพร่หลายในอนาคตอันใกล้

ประเภทของนวัตกรรม

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมที่เน้นหน่วยงานธุรกิจ หมายถึง ความใหม่ของผลิตภัณฑ์ จากมุมมองของผู้ผลิตหรือผู้ทำการตลาด หมายถึง ผลิตภัณฑ์ซึ่งบริษัทยังไม่เคยผลิตหรือไม่เคยวางจำหน่ายในตลาด
2. นวัตกรรมที่เน้นผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่อยู่ในตัวผลิตภัณฑ์และผลกระทบที่ลักษณะดังกล่าวนี้มีต่อผู้บริโภคเมื่อนำไปใช้จนกว่าจะเคยชินหรือใช้ตามปกติ
3. นวัตกรรมที่เน้นตลาด หมายถึง ความใหม่ตามที่ผู้บริโภคสัมผัส ดังนั้นผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ซื้อน้อยราย
4. นวัตกรรมที่เน้นผู้บริโภค หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินใจว่าใหม่ต่อตนเอง ดังนั้น ความใหม่จึงขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้บริโภค

Nessim Hanna and Richard Woznicz (2001) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมออกได้เป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ไม่ต่อเนื่อง (Discontinuous Innovations) เป็นสิ่งที่แตกต่าง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ใช้แล้วทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ในการดำรงชีวิตไปจากเดิมอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้โดยมีปัจจัยหลักมาจากการใช้เทคโนโลยีที่ล้ำหน้าในการสรรสร้างผลิตภัณฑ์นั้น

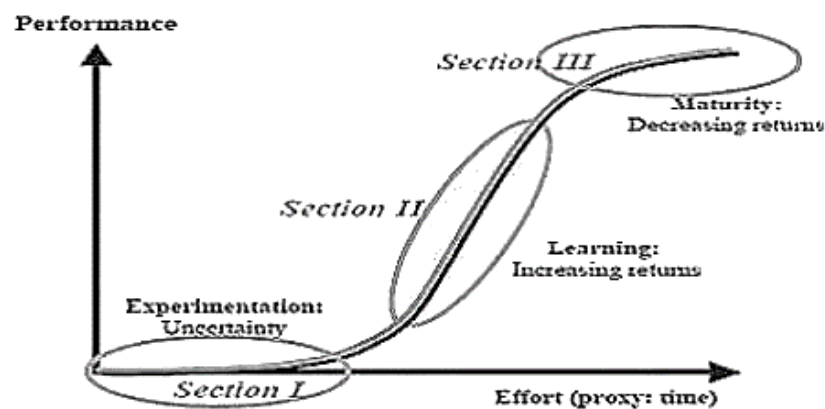
2. นวัตกรรมที่มีการขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่อง (Dynamically Continuous Innovations) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือ มาจากการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุง หรือทดแทนผลิตภัณฑ์เดิมซึ่งต้องใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วย แต่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ในการดำรงชีวิต

3. นวัตกรรมที่ต่อเนื่อง (Continuous Innovations) เป็นการเพิ่มเติม หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมโดยใช้เทคโนโลยีเดิมหรือมีความแตกต่างเพียงเล็กน้อย และบ่อยครั้ง จะพบว่านวัตกรรมต่อเนื่องนั้น จะพบในรูปแบบการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์

การแพร่กระจายของนวัตกรรม

Attewell (1992) อ้างถึงใน พรเมศวร์ กุมารบุญ (2549) ได้กล่าวว่า การแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) สามารถนำเสนอได้ 2 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีการแพร่กระจาย คือ การสื่อสารและกระบวนการที่มีอิทธิพล (Metaphor of Diffusion as a Communication and Influence Process) ต่อการยอมรับเทคโนโลยีในสังคม ขึ้นอยู่กับการสื่อสารของสมาชิกในสังคมที่รับรู้แล้วว่า มีนวัตกรรมนั้นอยู่ในสังคม และจะเกิดกระบวนการถูกชักจูงให้ยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ในที่สุด



ภาพที่ 2.1 S-Curve of Technology

ที่มา: Rogers (1995)

S-Curve of Technology ใช้อธิบายการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมในสังคม โดยแกน Y แทนประสิทธิภาพหรือเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ใช้ในสังคม ส่วนแกน X แทนช่วงเวลา ช่วงที่ 1 เป็นช่วงการประดิษฐ์คิดค้นจนประสบความสำเร็จออกมาและเริ่มทำการทดสอบวางตลาด ช่วงที่ 2 เป็นช่วงที่เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมีการปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคมให้รับรู้ว่ามีเทคโนโลยีนี้อยู่และเรียนรู้ถึงเทคโนโลยีนี้ ไปจนถึงการได้รับความนิยมนิยมจากคนในสังคมอย่างรวดเร็ว ธุรกิจของนวัตกรรมนั้นรุ่งเรืองอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีมีการพัฒนาประสิทธิภาพได้สูงขึ้นมากพร้อมกับการเติบโตของจำนวนผู้ใช้ ช่วงที่ 3 เป็นช่วงอิมิตัว ประสิทธิภาพการพัฒนาจนถึงขีดสุดและจำนวนผู้ใช้ในตลาดมีการเพิ่มในอัตราที่น้อยลง เทคโนโลยีอาจจะมีการใช้คงที่ โดยไม่มีการพัฒนาจนกว่าจะมีเทคโนโลยีใหม่เข้ามาทดแทน

2. ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ได้นิยามการแพร่กระจายนวัตกรรมในเชิงค่าใช้จ่าย (Cost) และคุณประโยชน์ (Benefit) โดยที่ค่าใช้จ่ายหรือราคาที่สูง จะทำให้การแพร่กระจายทางเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมีน้อย และส่วนประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม ถ้ามีสูงก็จะทำให้การยอมรับนวัตกรรมมีมาก

กระบวนการแพร่กระจายของนวัตกรรม

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) ได้กล่าวว่า กระบวนการแพร่กระจายของนวัตกรรมนั้น จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักซึ่งประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละชนิดได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคไม่เท่ากัน ลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอัตราการยอมรับของผู้บริโภคมีดังนี้

1) ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) เป็นการรับรู้ของลูกค้าคาดหวังในเรื่องของความเหนือกว่าของผลิตภัณฑ์ใหม่ เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ปัจจุบันที่ใช้อยู่

2) ความเข้ากันได้ (Compatibility) หมายถึง ระดับการรับรู้ของลูกค้าที่คาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ใหม่สอดคล้องกับความจำเป็น ค่านิยม และวิธีการใช้งานปัจจุบันของตนมากเพียงใด

3) ความซับซ้อน (Complexity) เป็นระดับความยากที่จะเข้าใจและใช้งาน ถ้าหากเข้าใจได้ง่ายและมีวิธีการใช้ไม่ยุ่งยากหรือสามารถใช้ความรู้เดิมมาพัฒนาต่อได้ ก็จะช่วยให้การยอมรับของผู้บริโภคได้เร็วมากขึ้น

4) มีการทดลองใช้ได้ก่อนซื้อ (Trial ability) หมายถึง ผู้บริโภคสามารถนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปทดลองใช้ได้ก่อนได้ ถ้าใช้ได้ดีจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถประเมินข้อดีข้อเสียและตัดสินใจได้ง่ายยิ่งขึ้น

5) ความสังเกตเห็นได้ (Observability หรือ Communicability) หากผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่สังเกตเห็นได้ง่ายหรือสามารถสื่อสารให้ลูกค้าสามารถสร้างความคาดหวัง หรือทำให้คนอื่นเข้าใจได้ มักจะ

มีการแพร่กระจายได้ง่าย และรวดเร็ว นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible) มักจะได้รับการยอมรับเร็วกว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สัมผัส (Intangible)

2. ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง ผู้บริโภคหรือลูกค้าที่คาดหวัง (Target Group) บางกลุ่มมีความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่น ๆ ผู้ที่มีอายุน้อย ผู้มีความมั่งคั่ง และผู้มีการศึกษาสูง มักจะยอมรับการเปลี่ยนแปลง และยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เร็วกว่ากลุ่มอื่น ๆ ดังนั้นอัตราเร็วของการยอมรับผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ จึงเกี่ยวข้องกับชนิดของกลุ่มเป้าหมายด้วย

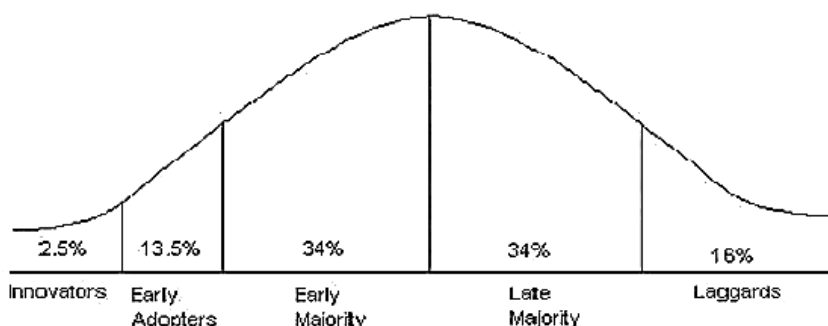
3. ชนิดของการตัดสินใจ หมายถึง การตัดสินใจนั้นทำโดยบุคคลหรือกลุ่ม หากการตัดสินใจนั้นเกี่ยวข้องกับบุคคลจำนวนน้อยราย การตัดสินใจซื้อมักจะเร็วขึ้นและทำให้นวัตกรรมมีการกระจายได้อย่างรวดเร็ว

4. ชนิดของระบบสังคม หมายถึง การกระจายของนวัตกรรมเกิดขึ้นในสภาวะแวดล้อมของสังคมหรือระบบของสังคม ซึ่งจะหมายถึงสภาวะแวดล้อมทางกายภาพ สังคม และวัฒนธรรม สังคมแบบดั้งเดิม (Traditional Social System) มักจะหลีกเลี่ยงนวัตกรรมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากและรวดเร็ว ส่วนสังคมที่ทันสมัยมักจะมีความพร้อมในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงและยอมรับในนวัตกรรม

5. ความพยายามทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์ด้านการตลาดที่จะนำมาใช้เร่งอัตราการกระจายของนวัตกรรม เช่น การส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การโฆษณา การแจกสินค้าตัวอย่าง เป็นต้น

ประเภทของผู้ยอมรับนวัตกรรม

Everett Roger (1995 อ้างถึงใน ประเมศวร์ กุมารบุญ, 2549) ได้แบ่งกลุ่มคนในสังคมที่จะยอมรับการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีไว้ 5 กลุ่มดังนี้



ภาพที่ 2.2 เส้นการยอมรับเทคโนโลยี

ที่มา: Rogers (1995)

โดยสามารถแจกแจงลักษณะของกลุ่มคนการยอมรับนวัตกรรมได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 การแบ่งลักษณะกลุ่มผู้บริโภคในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

ผู้บริโภค	%	พฤติกรรม	ลักษณะ
Innovators	2.5	ต้องเป็นคนแรก	ชอบเสี่ยง มีความรู้ เป็นนักประดิษฐ์หรือมีความรอบรู้
Early Adopters	13.5	ชอบของใหม่ ชอบความใหม่	ชอบเป็นผู้นำ ได้รับความนิยมทางสังคม มีการศึกษา
Early Majority	34	อยากมีบ้าง	เป็นคนรอบคอบ ชอบแบบสบาย ๆ ไม่เป็นทางการ
Late Majority	34	จำเป็นต้องมี	เป็นคนช่างสงสัย หัวโบราณ ฐานะไม่ดี
Laggards	16	ก็ดีเหมือนกัน	รับฟังข้อมูลจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อน ญาติ และกลัวการเป็นหนี้

ที่มา: ปรมศวรร กุมารบุญ (2549)

กลุ่ม Innovators นอกจากจะเป็นทั้งผู้ประดิษฐ์คิดค้นแล้ว ยังรวมไปถึงการเป็นผู้ใช้งานที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีและติดตามเทคโนโลยีตลอดเวลา กลุ่ม Early Adopters เป็นกลุ่มที่ชอบทดสอบ ชอบทดลองสิ่งใหม่ ๆ เป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีฐานะทางการเงิน กลุ่ม Early Majority เป็นกลุ่มที่จะต้องตัดสินใจได้ ต้องทำความเข้าใจและต้องคิดหลายรอบ และต้องใช้งานได้ง่ายและมีประโยชน์ การตัดสินใจเลือกในนวัตกรรมของกลุ่มนี้มักจะต้องดูจากการแนวโน้มการตัดสินใจของกลุ่มแรกด้วย กลุ่ม Late Majority กลุ่มนี้ใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อหรือใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นอาจจะเริ่มตกรุ่น หรือเริ่มล้าสมัยไปแล้ว และมีความจำเป็นต้องการใช้งานด้วย กลุ่มสุดท้ายคือ Laggards ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ล้าสมัยหรือมีการตกรุ่นไปแล้ว ซึ่งเป็นกลุ่มสุดท้ายในสังคม โดยกลุ่มนี้จะเลือกซื้อสินค้าเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมโดยวิธีการเลือกซื้อจะทำการสอบถามข้อมูลด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมจากคนรอบข้าง

ปรมศวรร กุมารบุญ (2549) ได้กล่าวว่าทฤษฎีของ Roger นั้นมีการนำมาวิเคราะห์และเกิดเป็นทฤษฎีต่อยอดโดย G.A. Moor เป็นทฤษฎี The Chasm ของ G.A. Moore (1995) หรือหุบเหวแห่งการดับของนวัตกรรม จากทฤษฎีของโรเจอร์นั้น การเริ่มยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้นหลังจากผ่านสถานะแรก (Innovators) คือ การได้รับการยอมรับจากนักประดิษฐ์นวัตกรรมหรือผู้ชอบติดตามเทคโนโลยีใหม่จำนวนหนึ่งยอมรับแล้ว ถัดไปจะเกิดจากการยอมรับของกลุ่ม Early Adopters หรือ Early Majority ได้

ง่ายขึ้น แต่มัวร์ได้ให้ความสำคัญต่อกลุ่ม Early Adopters ในการยอมรับนวัตกรรมอย่างมาก และกลุ่มนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งว่านวัตกรรมนั้นจะมีอยู่ในสังคมหรือดับไป มัวร์จึงเปรียบว่ากลุ่มคนนี้จะมี “หุบเหว” ซึ่งคอยดักนวัตกรรมใด ๆ ที่จะอยู่หรือดับ และนวัตกรรมใด ๆ จะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง Early Adopter กับผู้ผลิตจนกว่านวัตกรรมนั้น ๆ จะตรงกับอุปสงค์ในสังคมจนเกิดการยอมรับในที่สุด เรียกว่าเป็นช่วง Take Off หากผ่านหุบเหวนี้ไปได้ นวัตกรรมต่าง ๆ จะเกิดการยอมรับและเกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในสังคมเป็นอย่างมากหรืออย่างน้อยพอจะเป็น Critical Mass (Critical Mass คือ จำนวนผู้ที่ยอมรับเทคโนโลยีน้อยที่สุด ที่ยังคงมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนวัตกรรมและผู้ยอมรับเทคโนโลยีนั้น ซึ่งอัตราการยอมรับนั้นเพียงพอจะทำให้ยังคงมีเทคโนโลยีนั้นอยู่ได้ด้วยตัวเองต่อไปในสังคม) เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้นก็กลายเป็นตลาดขนาดเล็กเฉพาะกลุ่มแทน (Niche Market)

ลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม

1. การยอมรับ (Adoption)

การยอมรับมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในด้านที่เป็นตัวการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น การที่บุคคลหรือกลุ่มยอมรับสิ่งใหม่ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์ในบุคลิกภาพ ความรู้ความเข้าใจ และค่านิยมปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มคนในสังคม

ฟอสเตอร์ (Foster, 1973: 146-147) ได้ให้ความหมายของการยอมรับว่า หมายถึง การที่ประชาชนได้เรียนรู้ ผ่านการศึกษาโดยผ่านขั้นตอนการรับรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้นั้นจะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติ เมื่อเขาแน่ใจแล้วว่าสิ่งประดิษฐ์นั้นสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างแน่นอนเขาจึงกล้าลงทุนซื้อสิ่งประดิษฐ์นั้น

โรเจอร์ (Roger, 1983: 163) ได้ให้ความหมายของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมว่าเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลจะผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มรับรู้ว่ามีนวัตกรรม และเกิดทัศนคติอันนำไปสู่การตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม จนถึงขั้นยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

โดยสรุป การยอมรับเป็นกระบวนการทางจิตที่ผ่านการเรียนรู้อยู่เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ และทดลองนำไปปฏิบัติ เมื่อเห็นว่าเป็นผลดีจึงตัดสินใจใช้นวัตกรรมนั้น โดยระยะเวลาในการตัดสินใจยอมรับนั้นไม่มีกำหนดแน่นอนตายตัว ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรมนั้น ๆ

2. กระบวนการยอมรับนวัตกรรม (Process of Adoption)

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ กระบวนการตัดสินใจในการยอมรับหรือตัดสินใจปฏิเสธนวัตกรรม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองที่บุคคลจะต้องผ่านหรือระยะต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นแรกที่รู้เรื่อง

หรือมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม ไปจนถึงขั้นตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม และในที่สุดถึงขั้น ยืนยันการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว

คณะกรรมการนักสังคมวิทยาชนบทแห่งสหรัฐอเมริกาได้เสนอแนวความคิดว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน (Rogers & Shoemaker, 1971: 100-101) ดังนี้

1. ขั้นการรับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับ หรือการปฏิเสธสิ่งใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ ที่ตนได้เรียนรู้หรือรับนวัตกรรมนั้น แต่ยังไม่รู้ข่าวสารอย่างไม่ครบถ้วน มักเป็นการรู้โดยบังเอิญ ซึ่งอาจทำให้เกิดความอยากรู้ต่อไป อันเนื่องมาจากมีความต้องการที่จะประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ นั้น ในการแก้ปัญหาที่มีอยู่

2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจ และแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม พฤติกรรมในขั้นนี้เป็นลักษณะที่ตั้งใจแน่วแน่ และใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก ในขั้นนี้ทำให้บุคคลได้รู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ มากขึ้น บุคลิกภาพและค่านิยมของบุคคล รวมทั้งบรรทัดฐานและประสบการณ์ทางสังคม อาจจะมีผลต่อแปลงที่บุคคลไปหาข่าวสารและมีผลต่อการตีความข่าวเกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ ด้วย

3. ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) เป็นขั้นที่บุคคลใช้นวัตกรรมนั้นกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสถานการณ์ข้างหน้าโดยไตร่ตรองว่าจะลองใช้ดีหรือไม่ ด้วยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อดีและข้อเสียของนวัตกรรมนั้น ถ้ารู้สึกข้อดีมีมากกว่าก็จะตัดสินใจลองใช้ ขั้นนี้จะแตกต่างจากขั้นอื่น ๆ ตรงที่ได้ตัดสินใจที่จะลองความคิดใหม่ ๆ โดยที่บุคคลคิดว่าการใช้นวัตกรรมเป็นการเสี่ยง เพราะไม่แน่ใจในผลที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นขั้นไตร่ตรองตัดสินใจนี้จึงต้องการเสริมแรง (Reinforcement) เพื่อให้แน่ใจยิ่งขึ้นว่ากำลังทำในสิ่งที่ถูกต้อง ซึ่งได้แก่ ข่าวสาร และคำแนะนำจากเพื่อน ตลอดจนการเสริมแรงจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ในขั้นนี้จะรวมถึงพฤติกรรมด้านความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อความคิดใหม่ ๆ นั้น

4. ขั้นทดลองปฏิบัติ (Trial Stage) เป็นขั้นที่บุคคลนั้นใช้นวัตกรรมนั้นกับสถานการณ์ของตน แต่เป็นการลองดูกับส่วนน้อยก่อน เพื่อดูว่าได้ผลดีหรือไม่ และเป็นประโยชน์ที่ได้รับนั้นมากพอที่จะยอมรับไปปฏิบัติอย่างเต็มที่หรือไม่ จึงเป็นการทดสอบว่านวัตกรรมนั้นใช้ได้ดี ตรงกับที่ต้องการหรือไม่ ในขั้นนี้บุคคลอาจแสวงหาข่าวที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรมนั้น ผลของการทดลองปฏิบัตินี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับต่อไป

5. การยอมรับไปปฏิบัติอย่างสมบูรณ์ (Adoption Stage) บุคคลผู้ทดลองนั้นตัดสินใจที่จะใช้นวัตกรรมนั้นอย่างเต็มที่ หลังจากที่ได้พิจารณาไตร่ตรองจากผลที่ได้ทดลองปฏิบัติ

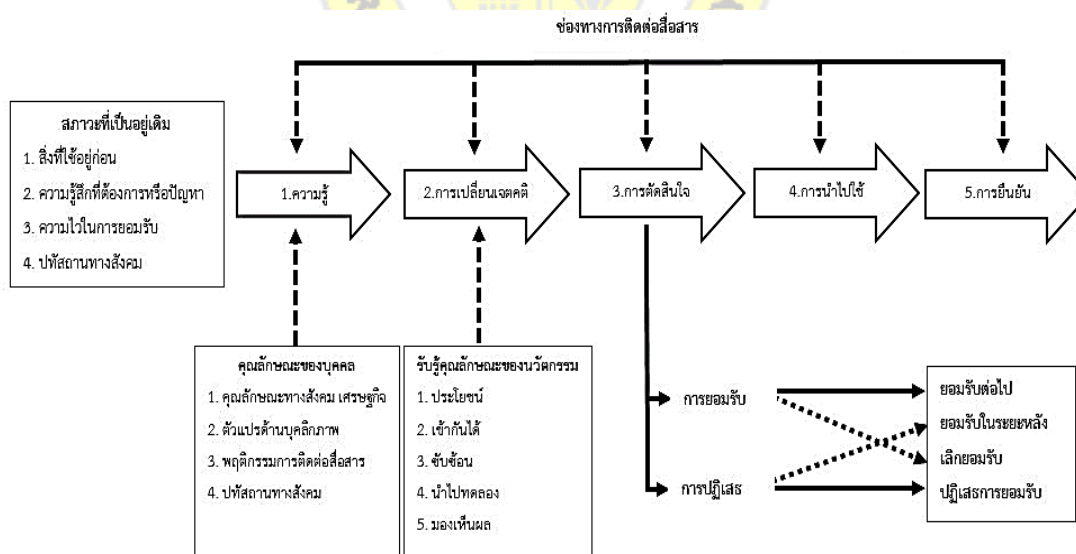
แนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมของโรเจอร์ เป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่นักวิจัยเป็นจำนวนมาก ซึ่งต่อมาก็ได้มีผู้พบข้อบกพร่องหลายประการ ดังนี้

1. รูปแบบของกระบวนการยอมรับจบลงด้วยการตัดสินใจยอมรับ ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจมีการปฏิเสธหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมก็ได้ ฉะนั้นกระบวนการยอมรับจึงควรเปลี่ยนชื่อใหม่เพื่อให้มีครอบคลุมโอกาสที่มีการไม่ยอมรับเกิดขึ้นด้วย ด้วยเหตุนี้กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของโรเจอร์ จึงเปลี่ยนชื่อมาเป็น กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม

2. ชั้นต่าง ๆ ในกระบวนการยอมรับอาจไม่มีการเรียงลำดับ และบางครั้งอาจข้ามขั้นไปบ้าง โดยเฉพาะขั้นทดลอง มีนวัตกรรมหลายอย่างที่มีการยอมรับโดยไม่ได้ทำการทดลอง นอกจากนี้การประเมินตามความเป็นจริงมีอยู่ในทุกขั้นตอนตลอดกระบวนการ มากกว่าจะมีเฉพาะเพียงแต่ในขั้นที่สามเท่านั้น โรเจอร์จึงตัดขั้นนี้ออกไป โดยถือว่าเป็นการประเมินตลอดกระบวนการและเลี้ยงไปใช้ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนเจตคติแทน (Persuasion Function)

3. โดยปกติกระบวนการนี้ไม่จำเป็นจะต้องสิ้นสุดลงด้วยการยอมรับเสมอไป โอกาสที่จะไม่ยอมรับก็มีได้พอ ๆ กัน

ดังนั้นโรเจอร์จึงเปลี่ยนคำว่า ยอมรับมาเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ยิ่งกว่านั้นกระบวนการนี้น้อยนักที่จะสิ้นสุดอยู่เพียงการยอมรับหรือการไม่ยอมรับ เพราะบุคคลมักจะแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อยืนยันความถูกต้องในการตัดสินใจ ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ อาจจะมีผลทำให้เปลี่ยนจากยอมรับมาเป็นเลิกใช้ (Discontinuance) หรือจากการไม่ยอมรับมาเป็นยอมรับในเวลาต่อมาได้ ดังนั้นโรเจอร์จึงเพิ่มส่วนที่เกี่ยวข้องกับการยืนยันผลการตัดสินใจ (Confirmation Function) ขึ้นมาใช้แผนผังใหม่



ภาพที่ 2.3 ลำดับขั้นของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

ที่มา: กิดานันท์ มลิทอง (2543: 164)

จากภาพที่ 2.3 เป็นแบบจำลองลำดับขั้นกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของโรเจอร์ (Rogers, 1983: 163-169) ซึ่งประกอบด้วย 5 ระดับ คือ

1. ระดับความรู้ (Knowledge Stage) เป็นระดับแรกของกระบวนการตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรม บุคคลได้รู้จักนวัตกรรมและได้แสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ บางคนกล่าวว่า การรับรู้ที่เกิดขึ้นได้โดยความบังเอิญ โดยที่บุคคลนั้น ๆ ไม่ได้ตั้งใจจะแสวงหาหรือต้องการจะรับรู้ แต่บางคนกลับโต้แย้งว่าการรับรู้แบบนี้คือ การรับรู้ (Selective Exposure) อย่างไรก็ตาม โรเจอร์ ได้กล่าวว่าไม่สามารถสรุปได้ว่าอะไรมาก่อนอะไรมาหลัง ระดับความรู้นี้แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1 การตระหนักว่ามีนวัตกรรม (Awareness Knowledge) เป็นการรับรู้ว่ามีนวัตกรรมและรับรู้ถึงความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงความรู้ในระดับนี้ยังไม่ลึกซึ้งนัก

1.2 เป็นความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม (How to Knowledge) รู้ว่าจะใช้นวัตกรรมอย่างไร จึงจะเหมาะสม ถูกต้องจะต้องรู้วิธีการปฏิบัติแต่ละขั้นอย่างละเอียดพอที่จะดำเนินการได้ ฉะนั้นยิ่งนวัตกรรมมีความซับซ้อนมากเท่าใดก็ต้องการความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากขึ้นเท่านั้น

1.3 เป็นความรู้เกี่ยวกับหลักการ (Principle Knowledge) เป็นความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงหลักการหรือทฤษฎีที่อยู่เบื้องหลังการปฏิบัติ เช่น ความรู้เกี่ยวกับจุลินทรีย์ ซึ่งอยู่เบื้องหลังการใช้วัคซีน ทฤษฎีการเพิ่มพลังเมืองซึ่งอยู่เบื้องหลัง จากการวางแผนครอบครัว ความรู้ในลักษณะนี้จะช่วยให้บุคคลเข้าใจนวัตกรรมและวิธีใช้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมอย่างมีเหตุผลมากขึ้น

2. ระดับเปลี่ยนเจตคติ (Persuasion Stage) เป็นระดับที่บุคคลจะเริ่มสร้างความรู้สึกรับชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม ซึ่งเป็นผลหลังจากที่เขามีความรู้ในเรื่องนวัตกรรมพอสมควรแล้วจากระดับแรกต้องการจะมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ เพิ่มขึ้น ต้องการรู้รายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรมในแง่ของผลประโยชน์ที่ได้รับ ความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ ความยากง่ายของการนำไปทดลองใช้ตลอดจนความผสมผสานกลมกลืนของนวัตกรรมในชุมชนนั้น ๆ มีผลผลมากในขั้นนี้กล่าวคือ มีผลต่อการเกิดเจตคติที่จะชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น ๆ ซึ่งมีผลไปถึงการตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมในระดับต่อไปนี้

3. ระดับการตัดสินใจ (Decision Stage) ในการตัดสินใจว่าจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่นั้น ความจริงมีตั้งแต่ระดับแรกเป็นต้นมา เช่น ในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ บุคคลต้องตัดสินใจเลือกรับรู้นวัตกรรมเพียงบางอย่าง ไม่สามารถรับรู้นวัตกรรมทั้งหมดที่ผ่านมาได้หรือในส่วนของความรู้สูงในระดับเปลี่ยนเจตคติ บุคคลจะต้องรับรู้บางอย่างที่จำเป็นสำหรับประเมิน จะตัดทิ้งหรือไม่สนใจความอย่างอื่น การตัดสินใจนี้เป็นการตัดสินใจว่าจะลองใช้นวัตกรรมหรือไม่ ถ้านวัตกรรมนั้นสามารถทดลองได้บุคคลส่วนมากมักไม่ยอมรับนวัตกรรมก่อนที่จะทำการทดลองดูเสียก่อน

4. ระดับการนำไปใช้ (Implementation Stage) บุคคลเมื่อตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ แล้ว บุคคลก็จะนำนวัตกรรมไปใช้ ซึ่งในบางครั้งการนำนวัตกรรมไปใช้จะกินเวลานานมาก ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้วัตกรมนั้น ๆ รวมทั้งการยอมรับที่จะใช้นวัตกรรมและการใช้งานอย่างสม่ำเสมอด้วย จึงมักมีการเตรียมจัดหาข้อมูลสำหรับขั้นของการนำไปใช้ใหม่มาก เพื่อจะให้บุคคลเหล่านั้นสามารถปฏิบัติการใช้นวัตกรรมนั้น ๆ ได้

5. ระดับการยืนยัน (Confirmation Stage) บุคคลจะต้องได้รับแรงเสริม แรงกระตุ้นเพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจของเขา ถ้าพบว่าสาระหรือสิ่งที่ได้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นขัดแย้งกัน บุคคลก็จะพยายามหลีกเลี่ยงภาวะการขัดแย้งนั้นเพื่อยืนยันการตัดสินใจ กล่าวคือเมื่อบุคคลได้รับข้อมูลเพิ่มเติมอาจเป็นกาเน้นให้เขาได้ตัดสินใจในความไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อมูลเดิมกับสิ่งที่ได้รับรู้ใหม่ อาจจะช่วยกระตุ้นให้มีการยอมรับนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ถาวร หรืออาจทำให้ลดลงก็เป็นไปได้เช่นกัน

โรเจอร์ (Rogers, 1983 อ้างอิงใน ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2546: 286) ได้กล่าวถึงช่องทางและพฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร ดังรายละเอียดดังนี้

การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการสร้างและใช้สารสนเทศร่วมกันกับผู้อื่น เพื่อจะทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ส่วนช่องทางการติดต่อสื่อสาร คือ วิธีการที่ข้อมูลข่าวสารจะผ่านจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง ธรรมชาติของการสื่อสารนี้ทำให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมมีโอกาสแพร่หลายมากขึ้น

ช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ คือ สื่อสารมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ช่องทางผ่านความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ซึ่งมีประสิทธิภาพในการชักชวนให้คนยอมรับแนวคิดใหม่ ๆ ได้ดี โดยเฉพาะหากบุคคลนั้นมีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมในระดับเดียวกัน หรือการเข้าร่วมกับกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ อาทิ การสัมมนา การประชุม ย่อมทำให้มีโอกาสรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมมากขึ้น

โรเจอร์ (Rogers, 1983: 165) ได้กล่าวว่า ลักษณะของบุคคลส่งผลต่อระยะเวลาในการยอมรับนวัตกรรมว่าช้าหรือรวดเร็วมีด้วยกัน 3 ประการ คือ

1. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้มีการศึกษาอยู่ในระดับสูง มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีสถานะทางสังคมสูงหรือตั้งจุดหวังในชีวิต เพื่อเลื่อนฐานะของสังคมให้สูงขึ้น และนวัตกรรมมีความสอดคล้องกับชีวิต จะเกิดการยอมรับสูงกว่าและเร็วกว่าผู้ที่ได้รับการศึกษาน้อยด้วยฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2. บุคลิกภาพ พวกที่ยอมรับนวัตกรรมได้เร็วและรับได้มากมักจะเป็นผู้ไม่ยึดมั่นยึดถือกับสิ่งเดิม มีความสามารถเอาใจเขามาใส่ใจเรามากกว่าเป็นผู้มีเหตุผลดีและมีเจตคติที่ดีต่อการศึกษาสามารถคิดและเข้าใจนามธรรมได้ดีกว่า และเป็นผู้ชอบเสี่ยงภัย มีเจตคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า

3. พฤติกรรมในการสื่อสาร การยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้นมากกว่าและเร็วกว่า ถ้าหากพฤติกรรมในการสื่อสารของบุคคลนั้นมีลักษณะดังนี้ คือ บุคคลมีส่วนร่วมในสังคมและทำตัวเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมได้ดี มีการเดินทางบ่อยครั้งหรือเป็นคนไม่ติดถิ่น มีโอกาสติดต่อกับผู้นำในการเผยแพร่ นวัตกรรม มีโอกาสเปิดรับสื่อมวลชน สื่อระหว่างบุคคล เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมาก เพราะมีโอกาสแสวงหาข่าวสารมาก และเป็นผู้มีระดับของการเป็นผู้นำทางความคิดสูง

โรเจอร์ (Rogers, 1983: 14-16) กล่าวถึง คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ (Characteristic of Innovations) ไว้ 5 ประการ ดังนี้คือ

1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น (Relative Advantage) คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการที่รับเข้ามานั้นดีกว่าความคิดเดิม การวัดความดีกว่านั้นอาจวัดได้หลายทาง กล่าวคือในด้านเศรษฐกิจ ความเชื่อถือในสังคม ความสะดวกสบาย และความพึงพอใจ การมองเห็นว่ามีประโยชน์นี้ ประโยชน์ด้านรูปธรรมไม่ใช่สิ่งสำคัญ แต่สิ่งที่สำคัญคือ การที่ปัจเจกชนนั้นเห็นว่านวัตกรรมมีประโยชน์ต่อเขา และยังมีผู้เห็นคุณค่าประโยชน์ของนวัตกรรมนั้นมากขึ้นเพียงใด การยอมรับก็จะเพิ่มเร็วขึ้น

2. ความเข้ากันได้หรือความสอดคล้อง (Compatibility) คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่านวัตกรรมนั้นมีลักษณะที่เข้ากันได้ หรือไปด้วยกันได้กับค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมปัจจุบัน หรือนวัตกรรมที่ไม่สามารถเข้ากันได้กับค่านิยม บรรทัดฐานของระบบสังคมนั้นย่อมได้รับการยอมรับที่ช้ากว่านวัตกรรมที่เข้ากันได้กับค่านิยมบรรทัดฐานของระบบสังคมนั้น ความเข้ากันได้หรือความสอดคล้องของนวัตกรรมกับสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวแล้วข้างต้น จะทำให้ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าไม่ต้องเสี่ยงภัยมาก ทำให้นวัตกรรมนั้นมีความหมายสำหรับเขามากขึ้น

3. ความสลับซับซ้อน (Complexity) หมายถึง การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมเห็นว่านวัตกรรมนั้นมีความสลับซับซ้อน ยากต่อการทำความเข้าใจและนำไปใช้ นวัตกรรมบางอย่างถ้ามีลักษณะไม่ยากต่อการเข้าใจ สมาชิกในสังคมสามารถเข้าใจได้และนำไปใช้ได้สะดวก นวัตกรรมนั้นก็จะได้รับการยอมรับอย่างรวดเร็ว

4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ (Trial Ability) คือ การที่นวัตกรรมมีลักษณะที่สามารถนำไปทดลองใช้ได้ ทั้งนี้เพราะผู้จะรู้สึกเสี่ยงภัยน้อยลง อันจะมีผลทำให้นวัตกรรมนั้นมีการยอมรับได้เร็วขึ้น เพราะมีโอกาสและความเป็นไปได้ในการเรียนรู้ตนเอง

5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ (Observability) คือ ระดับที่ผลของนวัตกรรมสามารถเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นผลได้ ผลของนวัตกรรมบางชนิดสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย แต่บางชนิดก็สังเกตเห็นได้ยาก ด้วยเหตุนี้นวัตกรรมที่มีส่วนเป็นรูปร่าง (Material Innovations) จึงได้รับการยอมรับง่ายกว่าและรวดเร็วกว่านวัตกรรมที่มีแต่ส่วนที่เป็นแนวความคิด (Non-Material Innovations) อย่างเดียว

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะของนวัตกรรมตามที่ผู้ยอมรับรู้สึกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการที่จะยอมรับนวัตกรรมหรือจะปฏิเสธนวัตกรรม ถึงแม้ว่านวัตกรรมนั้นจะมีประโยชน์และมีความสำคัญมากก็ตาม แต่ถ้าหาว่าบุคคลนั้นเห็นว่านวัตกรรมนั้นไม่ดีหรือไม่มีประโยชน์ก็อาจจะทำการปฏิเสธนวัตกรรมนั้นก็ได้

2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

จากแนวความคิดของ Nessim Hanna and Richard Wozniak (2001) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่มี 5 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การเปรียบเทียบประโยชน์ที่จะได้รับ (Relative Advantage) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เสนอประโยชน์ที่ดีกว่าทางเลือกอื่น ๆ โดยระดับการเปรียบเทียบประโยชน์ที่ได้รับของผู้บริโภคจะพิจารณาจากความแตกต่าง และข้อดีของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีกว่าผลิตภัณฑ์เดิมที่จะถูกทดแทน

2. ความเข้ากันได้ (Compatibility) ผลิตภัณฑ์ใหม่ควรจะมีความเหมาะสมกับความต้องการ ความเอื้อ คุณค่า ทัศนคติ ประสบการณ์ และนิสัยของผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความเข้ากันได้กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่ดีกว่าก็จะสามารถทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมได้เร็วยิ่งขึ้น

3. ความเรียบง่าย ความซับซ้อน (Simplicity Complexity) ในส่วนของความเรียบง่าย คือสิ่งที่ผู้บริโภครับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ใหม่มีความเรียบง่ายมากเท่าใด โอกาสในการถูกเลือกและยอมรับโดยผู้บริโภคนั้นก็ยิ่งมากขึ้นเช่นกัน ในทางตรงกันข้าม ยิ่งผลิตภัณฑ์ใหม่มีความซับซ้อนมากขึ้นเท่าใด โอกาสในการถูกเลือกและยอมรับโดยผู้บริโภคนั้นก็ยิ่งน้อยลงเช่นกัน

4. การสังเกตเห็นได้ (Observability) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมนั้นสามารถสังเกตเห็นและสื่อสารไปยังผู้บริโภคที่พร้อมจะยอมรับได้ ยิ่งผลิตภัณฑ์สามารถสังเกตเห็นความใหม่ความแตกต่างมากเท่าใด ยิ่งทำให้การยอมรับ การกระจายได้เร็วขึ้นเท่านั้น

5. การทดลองใช้และการแบ่งย่อยได้ (Trial Ability and Divisibility) ในส่วนของการทดลองใช้ หมายถึง ถ้าผู้บริโภคสามารถทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ และประเมินข้อดีก่อนการตัดสินใจซื้อจริง ก็จะทำให้การยอมรับเร็วยิ่งขึ้นด้วย ในส่วนของการแบ่งย่อยก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการกระตุ้นในการเกิดการ

ยอมรับผลิตภัณฑ์คือ ถ้าผู้บริโภคสามารถทดลองซื้อ และใช้สินค้าใหม่ในขนาดบรรจุปริมาณที่น้อยกว่ามาตรฐาน จะทำให้โอกาสในการเลือกที่จะทดลองใช้ได้ง่ายขึ้น

นอกจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 5 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ยังพบว่าปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม เช่นนั้น (Keith Goffin and Rick Mitchell, 2005) ยิ่งรับรู้ว่ามีความเสี่ยงน้อยเท่าใด การแพร่กระจายนวัตกรรมก็ยิ่งรวดเร็วยิ่งขึ้นเช่นนั้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผล

คำว่าประสิทธิผลกับประสิทธิภาพ เป็นคำที่ใช้กันอย่างกว้างขวางและมักจะใช้ผิด การปฏิบัติการ (Performance) ที่ส่งผลให้เกิดปริมาณและคุณภาพสูงสุดนั้นจะหมายถึง ประสิทธิภาพ ซึ่งผู้บังคับบัญชาทั้งหลายปรารถนาที่จะได้รับได้เห็น ประสิทธิภาพของกิจกรรมก่อนสิ่งอื่นใด ทั้งนี้เพราะแต่ละกิจกรรม หรือ กิจกรรมจะมีวัตถุประสงค์เป้าหมายและทิศทางเป้าหมายหลัก การมีประสิทธิผลสูงมากน้อยเพียงใดเป็นสิ่ง ที่ผู้บังคับบัญชาต้องการ ส่วนคำว่าประสิทธิภาพ (Efficiency) นั้น เนื่องจากทรัพยากรที่จำกัด ผู้ปฏิบัติงานจะประสบความสำเร็จจะต้องใช้ทรัพยากรที่จำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด และผู้บังคับบัญชามักจะต้องการเห็นความมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้วย ซึ่งประสิทธิผลและประสิทธิภาพถ้าอยู่ใน ลักษณะสมดุล ก็เกิดประสิทธิผลสูงพอดีกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน แต่ถ้ามุ่งเน้นด้าน ประสิทธิภาพมากเกินไปอาจต้องมีการจัดสรรทรัพยากรมากเกินไปและทำให้ขาดประสิทธิภาพในการ ปฏิบัติงานในทางตรงข้าม ถ้ามุ่งเน้นประสิทธิภาพมากเกินไป อาจจะทำให้ประสิทธิผลลดลง (วุฒิชัย จ๋านงค์, 2530)

สมพงษ์ เกษมสิน (2523: 14) ได้อธิบายว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง การพิจารณาผลของการทำงาน ที่สำเร็จลุล่วงตามที่คาดหวังไว้เป็นหลักและความสำเร็จของงานอย่างมีประสิทธิภาพนี้อาจเกิดจากการ ปฏิบัติหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพ เพราะประสิทธิภาพเป็นเรื่องของการที่จะทำงานให้ได้ผลสูงสุด ส่วน ประสิทธิภาพเป็นเรื่องของการนำเอาผลงานที่สำเร็จดังที่คาดหวังไว้มาพิจารณา

ภรณ์ มหานนท์ (2529: 2) ได้ให้ความหมายของประสิทธิผล คือ ตัวการที่จะเป็นเครื่องตัดสินใน ขั้นตอนสุดท้ายว่า การบริหารและองค์การจะประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด อย่างไรก็ตามคำว่า ประสิทธิภาพยังความแตกต่างกันอยู่ในความเข้าใจของนักวิชาการต่างสาขากัน สำหรับนักเศรษฐศาสตร์ และนักวิเคราะห์ทางการเงิน ประสิทธิภาพขององค์กรมีความหมายอย่างเดียวกันกับผลกำไรหรือ

ผลประโยชน์จากการลงทุน สำหรับผู้จัดการฝ่ายผลิต ประสิทธิภาพมักจะหมายความรวมถึงคุณภาพหรือปริมาณของผลผลิตที่เป็นสินค้าหรือบริการ

ธงชัย สันติวงศ์ (2540: 314) มีความเห็นว่า ประสิทธิภาพขององค์กร จะมีขึ้นได้จะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่ว่าองค์กรสามารถทำประโยชน์จากสภาพแวดล้อมจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดอยู่เบื้องหลังควบคู่กับประสิทธิภาพ คือความมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงการมีสมรรถนะสูง สามารถมีระบบการทำงานที่ก่อให้เกิดผลได้สูง โดยได้ผลผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่ามูลค่าของทรัพยากรที่ใช้ไป

โดยสรุป ประสิทธิภาพสามารถวัดได้ด้วยการนำเอาผลงานที่สำเร็จคาดหวังไว้มาพิจารณาหรือตามเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ อาจรวมไปถึงผลกำไร ผลประโยชน์จากการลงทุน คุณภาพหรือปริมาณของผลผลิตที่เป็นสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจจะใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจในขั้นสุดท้ายว่าการบริหารองค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่

1. การประเมินประสิทธิภาพ

สเตียร์ (Steers, 1997 อ้างถึงใน ประเสริฐ บัณฑิตศักดิ์, 2540: 20-24) ได้เสนอแนวทางการวิเคราะห์องค์กร เพื่อประเมินหาความมีประสิทธิภาพขององค์กรด้วยตัวแบบที่เรียกว่า ตัวแบบกระบวนการ (Process Model) โดยเสนอการวัดประสิทธิภาพสามารถทำได้ดีที่สุดด้วยการพิจารณาแนวความคิดที่สัมพันธ์กัน 3 ประการ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรให้ได้สูงที่สุด (Goal Optimization) หมายถึง การใช้เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นเครื่องวัดประสิทธิภาพขององค์กรซึ่งเป็นวิธีการที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการได้มาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่มีจำกัดและมีคุณค่าให้มีประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในการปฏิบัติตามเป้าหมาย ดังนั้นแทนที่จะยอมรับว่ามีข้อจำกัดอยู่หลายประการ เช่น คน เงิน เทคโนโลยี ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้น เมื่อยอมรับและบ่งชี้ได้ว่าอะไรคือข้อจำกัดแล้ว ก็สามารถวัดได้ว่าเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้จากทรัพยากรที่มีอยู่โดยคำนึงถึงข้อจำกัดเหล่านั้นคืออะไรการใช้แนวทางวิเคราะห์การบรรลุถึงเป้าหมายที่ได้มา ประเด็นสำคัญคือ แนวความคิดนี้ไม่เชื่อว่าการบรรลุถึงเป้าหมายสูงสุด เป็นสิ่งที่เป็นไปได้ และถ้าถึงแม้ว่าจะเป็นไปได้ก็อาจเป็นโทษต่อองค์กรและการอยู่รอดขององค์กร เป็นต้นว่าองค์กรอาจมุ่งบรรลุเป้าหมายให้ได้ ทำการผลิตให้สูงสุดจนไม่เหลือทรัพยากรเพียงพอ สำหรับการวิจัยและพัฒนาผลผลิตใหม่ซึ่งก็จะมีผลกระทบทำให้การเจริญเติบโตขององค์กรในระยะยาว ตลอดจนการพัฒนาและการอยู่รอดขององค์กรอยู่ในอันตราย นอกจากนี้หากเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจแก่พนักงานในองค์กรได้รับการบรรลุถึงเป้าหมายสูงสุด ปัญหาเป้าหมายด้านการผลิตก็ย่อมเกิดขึ้น

เช่นกัน การใช้แนวคิดด้านการบรรลุเป้าหมายให้ได้สูงสุด เป็นการยอมรับว่าเป้าหมายขององค์กรมีหลายประการและมักขัดแย้งกัน ทั้งยอมรับว่ามีข้อจำกัดหลายประการ ในการพยายามบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร ถ้ามีการประเมินประสิทธิผลจึงเป็นไปในรูปแบบของการวิเคราะห์ว่าองค์กรสามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่เป็นไปได้ (Feasible Goals) ได้ดีเพียงใด ซึ่งเป็นแนวทางที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากกว่า การวัดประสิทธิผลจากเป้าหมายที่เป็นที่ปรารถนาสูงสุดขององค์กร

2. แนวความคิดด้านระบบ (System Perspective) หมายถึง การใช้แนวความคิดด้านระบบ ซึ่งไม่แต่สอดคล้องกับความคิดเรื่องเป้าหมายแล้ว ทั้งแนวความคิดด้านระบบและแนวความคิดเกี่ยวกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรให้ได้สูงสุดยังสัมพันธ์กันอีกด้วย การวิเคราะห์เป้าหมายของแนวความคิดนี้กระทำในรูปของระบบ ซึ่งหมายความว่าเป้าหมายไม่ได้อยู่ในสภาพนิ่งอยู่กับที่ แต่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา นอกจากนี้การบรรลุถึงเป้าหมายระยะสั้นก็คือ ตัวป้อนใหม่ที่จะเข้าไปมีส่วนในการบรรลุเป้าหมายต่อไป ความเป็นวงจรของเป้าหมายขององค์กรดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเป็นระบบขององค์กร

3. การเน้นเรื่องพฤติกรรม (Behavioral Emphasis) แนวความคิดการบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กรให้ได้สูงสุด เน้นบทบาทของพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว หรืออีกนัยหนึ่งคือ การยอมรับว่าเป็นเป้าหมายขององค์กรจะสามารถบรรลุถึงได้ก็โดยอาศัยพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร

หลังจากได้วิเคราะห์แนวความคิดทั้ง 3 ด้าน ที่เป็นพื้นฐานของแนวความคิดด้านการบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กรให้ได้สูงสุด ซึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ความมีประสิทธิภาพขององค์กรแล้ว สเตียร์ (Steers, อ้างอิงถึงใน ประเสริฐ บัณฑิตศักดิ์, 2540) ก็ได้เสนอตัวแปรสำคัญ (Variables) ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์กร โดยแยกออกตามลักษณะได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ลักษณะขององค์กร ประกอบด้วย โครงสร้างและเทคโนโลยี

1.1 โครงสร้าง หมายถึง ความสัมพันธ์ของทรัพยากรด้านมนุษย์ที่ได้กำหนดไว้ในองค์กร การวิเคราะห์โครงสร้างจึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ การกระจายอำนาจความชำนาญ เฉพาะอย่าง ความเป็นทางการ สายการบังคับบัญชา ขนาดขององค์กร และขนาดของคณะกรรมการ

1.2 เทคโนโลยี หมายถึง เครื่องมือหรือวิธีการซึ่งองค์กรในการแปรสภาพตัวป้อนออกไปเป็นผลผลิต ซึ่งมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรด้วยเช่นกัน การวิเคราะห์เทคโนโลยีจึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ การปฏิบัติการ วัสดุและอุปกรณ์ ความรู้ เป็นต้น

2. ลักษณะของสภาพแวดล้อม ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน

2.1 สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง สภาพแวดล้อมของงานซึ่งมีความหมายต่อกิจกรรมในการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ ความสลับซับซ้อน ความมั่นคง ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมขององค์กร

2.2 สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง บรรยากาศขององค์กร การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน จึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้คือ โอกาสของความสำเร็จ ความเอาใจใส่ การให้รางวัล ความมั่นคง ความเสี่ยง ความเปิดเผย การปกป้ององค์กรในการปฏิบัติงาน

3. ลักษณะบุคคลในองค์กร ประกอบด้วย ความผูกพันต่อองค์กรและการปฏิบัติงาน

3.1 ความผูกพันขององค์กร หมายถึง ความปรารถนาของบุคคลที่จะรักษาไว้ซึ่งการเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ความผูกพันแบบเป็นทางการและความผูกพันทางจิตใจและความรู้สึก การวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กร จึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ ความสนใจและความผูกพันที่บุคลากรมีต่อองค์กร

3.2 การปฏิบัติงาน หมายถึง การปฏิบัติงานที่ติดตามที่องค์กรต้องการในทุกระดับขององค์กร การวิเคราะห์การปฏิบัติงาน จึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ แรงจูงใจ เป้าหมาย ความต้องการ ความสามารถ และความชัดเจนในบทบาทของบุคลากรในองค์กร

4. นโยบายการบริหารและการปฏิบัติงาน หมายถึง เครื่องมือที่จะช่วยฝ่ายบริหารให้สามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้และมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์นโยบายการบริหารและการปฏิบัติจึงรวมถึงการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ การกำหนดเป้าหมายที่แน่นอน การจัดหาและการใช้ทรัพยากร การสร้างสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน แบบของผู้นำ ภาวะผู้นำ และการตัดสินใจ ระยะเวลาการฝึกอบรม ระยะเวลาในการจัดตั้งองค์กร กระบวนการติดต่อสื่อสาร การให้คำปรึกษา การปรับตัวขององค์กรและการริเริ่มสิ่งใหม่

2. แบบจำลองในการวัดประสิทธิผลของมอทท์ (Mott)

มอทท์ (Mott, 1972 อ้างถึงใน ภรณ์ มหามานนท์, 2529) ได้นำเสนอแบบจำลองในการวัดประสิทธิผลขององค์กร โดยเสนอสมมติฐานว่า ประสิทธิผลขององค์กรประกอบด้วย ปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ความสามารถในการผลิต วันจากเฉลี่ยคำตอบของสมาชิกในองค์กรที่ให้ตอบแบบสอบถามใน 3 ประเด็น โดยขอให้ผู้ตอบประเมิน ประมาณ คุณภาพ และประสิทธิภาพของงานในองค์กร วิธีการของมอทท์ในเรื่องนี้อาจจะไม่เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางนัก เพราะแนวความคิดของเขาในการวัด

ผลผลิตมิได้ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อหน่วย และผลผลิตต่อชั่วโมง การทำงานอย่างที่ใช้กันอยู่อย่างกว้างขวางมาวิเคราะห์ แต่นักวิชาการหลายคนเชื่อว่า วิธีของมอทท์เป็นประโยชน์อย่างมากในการวิเคราะห์องค์กรในบางประเภท เช่น โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย และหน่วยงานของรัฐ ซึ่งไม่มีผลผลิตที่เห็นได้อย่างชัดเจน

2. ความสามารถในการปรับตัว วัดโดยการถามคำถาม 4 ข้อแก่ผู้ตอบคำถาม แต่ละข้อเกี่ยวกับกระบวนการมีส่วนร่วม และการแก้ไขปัญหา โดยรวมถึงคำถามที่สะท้อนให้เห็นถึงความรวดเร็วในการที่คนในองค์กรยอมรับวิธีการ และระเบียบใหม่ ๆ และสะท้อนให้เห็นอัตราส่วนของบุคคลที่ยอมรับ การเปลี่ยนแปลงในองค์กร

3. ความสามารถยืดหยุ่นได้ วัดโดยการถามคำถาม ซึ่งขอให้ผู้ตอบประเมินว่าคนในองค์กรปรับตัวให้เข้ากับภาวะฉุกเฉินได้ดีเพียงใด เช่น เครื่องจักรเสีย งานล้นมืออย่างไม่คาดคิดไว้ก่อน หรือมีการเร่งหมายกำหนดการทำงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้ทำการวัดระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ซึ่งถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ทางการเงินที่นำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ ประชาชนจำเป็นต้องมีการปรับตัว โดยใช้ทฤษฎีของมอทท์ (Mott) ด้านความสามารถในการปรับตัว ซึ่งเมื่อประชาชนสามารถปรับตัวได้กับการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ก็จะทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจต่อธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ (National E-Payment)

ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ เป็นระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่รัฐบาลกำลังพยายามผลักดัน เพื่อให้มีระบบรองรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับการใช้งานเทคโนโลยีโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือที่ขยายวงกว้างขึ้น และมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยรวม รัฐบาลโดยกระทรวงการคลังจึงได้ริเริ่มผลักดันแนวคิด National E-Payment ขึ้นตั้งแต่ในช่วงปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา โครงการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ หรือเรียกว่า National E-Payment มีความชัดเจนขึ้นอย่างชัดเจนเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบในหลักการแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ฯ นี้ ซึ่งกำหนดให้มีการดำเนินการโครงการสำคัญคู่ขนานกันไปในช่วงเวลาเดียวกัน 4 โครงการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) ได้แก่

โครงการที่ 1 ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay)

ระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) เป็นระบบทางเลือกใหม่ที่เพิ่มความสะดวกในการรับเงินและโอนเงินด้วยค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าบริการโอนเงินข้ามธนาคารแบบเดิม โดยการโอนเงินหรือชำระเงินในปัจจุบันจะต้องใช้หมายเลขบัญชีธนาคาร ซึ่งมีตัวเลขหลายหลัก ทำให้ยากต่อการจดจำและการสื่อสาร แต่การชำระเงินหรือโอนเงินผ่านบริการพร้อมเพย์ จะสามารถทำได้โดยใช้หมายเลขอื่นที่ผู้รับโอนได้ลงทะเบียนไว้กับสถาบันการเงิน โดยในระยะแรกจะเริ่มต้นจากหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเลขประจำตัวประชาชน ซึ่งจะทำให้การโอนเงินระหว่างประชาชนด้วยกันหรือระหว่างประชาชนกับภาคธุรกิจสะดวกมากขึ้น ในขณะที่ ทำให้การจ่ายเงินระหว่างภาครัฐและประชาชนมีความถูกต้องตรงตัวผู้รับมากขึ้น ทั้งนี้ ประชาชนสามารถลงทะเบียนบริการพร้อมเพย์ได้ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เป็นต้นไป ไม่มีกำหนดปิดรับลงทะเบียน และสามารถให้บริการโอนเงินระหว่างบุคคลได้ในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2560

การโอนเงินเป็นบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการเคลื่อนย้ายเงินในระบบเศรษฐกิจของประเทศและมีความเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วน เช่น การโอนเงินระหว่างบุคคลของประชาชน การโอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการของภาคธุรกิจ รวมถึงการโอนเงินสวัสดิการและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของภาครัฐ การมีบริการโอนเงินที่สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยจึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจดำเนินไปได้อย่างคล่องตัว รวมถึงช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจของประเทศ

โครงการนี้เป็นการพัฒนาระบบการชำระเงินกลางของประเทศไทยให้สามารถรองรับการโอนเงินระหว่างสถาบันการเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โดยใช้เลขประจำตัวประชาชน หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายเลขกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet ID) เลขที่บัญชีธนาคาร หรือที่อยู่ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address) ในการระบุผู้รับโอนที่ได้ลงทะเบียนไว้กับสถาบันการเงิน รวมถึงรองรับการรับชำระเงินของร้านค้า และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง และเป็นช่องทางในการจ่ายเงินสวัสดิการจากภาครัฐสู่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในระยะแรกจะเริ่มต้นจากหมายเลขประจำตัวประชาชน และหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ก่อน ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางการเงินได้สะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นพื้นฐานของบริการทางการเงินต่าง ๆ ในอนาคต

เป้าหมายการดำเนินงาน

1. การพัฒนาระบบสำหรับให้ประชาชนลงทะเบียนบริการพร้อมเพย์กับบัญชีเงินฝาก แล้วเสร็จในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2559
2. การพัฒนาระบบสำหรับการโอนเงินสวัสดิการจากภาครัฐสู่ประชาชน โดยใช้เลขประจำตัวประชาชนในไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2559
3. การพัฒนาระบบสำหรับให้บริการโอนเงินระหว่างบุคคลในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2560

ประโยชน์ที่จะได้รับจากระบบรับและโอนเงินพร้อมเพย์

บริการพร้อมเพย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สะดวก ปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลดีต่อทุกภาคส่วน ดังนี้

1. ภาคประชาชน สามารถเข้าถึงบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถทำได้โดยง่าย ด้วยต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ผ่านช่องทางและบริการชำระเงินที่หลากหลาย ทั้งการโอนเงิน การชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ การชำระค่าสินค้าและบริการทางออนไลน์ รวมถึงการจ่ายภาษีหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ แก่หน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ประชาชนที่ได้รับเงินช่วยเหลือ เงินสวัสดิการ หรือเงินคืนภาษีจากภาครัฐจะได้รับเงินโดยตรงผ่านการโอนเงินเข้าบัญชีที่ลงทะเบียนไว้
2. ภาคธุรกิจ มีช่องทางรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สะดวกรวดเร็วจากการใช้ ID ที่ลงทะเบียนไว้ แทนการใช้เลขที่บัญชีเงินฝาก ช่วยเพิ่มโอกาสในทางธุรกิจจากการที่ลูกค้าสามารถชำระเงินได้สะดวกรวดเร็วด้วยต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการและ SMEs โดยเฉพาะการขายสินค้าทางออนไลน์ ที่สามารถรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวกและได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า
3. ภาครัฐ เพิ่มประสิทธิภาพการโอนเงินจากภาครัฐสู่ประชาชนโดยใช้เลขประจำตัวประชาชน เช่น การโอนเงินสวัสดิการถึงประชาชนโดยตรง การคืนภาษีเงินได้เข้าบัญชีเงินฝากของผู้เสียภาษีทำให้การจ่ายเงินของภาครัฐมีความโปร่งใส ลดความผิดพลาด และลดปัญหาการทุจริตจากการจ่ายเงินด้วยเงินสดหรือเช็ค
4. เศรษฐกิจในภาพรวม สนับสนุนการลดการใช้เงินสดในทุกภาคส่วน ลดต้นทุนการบริหารจัดการธนบัตรของประเทศ เช่น การพิมพ์ การขนส่ง และการทำลายธนบัตร เพิ่มความโปร่งใส และลดปัญหาการทุจริตและเศรษฐกิจนอกระบบ รวมถึงเพิ่มความรวดเร็วคล่องตัวในการหมุนเวียนเงินในระบบเศรษฐกิจ นอกจากนี้ข้อมูลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ยังสามารถนำมาวิเคราะห์ เพื่อวางแผนพัฒนา

เศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดนโยบายช่วยเหลือธุรกิจ และประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

โครงการที่ 2 การขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์

เป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้ประชาชนสามารถใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเดบิต ได้กว้างขวางขึ้น โดยมีต้นทุนการชำระเงินด้วยบัตรลดลง ทั้งในส่วนของภาระของร้านค้าที่รับบัตร และเพิ่มการกระจาย อุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ให้แพร่หลายมากขึ้น ทั้งร้านค้าและหน่วยงานราชการทั่วประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและภาคธุรกิจ โดยการขยายการใช้บัตรในลักษณะเช่นนี้ จะเป็นการเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินที่สะดวกปลอดภัยมากขึ้นให้กับประชาชน ทั้งนี้โครงการนี้คาดว่าจะเริ่มกระจายอุปกรณ์รับชำระเงินตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นไป บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเอทีเอ็มและบัตรเดบิต เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยยกระดับวิถีชีวิตของประชาชน และสนับสนุนให้ประชาชน ภาคธุรกิจ ภาครัฐ เข้าถึงบริการทางการเงิน/การชำระเงินได้อย่างแพร่หลาย เนื่องจากเป็นสื่อการชำระเงินที่ประชาชนมีความคุ้นเคยมากกว่าสื่อประเภทอื่น จากกรณีศึกษาในต่างประเทศ พบว่าในประเทศที่มีระดับการพัฒนาประเทศสูง มีการใช้บัตรเดบิตในการชำระเงินแทนเงินสดอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้ประเทศเข้าสู่การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างกว้างขวาง ครบวงจรทั้งในภาคประชาชน รวมถึงภาคธุรกิจและภาครัฐที่ติดต่อกับประชาชน อย่างไรก็ตาม สภาพแวดล้อมของไทยในปัจจุบันยังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้การใช้บัตรยังไม่เต็มประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น ประชาชนส่วนใหญ่คุ้นเคยกับการใช้บัตรเดบิตเพื่อถอนเงินสดจากเครื่องเอทีเอ็มมาเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันมากกว่าการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการที่ร้านค้าโดยตรง รวมทั้งร้านค้าที่รับบัตรยังมีไม่แพร่หลายมากนัก ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในเขตเมืองและแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าบางรายเลือกที่จะไม่รับชำระเงินด้วยบัตร หรือรับชำระเงินด้วยบัตรแต่กำหนดยอดซื้อขั้นต่ำ หรือให้ส่วนลดการชำระด้วยเงินสดมากกว่าการชำระด้วยบัตร เนื่องจากร้านค้ามีภาระค่าธรรมเนียมการรับบัตร (Merchant Discount Rate) และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องค่อนข้างสูง นอกจากนี้สถาบันการเงินผู้รับบัตร (Acquirer) เอง ก็มีต้นทุนในการวางเครื่องรับบัตรสูง ประกอบกับรูปแบบของธุรกิจที่อาจไม่เอื้อกับร้านค้าหรือธุรกิจขนาดเล็ก จึงเลือกให้บริการเฉพาะในบางพื้นที่ที่อยู่ในเขตเมืองและมีธุรกรรมของบัตรเครดิตเป็นหลัก

โครงการนี้จึงเป็นการส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ที่มีค่าธรรมเนียมต่ำแทนการใช้เงินสดเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชน โดยเฉพาะประชาชนในต่างจังหวัด รวมทั้งการกระจายอุปกรณ์ รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หลากหลายรูปแบบ เช่น เครื่อง EDC เครื่องรูดบัตรมือถือ

(MPOS) ตามความเหมาะสมของร้านค้าและพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกในการชำระเงินให้กับประชาชน อีกทั้ง จะส่งเสริมการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสดในทุกภาคส่วน โดยภาครัฐจะรับชำระค่าธรรมเนียมผ่านบัตรเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชนและภาคธุรกิจมากขึ้น และในอนาคตอาจใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือหนึ่งในการจ่ายเงินสวัสดิการจากภาครัฐไปสู่ประชาชนโดยตรง นอกจากนี้ ยังมีมาตรการจูงใจประชาชนและร้านค้าในการใช้บัตรและรับบัตร เพื่อส่งเสริมการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการชำระเงินของประชาชนจากการใช้เงินสดไปสู่การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างทั่วถึงแพร่หลาย ซึ่งจะช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชน และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของภาคธุรกิจและประเทศ สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาล

เป้าหมายการดำเนินงาน

1. ผู้ให้บริการวางอุปกรณ์รับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าร่วมโครงการ เริ่มกระจายอุปกรณ์รับชำระเงินแก่ร้านค้าและหน่วยงานภาครัฐ ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2560
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน เช่น ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการติดตั้งอุปกรณ์การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นทางเลือกในการชำระเงินภายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2560

ประโยชน์ที่จะได้รับการขยายการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์

โครงการขยายการใช้บัตร มุ่งเน้นพัฒนาบริการและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์อย่างครบวงจร เพื่อส่งเสริมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสดในภาคประชาชน รวมถึง ภาคธุรกิจและภาครัฐ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ภาคประชาชน สามารถเข้าถึงบริการการชำระเงินด้วยบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เช่น บัตรเดบิต ได้สะดวก และด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ทั้งการใช้จ่ายด้วยบัตรแทนการใช้เงินสด และการรับเงินสวัสดิการจากภาครัฐผ่านบัตร
2. ภาคธุรกิจ เพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกิจและลดต้นทุนจัดการเงินสดและเช็ค โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) สามารถรับชำระเงินด้วยบัตรได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำลง ทำให้สามารถบริหารจัดการเงินได้สะดวกรวดเร็วมมากขึ้น ลดโอกาสเกิดความผิดพลาดและการทุจริตจากการใช้เงินสด ซึ่งจะช่วยพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและสร้างโอกาสทางธุรกิจ
3. ภาครัฐ สามารถบริหารจัดการการจ่ายเงินสวัสดิการและเงินช่วยเหลือต่าง ๆ ให้กับประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถประเมินประสิทธิผลของเงินช่วยเหลือต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น โดยภาครัฐสามารถจ่ายเงินสวัสดิการให้แก่ประชาชนได้โดยตรง รวดเร็ว ตรงกลุ่มเป้าหมาย ลดความซ้ำซ้อน ลด

ข้อผิดพลาด ซึ่งทำให้กระบวนการจ่ายเงินสวัสดิการของภาครัฐมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ในทุกขั้นตอน รวมทั้ง มีข้อมูลการใช้จ่ายของประชาชนที่ได้รับความช่วยเหลือ เพื่อนำมาใช้พิจารณาจัดสรรเงินและ กำหนดรูปแบบสวัสดิการที่เหมาะสม ให้ตรงตามวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้นในอนาคต เช่น การใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อในการใช้บริการต่าง ๆ ของภาครัฐตามที่รัฐบาลจะกำหนดต่อไป (เช่น ระบบขนส่งสาธารณะ ระบบการรักษาพยาบาล)

โครงการที่ 3 ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

เป็นการพัฒนาการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (E-Receipt) เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการจัดทำ รวมทั้งการนำส่งรายงานการทำธุรกรรมทางการเงินและการนำส่งภาษีเมื่อมีการชำระเงินผ่านระบบ E-Payment ซึ่งจะเป็นการช่วยลดต้นทุน ระยะเวลา และขั้นตอนของภาคเอกชน ในการจัดทำเอกสารและการชำระภาษี สำหรับโครงการนี้คาดว่าจะ เริ่มให้สามารถจัดส่งใบกำกับภาษีผ่านระบบ Centrally Signed E-mail ได้ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2560 ระบบ E-Tax Invoice และ ระบบ E-Receipt จะพร้อมใช้ในเดือนมกราคม 2560 และจะสามารถคืนเงินภาษีบุคคลธรรมดาด้วยพร้อมเพย์ ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2560

โครงการนี้เป็นการพัฒนาการจัดทำและนำส่งข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ (E-Tax Invoice) และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ (E-Receipt) เพื่ออำนวยความสะดวกและลดขั้นตอนในการจัดทำใบกำกับภาษี รวมทั้งการนำส่งรายงานการทำธุรกรรมทางการเงินและการนำส่งภาษีเมื่อมีการชำระเงินผ่านทางระบบ E-Payment (E-Withholding Tax) อันจะช่วยลดระยะเวลาและขั้นตอนของภาคเอกชน ในการจัดทำเอกสารและการชำระภาษี

เป้าหมายการดำเนินงาน

1. ปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ภาคเอกชนสามารถจัดทำและส่งมอบใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ให้ได้สะดวกขึ้น
2. เริ่มระบบทดลองให้จัดส่งใบกำกับภาษีทาง E-mail เดือนธันวาคม พ.ศ. 2559
3. สามารถจัดส่งใบกำกับภาษีผ่านระบบ Centrally Signed E-mail ได้ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2560
4. ระบบ E-Tax Invoice และ E-Receipt จะพร้อมใช้ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2560
5. สามารถคืนเงินภาษีบุคคลธรรมดาด้วยพร้อมเพย์ได้ ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2560

ประโยชน์ที่จะได้รับจากระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

โครงการนี้จะทำให้ในอนาคต เมื่อมีการชำระเงินผ่านระบบ E-Payment จะมีการเชื่อมโยงระบบการชำระภาษีเข้ากับระบบการชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งจะเป็นการลดขั้นตอนการชำระภาษีและการนำส่งเอกสารภาษีอากร โดยจะถือเป็นการชำระภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายเบ็ดเสร็จได้ขณะที่ทำธุรกรรมชำระค่าสินค้าและบริการผ่านสถาบันการเงิน โดยหากผู้ประกอบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางระบบ E-Payment ธนาคารจะทำหน้าที่ในการนำส่งภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่าย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายและทำหนังสือรับรองการหักภาษี ณ ที่จ่ายอีก พร้อมกันนั้นธนาคารจะนำส่งข้อมูลการเงินที่ทำธุรกรรมและข้อมูลภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายให้แก่กรมสรรพากรไปในคราวเดียวกันโดยตรง จะอำนวยความสะดวกในด้านภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ผู้ประกอบการที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างครบวงจร ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย Doing Business ที่ต้องการลดจำนวนการติดต่อระหว่างภาครัฐกับเอกชนและการก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างสมบูรณ์

ในทางปฏิบัติ จากการทำธุรกรรมสรรพากรได้พัฒนาระบบบริการจัดทำ นำส่ง และตรวจสอบข้อมูลใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ที่สะดวกและสอดคล้องกับลักษณะผู้ประกอบการที่หลากหลาย จะนำมาสู่ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการจะจัดทำใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวกยิ่งขึ้น โดยมีขั้นตอนที่ลดลง เช่น ขั้นตอนการลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์
2. ผู้ประกอบการจะมีช่องทางจัดส่งใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายสอดคล้องกับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีและสะดวกยิ่งขึ้น เช่น การถ่ายโอนข้อมูลแบบ Host to Host การถ่ายโอนข้อมูลผ่านผู้ให้บริการ (Service Provider) การถ่ายโอนข้อมูลโดยการอัพโหลดข้อมูล การจัดทำใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์และใบรับอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์ของกรมสรรพากร การส่งใบกำกับภาษีผ่านระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์กลาง (Simple Centrally Signed E-mail) เป็นต้น
3. ผู้ประกอบการจะมีภาระในการจัดเตรียมเอกสารเพื่อการเสียภาษีมูลค่าเพิ่มลดลง โดยกรมสรรพากรจะจัดทำรายงานภาษีขายโดยอัตโนมัติ (Electronic VAT Report) เมื่อข้อมูลภาษีซื้อ-ภาษีขายบนระบบอิเล็กทรอนิกส์ครบถ้วน

ในระยะแรกเพื่อให้ผู้ประกอบการรายเล็กที่ยังไม่สามารถจัดทำใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างสมบูรณ์มีความคุ้นเคยกับการออกใบกำกับภาษีอิเล็กทรอนิกส์ กรมสรรพากรได้ร่วมกับสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) และสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การ

มหาชน) พัฒนาระบบ Simple Centrally Signed E-mail เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าสามารถจัดส่งใบกำกับภาษีทางอีเมลในรูปแบบข้อความทางอิเล็กทรอนิกส์ที่น่าเชื่อถือมากขึ้น โดยที่ผู้ประกอบการไม่ต้องจัดซื้อลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นของตนเอง

โครงการที่ 4 โครงการ E-Payment ภาครัฐ

เป็นการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม และพัฒนาระบบการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมให้มีฐานข้อมูลกลางเกี่ยวกับสวัสดิการของภาครัฐ ควบคู่กับการจ่ายเงินให้แก่ประชาชนโดยตรงผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะช่วยให้สามารถจ่ายเงินช่วยเหลือและเงินสวัสดิการให้แก่ประชาชนได้ ตรงกลุ่มเป้าหมาย ลดความผิดพลาด ความซ้ำซ้อน และโอกาสการทุจริตจากการจ่ายด้วยเงินสดหรือเช็ค สำหรับโครงการนี้คาดว่าจะสามารถเริ่มโอนเงินสวัสดิการประชาชนผ่านเลขที่บัญชีธนาคารได้ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2559 จ่ายเงินสวัสดิการผ่านเลขบัตรประชาชนด้วยพร้อมเพย์ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2559 และให้หน่วยงานภาครัฐรับจ่ายเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ทั้งหมดภายในเดือนกันยายน พ.ศ. 2560

โครงการ E-Payment ภาครัฐ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) โครงการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม และ 2) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์

1. โครงการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม

สืบเนื่องจากคำรณายกรัฐมนตรีที่ต้องการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางที่ทำให้รัฐสามารถจ่ายเงินสวัสดิการและเงินช่วยเหลือให้แก่ผู้มีรายได้น้อย หรือผู้ที่รัฐต้องการให้ความช่วยเหลือโดยตรง ถูกกลุ่มเป้าหมายไม่ซ้ำซ้อนและเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งยังสามารถบริหารจัดการและประเมินผลประสิทธิภาพของเงินช่วยเหลือต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น โดยประชาชนสามารถใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ หรือบัตรประชาชนเป็นสื่อในการรับเงินช่วยเหลือ และสามารถนำไปใช้จ่ายผ่านร้านค้าต่าง ๆ หรือนำไปใช้กับบริการต่าง ๆ ของรัฐ เช่น ระบบขนส่งสาธารณะ และระบบรักษาพยาบาล เป็นต้น โดยแนวทางบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม เริ่มตั้งแต่หน่วยงานเจ้าของข้อมูล มีหน้าที่ปรับปรุงข้อมูลผู้มีสิทธิให้ถูกต้องเป็นปัจจุบัน และส่งข้อมูลให้กรมการปกครองตรวจสอบตัวตน และการมีชีวิตของผู้มีสิทธิ แล้วส่งข้อมูลต่อให้กรมบัญชีกลางเป็นผู้โอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคารของผู้มีสิทธิ แนวทางดังกล่าวได้ผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการขับเคลื่อนตามแผนยุทธศาสตร์ National E-Payment ซึ่งมีรองนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน การดำเนินงานตามแนวทางข้างต้นเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ หรือเรียกว่า “การบูรณาการการจ่ายเงินสวัสดิการสังคมและเงินช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย” ซึ่งเป็นการดำเนินงานใน

ระยะที่ 1 และจะแล้วเสร็จภายในปี 2560 เมื่อสามารถจ่ายเงินสวัสดิการสังคมทุกประเภทตามแนวทางข้างต้นแล้ว จะทำให้มีฐานข้อมูลการจ่ายเงินสวัสดิการสังคม และสามารถตรวจสอบได้ว่าผู้มีสิทธิแต่ละรายได้รับสวัสดิการสังคมประเภทใดบ้าง มีความซ้ำซ้อนหรือไม่ รวมทั้งสามารถบริหารงบประมาณการจ่ายเงินสวัสดิการสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยได้นำร่อง (Quick Win) การจ่ายเงินอุดหนุนเพื่อการเลี้ยงดูเด็กแรกเกิด ด้วยวิธีการโอนเงินเข้าบัญชีเงินฝากธนาคาร ตามแนวทางการบูรณาการการจ่ายเงินสวัสดิการสังคม รอบแรกวันที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2559 จำนวน 55,307 ราย และรอบที่สองภายในวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 ประมาณ 45,000 ราย

การดำเนินงานในระยะที่ 2 เพื่อเป็นการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคมและเงินช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย ได้มีการเปิดให้ประชาชนผู้มีรายได้น้อยลงทะเบียนระหว่างวันที่ 15 กรกฎาคม-15 สิงหาคม พ.ศ. 2559 ณ ธนาคารกรุงไทย ธนาคารออมสิน และ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพื่อให้รัฐมีฐานข้อมูลรองรับการจัดสวัสดิการในอนาคตต่อไป

2. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์

เป็นการส่งเสริมการรับจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยการโอนเงินและการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ แทนการใช้เงินสดและเช็ค ซึ่งกรมบัญชีกลางได้กำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติให้ทุกราชการถือปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2559 เป็นต้นไป รวมทั้งเพิ่มช่องทางการให้บริการรับชำระเงินค่าบริการจากประชาชนให้กับส่วนราชการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านการเงินของหน่วยงานภาครัฐ ให้มีความถูกต้อง รวดเร็ว

เป้าหมายการดำเนินงาน

1. จ่ายเงินอุดหนุนเพื่อการเลี้ยงดูเด็กแรกเกิดเพื่อนำร่องการจ่ายเงินสวัสดิการสังคม ตามแนวทางการบูรณาการฐานข้อมูลสวัสดิการสังคม และทดสอบระบบก่อนขยายผลจนครบทุกประเภทสวัสดิการในปี พ.ศ. 2560

2. กำหนดหลักเกณฑ์และแนวทางปฏิบัติในการจ่ายเงินของหน่วยงานภาครัฐด้วยการโอนเงินและการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ แทนการใช้เงินสดและเช็ค เพื่อให้ทุกราชการถือปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2559

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ประชาชนที่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล เช่น ผู้มีรายได้น้อยจะได้รับสิทธิตามที่ควรได้รับ ในขณะที่ภาครัฐมีฐานข้อมูลกลางของประชาชนที่ครบถ้วนเป็นปัจจุบัน สามารถบริหารจัดการเงิน

ช่วยเหลือได้ตรงตามวัตถุประสงค์ มั่นใจว่าจะถึงมือประชาชนอย่างถูกต้อง และลดโอกาสเกิดการทุจริต ซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐสามารถบริหารจัดการเงินสวัสดิการได้อย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใสยิ่งขึ้น

2. ช่วยยกระดับวิถีชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินและบริการ E-Payment ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ทำให้การโอนเงินและการชำระเงินของประชาชนสามารถทำได้โดยง่าย โดยใช้เลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกเหนือจากเลขบัญชีเงินฝากธนาคาร และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ได้โดยง่ายและสะดวกขึ้น

3. การเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชนให้คุ้นเคยกับการใช้วิธีการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แทนการใช้เงินสดมากขึ้น จะทำให้ร้านค้าต่าง ๆ เข้าสู่ระบบ E-Payment ได้เร็วขึ้น

4. การเพิ่มประสิทธิภาพการรับจ่ายเงินภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ภาครัฐบริหารจัดการเงินงบประมาณได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายแล้ว ยังสามารถส่งเงินถึงผู้รับได้โดยตรง และทำให้กระบวนการรับส่งเงินของภาครัฐมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน ลดโอกาสการทุจริต



ภาพที่ 2.4 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน

ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ

ที่มา: กระทรวงการคลัง (2560). เข้าถึงได้จาก www.epayment.go.th



ภาพที่ 2.5 ภาพรวมโครงการระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ
 ที่มา: กระทรวงการคลัง (2560) เข้าถึงได้จาก www.epayment.go.th

เงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money: E-Money)

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) ได้ให้ความหมายของเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money) หมายถึง มูลค่าเงินที่บันทึกในชิพคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในบัตรพลาสติกหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือเงินที่อยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้าแก่ผู้ให้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ใช้บริการสามารถนำไปใช้ชำระค่าสินค้าค่าบริการแทนการชำระเงินด้วยเงินสดตามร้านค้าที่รับชำระเงิน ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องพกเงินสดให้ยุ่งยากและไม่เสียเวลารอเงินทอนอีกด้วย โดยสามารถพบเห็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบของบัตรรถไฟฟ้า บัตรซื้ออาหารในศูนย์อาหาร บัตรเติมเงินมือถือ บัตรชมภาพยนตร์ บัตรรถโดยสาร รวมทั้งการซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์

คุณลักษณะของเงินอิเล็กทรอนิกส์ และคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจเงินอิเล็กทรอนิกส์

ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของเงินอิเล็กทรอนิกส์และคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Money) ไว้ดังนี้

“อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Money) หรือที่อาจเรียกว่า Multi-Purpose Stored Value, E-Wallet, Electronic Money มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ผู้บริโภคชำระเงินล่วงหน้าให้ผู้ออกเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Pre-Paid)
2. มูลค่าเงินที่ชำระล่วงหน้า ถูกบันทึกในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ (Stored Value) เช่น บัตรพลาสติก หรือสื่อคอมพิวเตอร์อื่น
3. ผู้บริโภคสามารถนำไปใช้ซื้อสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ได้จากร้านค้าที่ผู้ออกเงินอิเล็กทรอนิกส์ กำหนด (Multi-Purpose)

คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money)

1. ต้องเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัด หรือบริษัทมหาชนจำกัด
2. ต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากรัฐมนตรีโดยยื่นคำขอรับอนุญาต ผ่านฝ่ายระบบการชำระเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย
3. ต้องมีทุนจดทะเบียนซึ่งชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 200 ล้านบาท

รูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-money)

รูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่จัดเก็บเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ชำระค่าสินค้าและบริการที่ใช้ในประเทศไทย สามารถจำแนกเป็นรูปแบบหลัก ๆ ได้ 4 ประเภท มีลักษณะการใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการแตกต่างกัน ดังนี้

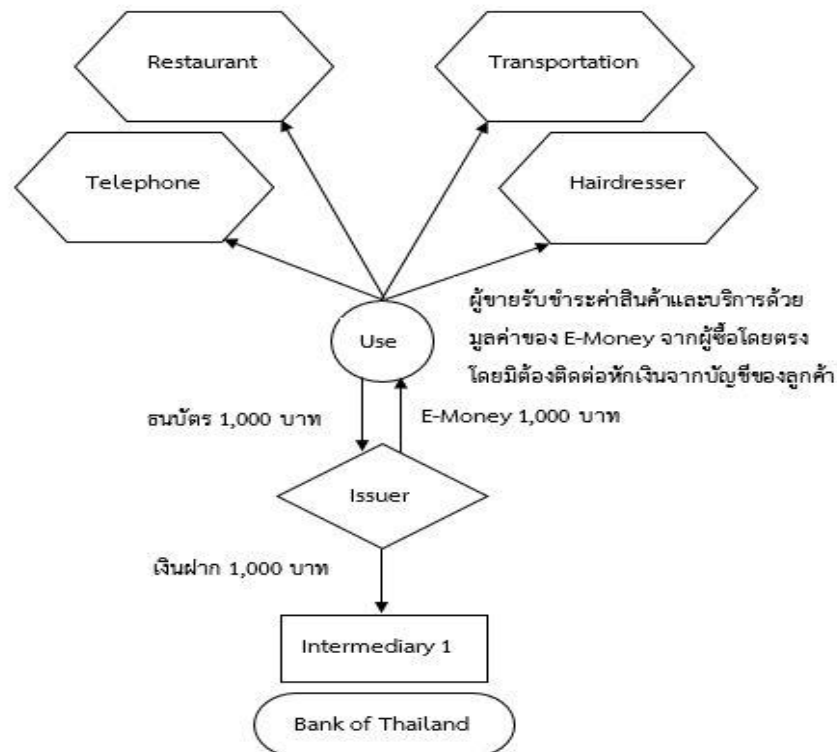
1. บัตรอิเล็กทรอนิกส์ (E-Card, Digital Card) เป็นบัตรที่มีมูลค่าเงินจัดเก็บอยู่ในบัตรพลาสติก แถบแม่เหล็ก หรือบัตรสมาร์ทการ์ด ผู้บริโภคสามารถเติมเงินลงในบัตรแล้วนำไปชำระค่าสินค้าหรือบริการในธุรกิจค้าปลีกที่ผู้ออกบัตรกำหนด โดยธุรกิจค้าปลีกจะมีเครื่องรูดบัตรหรือเครื่องอ่านบัตรเพื่อทำการตัดมูลค่าเงินในบัตรเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามจำนวนเงินที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการ

2. บัตรเงินสด (Cash Card) เป็นบัตรที่ผู้ออกบัตรกำหนดมูลค่าเงินต่าง ๆ ลงในบัตร เช่น 50 บาท 100 บาท เป็นต้น ซึ่งมูลค่าเงินดังกล่าวจัดเก็บในระบบคอมพิวเตอร์ของผู้ออกบัตรผู้บริโภคต้องทำการแลกซื้อบัตรเงินสดในร้านค้าหรือตัวแทนจำหน่ายของผู้ออกบัตรเงินสด เพื่อนำมูลค่าเงินทั้งหมดเติม

เงินในประเภทสินค้าหรือบริการที่ต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากหลายสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในบัตรตามขั้นตอนต่าง ๆ ที่ระบุอยู่บนบัตร

3. กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในโทรศัพท์มือถือ (M-Wallet) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโมบายเพย์เมนท์ (Mobile Payment) ที่จะจัดให้มีกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อจัดเก็บเงินสดย่อย (Cash) แล้วตัดมูลค่าเงินในกระเป๋าอิเล็กทรอนิกส์ไปชำระค่าสินค้าและบริการที่ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่กำหนดซึ่งรวมถึงกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการ และทุกครั้งที่มีการชำระเงินผู้ให้บริการจะได้รับข้อความตอบกลับ (SMS) เพื่อจัดเก็บเป็นหลักฐาน

4. บัญชีอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ตหรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ต (E-Wallet) เป็นลักษณะบัญชีหรือกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้ให้บริการจะต้องขอเปิดบริการกับผู้ให้บริการบนอินเทอร์เน็ตก่อนการทำการจัดเก็บเงินลงบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำไปใช้ชำระค่าสินค้าและบริการอินเทอร์เน็ตกับธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการกับผู้ให้บริการ หรือทำธุรกรรมอื่น ๆ โดยผู้ให้บริการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายตามรายละเอียดที่ผู้ให้บริการได้กำหนด



ภาพที่ 2.6 การชำระสินค้าและบริการด้วย E-Money

ที่มา: ธรรมรักษ์ หมั่นจักร. (2544) เข้าถึงได้จาก <http://www.econ.tu.ac.th>

นวัตกรรมระบบการชำระเงินด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์นี้จะไม่ใช้เงินที่ออกโดยธนาคารกลางมาเป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการโดยตรง แต่จะใช้ระบบข้อมูลที่มีค่าของเงินมาจัดเก็บไว้ในไมโครชิพของบัตรเครดิต หรือในเครือข่ายระบบคอมพิวเตอร์ที่มีข้อมูลในค่าของเงินบันทึกอยู่แทน โดยระบบการชำระเงินด้วยเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) นี้แตกต่างจากระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิต ที่มีลักษณะการชำระเงินซึ่งต้องมีการขออนุมัติออนไลน์ก่อนที่จะมีการชำระค่าสินค้าและบริการ หรือธุรกรรมใด ๆ ซึ่งตรงข้ามกับผู้ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้ชำระเงินเพื่อซื้อเงินอิเล็กทรอนิกส์มูลค่าหนึ่ง ๆ จากผู้ออก (Issuer) แล้วสามารถใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์นี้ไปชำระธุรกรรมได้ทันทีโดยไม่ต้องมีการอนุมัติหักเงินจากผู้ออกแต่อย่างใด

ความหมายของระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์และสวัสดิการสังคมหรือสวัสดิการภาครัฐ

E-Payment คือ รูปแบบการรับและจ่ายเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การโอน เงินผ่านระบบธนาคาร การโอนเงินผ่านมือถือ การจ่ายเงินด้วยบัตรเครดิต บัตรเดบิต เป็นต้น ซึ่งนโยบายของรัฐบาลต้องการพัฒนาระบบการชำระเงินของไทยให้เข้าสู่ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างครบวงจร สามารถรองรับธุรกรรมทางการเงินและเศรษฐกิจต่าง ๆ ให้สามารถดำเนินไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเพิ่มช่องทางการรับ-จ่ายเงินเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ลดการใช้เอกสาร ความซับซ้อน หรือการทุจริต

สวัสดิการสังคมหรือสวัสดิการภาครัฐ หมายถึง การช่วยเหลือของภาครัฐที่ให้แก่ประชาชนให้มีปัจจัยอันจำเป็นแก่การดำรงชีพคือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ตลอดจนการบำบัดรักษาโรคภัยไข้เจ็บ การศึกษาอบรมตามสมควรแก่อัตภาพ และความรู้ที่จะทำมาหาเลี้ยงชีพโดยสุจริต เพื่อที่จะให้คนมีงานทำ มีเงิน มีรายได้ที่ดี และนำไปสู่การอยู่ดีกินดีในสังคม โดยเป็นการช่วยเหลือในรูปแบบของเงิน สิ่งของ หรือสิทธิสวัสดิการต่าง ๆ เช่น เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เบี้ยยังชีพคนพิการ รถเข็นสำหรับคนพิการ เงินช่วยเหลือเด็กแรกเกิด เป็นต้น

ประโยชน์ของระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ต่อประชาชน

ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐหรือ E-Payment มีประโยชน์ต่อประชาชนจะได้รับจากระบบ E-Payment ภาครัฐ เช่น

1. ระบบ E-Payment ทำให้ภาครัฐมีฐานข้อมูลกลางของประชาชนที่ครบถ้วนเป็นปัจจุบัน ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสวัสดิการต่าง ๆ ของภาครัฐได้ตามสิทธิอย่างครบถ้วนและทั่วถึง โดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อย ผู้พิการ ผู้สูงอายุ เป็นต้น

2. ช่วยยกระดับวิถีชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงิน และบริการ E-Payment ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

3. เพิ่มช่องทางให้ประชาชนสามารถชำระเงินค่าบริการหรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ต้องชำระให้กับส่วนราชการได้สะดวก รวดเร็ว

4. ประชาชนมีช่องทางการชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ (คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ฯลฯ) ได้เช่นเดียวกับบริการของภาคธุรกิจ เช่น การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต/เดบิต

5. ลดภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ

ประโยชน์ของระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ต่อภาคธุรกิจ

ภาคธุรกิจจะได้รับประโยชน์จากระบบ e-Payment ภาครัฐ เช่น

1. เพิ่มช่องทางในการติดต่อชำระเงินกับส่วนราชการได้รวดเร็วขึ้น
2. เพิ่มประสิทธิภาพและโอกาสในการทำธุรกิจ กรณีที่อยู่ห่างไกลกัน สามารถชำระเงินระหว่างกันได้โดยง่าย
3. เพิ่มความโปร่งใสในการรับ-จ่ายเงิน สามารถติดตามสถานะ และตรวจสอบได้ง่าย

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ (PromptPay)

การบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) คือบริการทางเลือกใหม่ให้ประชาชน ธุรกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ ใช้ในการโอนเงินและรับเงิน เป็นบริการเพิ่มจากการโอนเงินแบบเดิมที่ให้ประชาชนเลือกใช้ได้และทำให้ผู้ใช้มีความสะดวกมากขึ้น เพราะระบบพร้อมเพย์จะใช้เลขประจำตัวประชาชน หรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้รับเงินแทนได้ ทำให้สะดวกและง่ายต่อการจดจำ จากเดิมที่ต้องรู้เลขที่บัญชีเงินฝากธนาคารจึงจะโอนเงินให้ได้ พร้อมเพย์จึงเป็นบริการทางเลือกให้กับประชาชน โดยประชาชนทุกคนไม่จำเป็นต้องมาลงทะเบียน แต่ผู้ที่มีการโอนเงินรับเงินบ่อย ๆ ควรจะมาลงทะเบียนใช้พร้อมเพย์ เพราะจะได้รับประโยชน์จากค่าธรรมเนียมที่ถูกลงมา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ใช้เงินสดทำธุรกรรมกันอย่างแพร่หลาย การใช้จ่ายเงินสดมีต้นทุนการบริหารจัดการที่สูง ประกอบด้วย ค่าพิมพ์ธนบัตร ค่าขนย้าย ทุกอย่างมีต้นทุนทั้งหมด ดังนั้นในภาพรวมจำเป็นจะต้องขยับไปใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ธนาคารต่าง ๆ ธนาคารแห่งประเทศไทย

ไทย และรัฐบาลเห็นตรงกัน ส่วนทางด้านผู้ประกอบการธนาคาร มีความต้องการให้ประชาชนหันมาใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น เมื่อรัฐบาลมีนโยบายระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติหรือ National E-payment จึงมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในด้านนโยบายและการดำเนินงาน ข้อดีของธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ นอกจากช่วยป้องกันในเรื่องการฟอกเงินในระดับชาติแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายย่อยอีกด้วย เพราะธนาคารสามารถตรวจสอบปริมาณธุรกรรมทางการเงินได้ทั้งหมดและธนาคารสามารถให้ปล่อยสินเชื่อได้ง่ายยิ่งขึ้น

แผนการ National E-payment มีหลายส่วน เช่น การใช้บัตรชิปการ์ด ซึ่งเป็นในเรื่องของการจ่ายเงิน นอกจากตัวบัตรแล้ว รัฐบาลยังอยากให้ร้านค้าต่าง ๆ ทำการติดตั้งเครื่องรูดบัตร หรือที่เรียกรวมๆ ว่า EDC (Electronic Data Capture) ให้มากขึ้น โดยพยายามลดค่าธรรมเนียมการรูดบัตรลงต่ำลง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนใช้จ่ายผ่านบัตรให้มากขึ้น ส่วนในเรื่องของ PromptPay จะเป็นเรื่องของการโอนเงินโดยเฉพาะ



ภาพที่ 2.7 ภาพรวมกระบวนการพร้อมเพย์

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560)

ความปลอดภัยการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ (PromptPay)

การบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์เป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยเช่นเดียวกับระบบการโอนเงินประเภทอื่นที่มีให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ระบบพร้อมเพย์มีการดูแลความปลอดภัยตั้งแต่ขั้นตอนการลงทะเบียนที่รัดกุม การพัฒนาระบบกลางที่มั่นคง ปลอดภัย และการใช้งานของประชาชนผู้โอนเงินอย่างถูกต้อง ลงทะเบียนรัดกุม ธนาคารจะมีการตรวจสอบตัวตนของลูกค้าและความเป็นเจ้าของหมายเลขโทรศัพท์มือถืออย่าง

รัดกุม นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้มีการกำกับให้ธนาคารปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดในการรับลงทะเบียนพร้อมเพย์ ซึ่งได้ออกแนวทางไปเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน พ.ศ. 2559 เพื่อให้การลงทะเบียนมีความปลอดภัยเป็นมาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน รวมทั้งธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีการตรวจสอบขั้นตอนและการควบคุมดูแล ระบบการลงทะเบียนพร้อมเพย์เป็นการเฉพาะเพื่อให้มั่นใจในความมั่นคงปลอดภัยและความพร้อมใช้งาน ระบบกลางมั่นคงปลอดภัย พร้อมเพย์เป็นระบบที่พัฒนาเพิ่มจากระบบโอนเงินที่ใช้อยู่ปัจจุบัน จึงมีความปลอดภัยเท่าเทียมกับการบริการโอนเงินในปัจจุบันเป็นระบบที่เชื่อมโยงระหว่างธนาคารและผู้ให้บริการระบบกลางพร้อมเพย์ของประเทศไทยคือ บริษัท NITMX จึงเป็นระบบปิดที่มีการดูแลรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานสากลคนภายนอกไม่สามารถต่อเข้ากับระบบนี้ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตทั่วไปได้ และธนาคารแห่งประเทศไทยได้ติดตามดูแลการพัฒนาระบบด้านความมั่นคงปลอดภัยด้วย

นอกจากนี้ได้มีการเตรียมการรองรับในด้านความปลอดภัย รวมถึงการดูแลระบบสารสนเทศในเรื่องมาตรฐานความปลอดภัย มาตรฐานความถูกต้องความพร้อมใช้ของระบบ การดูแลการเข้าถึงข้อมูล การสำรองข้อมูล การมีแผนรองรับกรณีฉุกเฉินด้วย ระบบกลางของพร้อมเพย์ได้ถูกออกแบบและพัฒนาโดยบริษัทที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านระบบการชำระเงิน และเป็นผู้พัฒนาระบบการชำระเงินที่ใช้ในประเทศต่าง ๆ อาทิ ระบบที่มีลักษณะเดียวกันกับการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ที่ประเทศอังกฤษซึ่งมีการใช้มาเป็นระยะเวลา 8 ปี และประเทศสิงคโปร์มีการใช้มาเป็นระยะเวลา 2 ปี โดยมีมาตรฐานความปลอดภัยสูงระดับสากล และยังมีระบบติดตามและป้องกันการทุจริตเพื่อเพิ่มความปลอดภัยด้วย

โดยทั้งนี้ ผู้ให้บริการระบบกลาง ได้ให้บริการโดยระบบที่มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ตามมาตรฐาน ISO 27001 ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระบบสากลและมีการตรวจสอบประเมินความปลอดภัยจากหน่วยงานภายนอกที่ได้รับการรับรอง

ประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ (PromptPay)

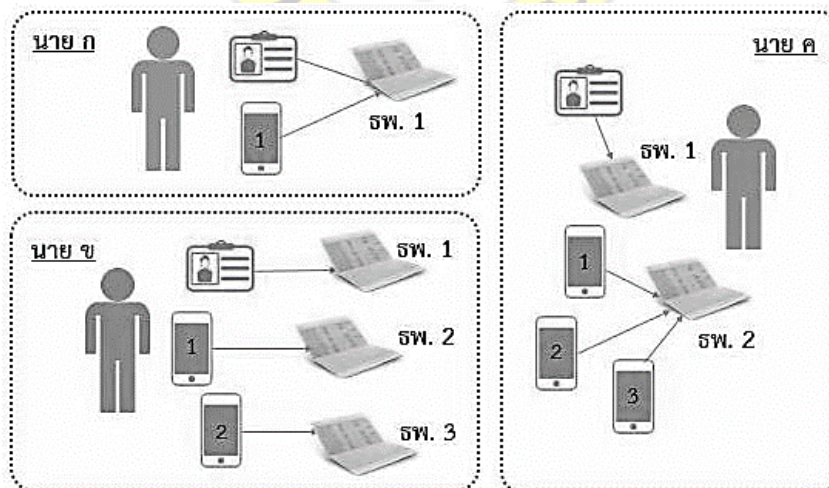
เพื่อเพิ่มทางเลือกและความสะดวกในการโอนและรับเงินให้ประชาชน และช่วยลดความเสี่ยงในการถือเงินสดที่อาจสูญหาย ลดภาระและต้นทุนในการบริหารจัดการและพิมพ์ธนบัตรของประเทศ ในระยะต่อไปรัฐบาลจะดูแลประชาชนด้านสวัสดิการโดยจ่ายเงินผ่านช่องทางพร้อมเพย์ด้วย ทำให้ประชาชนได้รับเงินรวดเร็วและทั่วถึง ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีทางเลือกในการใช้บริการโอนเงินมากขึ้นและสามารถใช้พร้อมเพย์ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงินค่าเล่าเรียน ค่าบริการต่าง ๆ หรือการจ่ายค่าอาหารและที่สำคัญด้วยค่าบริการที่ถูกลงกว่าบริการโอนเงินแบบเดิม โดยเฉพาะการโอนเงินครั้งละไม่เกิน 5,000

บาท จะไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใด ๆ ไม่ว่าจะโอนไปยังธนาคารไหน หรือ ณ จุดใดในประเทศ ถ้าโอนจำนวนมากขึ้นก็มีค่าธรรมเนียมเรียกเก็บบ้าง แต่มีเพดานไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ

การสมัครใช้บริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ (PromptPay)

ผู้ใช้งานต้องมาลงทะเบียนเพื่อผูกบัญชีที่มีอยู่กับธนาคารนั้นเข้ากับเลขประจำตัวประชาชน หรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือ โดยธนาคารจะมีการตรวจสอบเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ว่าเป็นเจ้าของตัวจริง ไม่มีการปลอมแปลง เพื่อดูแลความปลอดภัยให้ประชาชน และหลังจากลงทะเบียนแล้วธนาคารจะมีการแจ้งยืนยันว่าผ่านการลงทะเบียนใช้บริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ หรือไม่

ทุกธนาคารจะเปิดให้ลงทะเบียนตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2559 เป็นต้นไป ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขานาคร โดยประชาชนสามารถลงทะเบียนเมื่อไหร่ก็ได้ ตามความสะดวกและความพร้อมของประชาชน ซึ่งธนาคารบางแห่งที่มีความพร้อมได้เปิดลงทะเบียนตั้งแต่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 สำหรับผู้ที่มีบัญชีเงินฝากธนาคารหลายบัญชี ไม่จำเป็นต้องมาลงทะเบียนพร้อมเพย์ทุกบัญชี แต่อาจเลือกบัญชีใดบัญชีหนึ่งไว้สำหรับรับเงินด้วยพร้อมเพย์ก็ได้ หรือในกรณีที่ยากใช้พร้อมเพย์กับหลายบัญชี ก็สามารถเลือกผูกเลขประจำตัวประชาชนกับบัญชีที่ 1 และผูกเบอร์โทรศัพท์มือถือกับบัญชีที่ 2 ก็ได้ และต้องระวังว่าหมายเลขเดียวกันผูกซ้ำเกินกว่า 1 บัญชีไม่ได้ โดยเริ่มให้บริการโอนเงินตั้งแต่วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2560 โดยจะโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ได้ตามช่องทางต่าง ๆ ของธนาคารที่ได้กำหนด ได้แก่ Mobile Banking, Internet Banking และตู้ ATM ซึ่งลูกค้าจะต้องมีรหัส Username/Password หรือมีบัตรและรหัส ATM จึงจะสามารถใช้บริการได้



ภาพที่ 2.8 การผูกบัญชีธนาคารกับระบบพร้อมเพย์

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560)

ข้อควรระวังของประชาชนในการใช้บริการพร้อมเพย์

1. ควรระมัดระวังรักษาอุปกรณ์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือ Mobile Device ที่ใช้เชื่อมต่อทำธุรกรรมเกี่ยวกับระบบพร้อมเพย์เป็นอย่างดี เพื่อไม่ให้ผู้อื่นเอาไปใช้งาน เช่นเดียวกับการดูแลบัตรเครดิตหรือบัตร ATM

2. ผู้โอนเงินควรเรียนรู้ ศึกษา วิธีการใช้งานอย่างปลอดภัย เช่น การตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องก่อนการยืนยันการโอนเงิน

3. ควรมีความระมัดระวังในการตั้งรหัส Username/Password ให้คาดเดาได้ยาก และไม่บอกรหัส Username/Password กับผู้อื่น หรือเขียนเอาไว้ในที่เปิดเผย

ที่ผ่านมาปัญหาส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น มักมีสาเหตุจากการหลอกลวงโดยผู้ที่ไม่หวังดี ไม่ใช่เรื่องของระบบงาน จึงต้องระมัดระวังกลโกงต่าง ๆ ให้โอนเงินไปให้ หรือหลอกขอข้อมูลรหัส Username/Password

การดูแลลูกค้าของธนาคาร

ธนาคารมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบต่อกู้ลูกค้าพร้อมเพย์ เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking, Internet Banking หรือ ATM ของธนาคาร ซึ่งในปัจจุบันธนาคารมีกระบวนการที่ดูแลลูกค้าอยู่แล้วในกรณีที่เกิดความผิดพลาด มีปัญหาหรือข้อโต้แย้งต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น กรณีบัตรเครดิตหายหรือโอนเงินทาง ATM ผิด ลูกค้าสามารถโทรมาแจ้งที่ Call Center ของธนาคารซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่ธนาคารมาดูแลช่วยเหลือในรายละเอียด โดยทั่วไปธนาคารจะมีกำหนดเวลาในการแก้ไขเรื่องร้องเรียนภายใน 7-14 วัน นอกจากนั้น ธนาคารยังมีหน้าที่ต้องดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการใช้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการด้วย

ค่าธรรมเนียมสำหรับการโอนเงินในระบบพร้อมเพย์

ค่าธรรมเนียมสำหรับการโอนเงินในระบบพร้อมเพย์จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การโอนเงินระหว่างนิติบุคคล และการโอนเงินระหว่างบุคคล ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 ค่าธรรมเนียมสำหรับการโอนเงินระหว่างนิติบุคคล

มูลค่าการโอน/รายการ	ค่าธรรมเนียม/รายการ
ไม่เกิน 100,000 บาท	ไม่เกิน 10 บาท
มากกว่า 100,000 บาท	ไม่เกิน 15 บาท

หมายเหตุ วงเงินสูงสุดตามที่แต่ละธนาคารกำหนด

ตารางที่ 2.3 ค่าธรรมเนียมสำหรับการโอนเงินระหว่างบุคคล

มูลค่าการโอน/รายการ	ค่าธรรมเนียม/รายการ
ไม่เกิน 5,000 บาท	ฟรี
มากกว่า 5,000 – 30,000 บาท	ไม่เกิน 2 บาท
มากกว่า 30,000 – 100,000 บาท	ไม่เกิน 5 บาท
มากกว่า 100,000-วงเงินสูงสุดตามที่แต่ละธนาคารกำหนด	ไม่เกิน 10 บาท

หมายเหตุ ไม่จำกัดจำนวนครั้งในการโอน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปริญวิศว์ ชูเชิด (2559) ได้ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 3G หรือ 4G ในการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ TrueMove เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายแบบ 4G จ่ายค่าบริการโทรศัพท์เป็นแบบรายเดือน (Post-Paid) ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 301-500 บาท/เดือน เพื่อโทรศัพท์คุยกันและเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต ใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูลความรู้ ถ่ายภาพหรือวิดีโอเพื่อเก็บข้อมูลการศึกษา ปัจจัยการประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนพบว่า ด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เรียน ส่วนด้านการให้บริการผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีพบว่า ลักษณะการจ่ายค่าบริการ เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้รวมต่อเดือน มีความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ค่าใช้จ่ายค่าบริการโทรศัพท์ต่อเดือน อายุ สถานภาพ และรายได้รวมต่อเดือน มี

ความสัมพันธ์ทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ปัจจัยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการจัดการเรียนการสอนมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านสื่อเพิ่มเติมอื่น และการติดต่อสื่อสารผู้เรียนกับผู้สอน ตัวแปรอิสระทั้ง 3 มีความสัมพันธ์การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอนร้อยละ 57.0

วัชรพล คงเจริญ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุด มีอายุเฉลี่ยในช่วง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-30,000 บาท ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการฝากเงินสดเข้าบัญชีตนเองและผู้อื่น เวลาที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 12.01-18.00 น. ใน 1 เดือน มีการใช้บริการ 4-6 ครั้ง และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมอันได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านการสังเกตได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ด้านการยอมรับความเสี่ยง และด้านความซับซ้อน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีนัยสำคัญที่ 0.05

ณัฐพิมล พุทธิพินาเวศ (2550) ได้ศึกษาความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับสูงทั้ง 3 ด้านคือ ด้านคุณสมบัติ ด้านต้นทุน และด้านคุณประโยชน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การสร้างความรวดเร็วในการชำระเงิน การมีความถูกต้องในการทำรายการ และการมีระบบป้องกันมิให้ผู้อื่นนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ ความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าจำนวนผู้บริโภคที่มีความต้องการใช้และไม่ต้องการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ใกล้เคียงกัน เหตุผลที่ไม่ต้องการใช้ส่วนใหญ่ระบุว่ายังไม่มีเวลาจำเป็น/ต้องการใช้จ่ายเป็นเงินสด วัตถุประสงค์ในการใช้ คือ เพื่อความสะดวก เพื่อความรวดเร็ว และเพื่อส่วนลด/แต้มสะสม/สิทธิพิเศษ ธุรกิจที่สนใจนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้คือ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านสะดวกซื้อ และปั้มน้ำมัน สิ่งกระตุ้นที่ทำให้สนใจใช้ คือ การได้รับความสะดวกรวดเร็ว ความหลากหลายในการใช้งาน การได้รับส่วนลด/แต้มสะสม/สิทธิพิเศษต่าง ๆ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความคาดหวัง พบว่า อายุ มีผลต่อความคาดหวัง ด้านคุณสมบัติ การศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อความคาดหวังด้านคุณสมบัติ ด้านต้นทุน และด้านคุณประโยชน์ นอกจากนี้ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อธุรกิจที่สนใจนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และรายได้ มีผลต่อสิ่งกระตุ้นให้สนใจใช้เงิน

อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการชำระเงิน ความถูกต้องในการทำรายการเกี่ยวกับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสะดวกรวดเร็ว ความหลากหลายในการใช้งาน ขยายสถานที่ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ไปยังสถานที่ที่ผู้บริโภคสนใจ ตลอดจนมีการให้ส่วนลด/แต้มสะสม/สิทธิพิเศษจากการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อจูงใจให้เกิดการใช้ รวมถึงทำให้มีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

สุชาดา สุขนิรันดร์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) การยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบ ERP ของพนักงานและประสิทธิผลของการนำนวัตกรรมระบบ ERP มาใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลของการนำนวัตกรรมระบบ ERP มาใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในด้านอายุ การทำงาน ประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงาน วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง และแผนกที่พนักงานสังกัด ส่วนปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ไม่สัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบ ERP ของพนักงาน คือ อายุการทำงานและประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานของพนักงาน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานและการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ปัจจัยย่อยของตัวแปรทั้งสองที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด คือ ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารและปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงของนวัตกรรมของพนักงาน และตามด้วยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความพึงพอใจในงานและปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงของนวัตกรรมของพนักงาน

รัตนา มันทาด (2549) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment): กรณีศึกษาสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการนำระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านทางธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) มาใช้ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการระบบ E-Payment และใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Qualitative Method) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ผู้ประกอบการ และตัวแทนออกของที่มาใช้บริการระบบ E-Payment จำนวน 143 คน นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

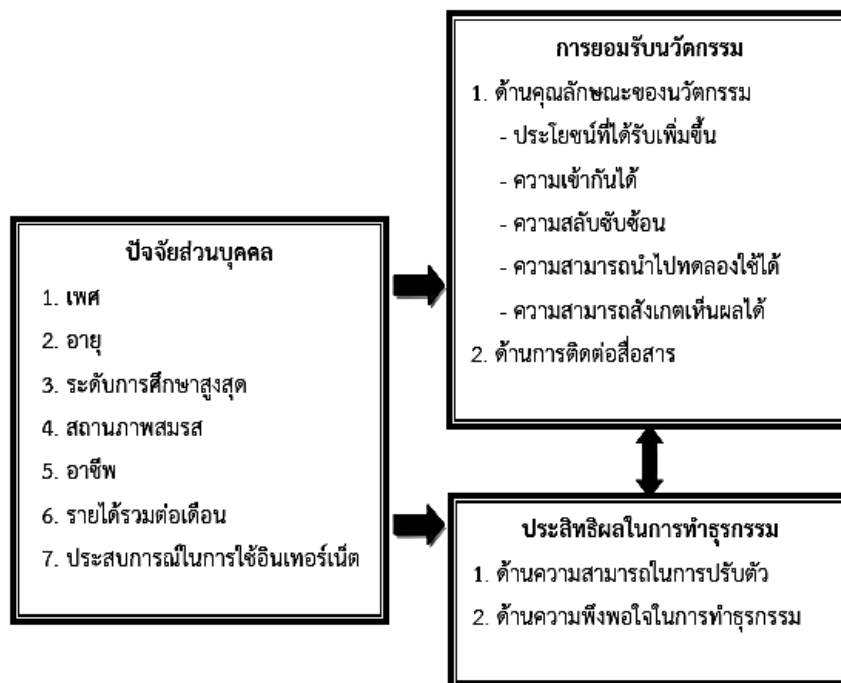
ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสถิติทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการระบบ E-Payment ต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ด้านบริการ ด้านเวลา ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ส่วนความถี่ในการใช้บริการมีผลกับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ซึ่งจะประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) และ ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ศึกษา ประสิทธิภาพการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรม บริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิภาพการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนของระเบียบการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บและรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีอายุระหว่าง 15 ปี ขึ้นไป - 60 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรีและ กรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 4,614,330 คน

กำหนดขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีการดำเนินการดังนี้

กำหนดขนาดตัวอย่างในภาพรวม ด้วยวิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างของ ทอมสัน (Thompson, 1992: 34) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 สัมประสิทธิ์ความผันแปรของประชากร (CV) เท่ากับ .5 ซึ่งในการวิจัยนี้ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 384 ชุด และเก็บสำรองไว้ในกรณีผู้ตอบแบบสอบถามตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน โดยเก็บสำรองไว้ 4% เป็นจำนวน 16 ชุด รวมเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วย

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
4. สถานภาพสมรส
5. อาชีพ
6. รายได้รวมต่อเดือน
7. ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

3.2.2.1. การยอมรับนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย

ก) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ได้แก่ ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ความสามารถสังเกตเห็นผลได้

ข) ด้านการสื่อสาร

3.2.2.2 ประสิทธิภาพในการธุรกรรม ได้แก่ ด้านความสามารถในการปรับตัว และด้านความพึงพอใจในการทำธุรกรรม

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจการเก็บและรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามกระบวนการการสร้างเครื่องมือสำหรับงานวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ประเภทวัดทัศนคติหรือความเห็น กำหนดเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแบบของลิเคิร์ต (Likert's Scales) จำนวน 42 ข้อ และแบบเลือกตอบ

จำนวน 12 ข้อ มีสาระครอบคลุมการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ในทุก ๆ ด้าน

3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา และทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) 2 ด้าน คือ 1) การยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ และด้านการติดต่อสื่อสาร 2) ประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความสามารถในการปรับตัว และด้านความพึงพอใจในการทำธุรกรรม

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม และวิธีสร้างแบบทดสอบ

3. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากข้อ 1-2 จำนวน 1 ชุด ตามขั้นตอนดังนี้

ร่างแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อ ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบและพิจารณาแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) แบบประเมินค่า 5 ระดับแบ่งเป็น 2 ด้าน คือ 1) การยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ และด้านการติดต่อสื่อสาร จำนวน 32 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) แบบประเมินค่า 5 ระดับแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการปรับตัว และด้านความพึงพอใจในการทำธุรกรรม จำนวน 10 ข้อ ผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วน

ประมาณค่า Rating Scale โดยใช้วิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับคะแนนเฉลี่ยในการแปลความหมายของระดับความคิดเห็นดังนี้ (อำนาจ วังจิ้น, 2553)

4.20 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.40 – 4.19	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
2.60 – 3.39	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.80 – 2.59	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.79	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายความสัมพันธ์ (Hinkle D.E. 1998: 118)

0.91 - 1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.71 - 0.90	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.51 - 0.70	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.31 - 0.50	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 - 0.30	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay)

ผู้วิจัยปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่การปรับลดจำนวนข้อคำถามไม่ให้มากเกินไป การยุบรวมข้อคำถามที่มีความหมายใกล้เคียงกันให้เป็นข้อเดียวกัน และการแก้ไขคำผิด ตลอดจนการจัดหน้าแบบสอบถาม จนเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์

4. การทดสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยใช้ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วย

ศาสตราจารย์ ดร.พิชิต รัชตพิบูลภพ ผู้อำนวยการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรวดี ศักดิ์คุณธรรม หัวหน้าสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ และอาจารย์ภาสกร ปาละกุล หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อคำถามได้

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายการวิจัยจำนวน 30 ราย และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาคได้เท่ากับ .985 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมากกว่า 0.80 สามารถใช้ในการเก็บและรวบรวมข้อมูลได้

6. ปรับปรุงแบบสอบถามหลังการทดสอบค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

3.5 การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างและรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง และสร้างแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ด้วย Google Form โดยผู้วิจัยได้ทำการแนบลิงค์ของแบบสอบถามออนไลน์ฝากไว้ที่ <https://www.facebook.com/tomorn.chan> และ <https://classroom.google.com> เพื่อให้ได้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด สัปดาห์ละ 4 เปอร์เซ็นต์ จำนวน 16 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงจำนวน 384 ชุด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยใช้วิธีทางสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ของกลุ่มตัวอย่างทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. ศึกษาระดับการยอมรับการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินของกลุ่มตัวอย่างทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ศึกษาระดับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินของกลุ่มตัวอย่างทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. ทดสอบความแตกต่างระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ t-test ในการเปรียบเทียบคุณลักษณะของประชากร การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สถิติทดสอบเอฟ (F-test) กรณีที่ทดสอบแล้วพบว่ามี ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของคะแนนค่าเฉลี่ยจะนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ทดสอบความแตกต่างระดับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้ t-test ในการเปรียบเทียบคุณลักษณะของประชากร การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว สถิติทดสอบเอฟ กรณีที่ทดสอบแล้วพบว่ามี ความแตกต่างระหว่างกลุ่มของคะแนนค่าเฉลี่ยจะนำไปทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงินโดยใช้สถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จำนวน 384 ราย ผลการวิเคราะห์ แบ่งเป็นดังนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
- 4.3 ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)
- 4.4 ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)
- 4.5 การทดสอบความแตกต่างระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล
- 4.6 การทดสอบความแตกต่างระดับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล
- 4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	103	26.8
หญิง	281	73.2
รวม	384	100.0

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
15 - 20 ปี	31	8.1
21- 30 ปี	139	36.2
31 - 40 ปี	117	30.5
41 - 50 ปี	85	22.1
51 ปีขึ้นไป	12	3.1
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	117	30.5
ปริญญาตรี	208	54.2
ปริญญาโท	51	13.3
ปริญญาเอก	8	2.1
สถานภาพสมรส		
โสด	254	66.1
สมรส	115	29.9
หม้าย	5	1.3
หย่าร้าง	3	0.8
แยกกันอยู่กับคู่สมรส	7	1.8
อาชีพ		
เกษตรกร	3	.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	95	24.7
ลูกจ้างบริษัท/พนักงานเอกชน	142	37.0
นักเรียน/นักศึกษา	119	31.0
เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	12	3.1
แม่บ้าน	7	1.8
อื่น ๆ	6	1.6
รวม	384	100.0

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้รวมต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	39	10.2
5,001-10,000 บาท	58	15.1
10,001-15,000 บาท	73	19.0
15,001-20,000 บาท	103	26.8
มากกว่า 20,001 บาท	111	28.9
ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต		
น้อยกว่า 1 ปี	3	.8
1-2 ปี	15	3.9
3-4 ปี	44	11.5
มากกว่า 4 ปี	322	83.9
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384 ราย เป็นเพศชาย จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.8 เพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมาอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.5 กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีพบมากที่สุดจำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.5 ส่วนใหญ่สถานภาพสมรสเป็นโสด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 66.1 สถานภาพ สมรส จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.9 ประกอบอาชีพลูกจ้างบริษัท/พนักงานเอกชน จำนวน 142 รายคิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.0 กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมาได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.8 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี จำนวน 322 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.9

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.2 การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์ใดมากที่สุด

อุปกรณ์	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	67	17.4
โน้ตบุ๊ก (Notebook)	26	6.8
โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)	287	74.7
แท็บเล็ต (Tablet)	4	1.1
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุดจำนวน 287 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.7 รองลงมาคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.4 ส่วนการเข้าถึงผ่านแท็บเล็ต (Tablet) พบน้อยที่สุดจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.3 สถานที่ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน/ที่พัก	274	71.4
สถานศึกษา	19	4.9
ที่ทำงาน	86	22.4
ร้านบริการอินเทอร์เน็ต	5	1.3
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า สถานที่ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นบ้าน/ที่พักพบมากที่สุด จำนวน 274 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาเข้าถึงจากที่ทำงาน จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.4 ส่วนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจากร้านบริการอินเทอร์เน็ต พบน้อยที่สุดจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.4 วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น E-Mail, Chat, Facebook, LINE, Twitter	350	91.4
เพื่อความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เกม	302	78.9
ซื้อ/ขายสินค้าและบริการ	191	49.9
ทำธุรกรรมด้านการเงิน	154	40.2
ดาวน์โหลดข้อมูล/โปรแกรม	200	52.2
เพื่อสืบค้นหาข้อมูล	244	63.7

จากตารางที่ 4.4 พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น E-Mail, Chat, Facebook, LINE, Twitter พบมากที่สุด จำนวน 350 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.4 รองลงมาเพื่อความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เกม จำนวน 302 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.9 เพื่อสืบค้นหาข้อมูล จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.7 ส่วนวัตถุประสงค์เพื่อทำธุรกรรมด้านการเงิน พบน้อยที่สุด จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.2

ตารางที่ 4.5 ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ต่อเดือน

ความถี่ในการทำธุรกรรม	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	95	24.7
2 ครั้ง/เดือน	62	16.1
3 ครั้ง/เดือน	46	12.0
4 ครั้ง/เดือน	23	6.1
มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	158	41.1
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน พบมากที่สุดจำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.7 ส่วน 4 ครั้ง/เดือน พบน้อยที่สุด จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.6 ใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์หรือไม่

การใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ประโยชน์	326	84.9
ไม่ใช้ประโยชน์	58	15.1
รวม	384	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 326 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.9 ไม่ใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.1

4.3 ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ในภาพรวม

ระดับการยอมรับนวัตกรรม	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม	3.66	.74	มาก
1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	3.67	.77	มาก
2. ความเข้ากันได้	3.65	.84	มาก
3. ความสลับซับซ้อน	3.72	.88	มาก
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	3.61	.79	มาก
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	3.64	.81	มาก
ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.54	.81	มาก
รวม	3.60	.74	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม พบว่า ความสลับซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก รองลงมาประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก ส่วนความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น

ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความสะดวก	3.79	.92	มาก
2. พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความเร็วยิ่งขึ้น	3.86	.90	มาก
3. พร้อมเพย์เป็นการเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับเงิน	3.83	.94	มาก
4. พร้อมเพย์ช่วยลดความเสี่ยงในการถือเงินสดที่อาจสูญหายได้	3.66	.91	มาก
5. พร้อมเพย์ช่วยให้ได้รับเงินโดยตรงจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น การขอคืนภาษีเงินได้	3.52	.95	มาก
6. ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ถูกกว่าบริการโอนเงินแบบเดิม	3.59	1.01	มาก
7. รัฐบาลสามารถจัดส่งความช่วยเหลือถึงมือประชาชนได้โดยตรงผ่านพร้อมเพย์ เช่น สวัสดิการสำหรับผู้มีรายได้น้อย	3.43	.93	มาก
รวม	3.67	.77	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความเร็วยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.86 อยู่ในระดับมาก รองลงมา พร้อมเพย์เป็นการเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 อยู่ในระดับมาก พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 อยู่ในระดับมาก ส่วนรัฐบาลสามารถจัดส่งความช่วยเหลือถึงมือประชาชนได้ โดยตรงผ่านพร้อมเพย์ เช่น สวัสดิการสำหรับผู้มีรายได้น้อย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความเข้ากันได้

ความเข้ากันได้	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
8. สามารถทำการตรวจสอบรายการโอนเงินและรับเงินได้	3.74	.94	มาก
9. สามารถเลือกผูกบัญชีพร้อมเพย์เข้ากับเลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือได้	3.73	.91	มาก
10. พร้อมเพย์ช่วยสนับสนุนการทำธุรกรรมด้านการเงินในรูปแบบเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	3.64	.93	มาก
11. การบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์เป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล	3.53	.94	มาก
12. พร้อมเพย์เป็นระบบที่พัฒนาเพิ่มจากระบบโอนเงินที่ใช้อยู่ จึงมีความปลอดภัยเท่าเทียมกับการบริการโอนเงินในปัจจุบัน	3.62	.96	มาก
รวม	3.65	.84	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความเข้ากันได้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.65 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถทำการตรวจสอบรายการโอนเงินและรับเงินได้ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมาก รองลงมา สามารถเลือกผูกบัญชีพร้อมเพย์เข้ากับเลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 อยู่ในระดับมาก พร้อมเพย์ช่วยสนับสนุนการทำธุรกรรมด้านการเงินในรูปแบบเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ส่วนการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์เป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.53 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสลับซับซ้อน

ความสลับซับซ้อน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
13. การสมัครใช้งานพร้อมเพย์ใช้เอกสารไม่เยอะ ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก	3.54	.97	มาก
14. สามารถสมัครใช้งานพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร	3.74	.97	มาก
15. สามารถใช้บริการโอนเงินพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร	3.80	.96	มาก
16. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบที่ใช้งานง่ายเหมือน Mobile Banking และ Internet Banking	3.73	.95	มาก
17. การโอนเงินสามารถทำได้ง่ายเพียงแค่ทราบหมายเลขโทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอนเงินเท่านั้น	3.78	.98	มาก
รวม	3.72	.88	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสลับซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สามารถใช้บริการโอนเงินพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก รองลงมาการโอนเงินสามารถทำได้ง่ายเพียงแค่ทราบหมายเลขโทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอนเงินเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมาก สามารถสมัครใช้งานพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมาก ส่วนการสมัครใช้งานพร้อมเพย์ใช้เอกสารไม่เยอะ ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสามารถนำไปทดลองใช้

ความสามารถนำไปทดลองใช้	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
18. ระบบพร้อมเพย์ทำให้ท่านสามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย	3.70	.89	มาก
19. พร้อมเพย์สามารถโอนเงินได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ	3.58	.92	มาก
20. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น	3.58	.90	มาก
21. ธนาคารดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าพร้อมเพย์ เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking, Internet Banking หรือ ATM ของธนาคาร	3.61	.88	มาก
22. ธนาคารดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการใช้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการ	3.58	.91	มาก
รวม	3.61	.79	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสามารถนำไปทดลองใช้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ระบบพร้อมเพย์ทำให้ท่านสามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.70 อยู่ในระดับมาก รองลงมาธนาคารดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าพร้อมเพย์ เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking, Internet Banking หรือ ATM ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมาก ส่วนพร้อมเพย์สามารถโอนเงินได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น และธนาคารดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการใช้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสามารถสังเกตเห็นผลได้

ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
23. พร้อมเพย์ทำให้การจัดการด้านการเงินของท่านมีความง่ายและเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น	3.62	.87	มาก
24. พร้อมเพย์ช่วยลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้เป็นอย่างดี	3.67	.91	มาก
25. พร้อมเพย์ช่วยลดความยุ่งยากในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้	3.67	.87	มาก
26. พร้อมเพย์สามารถช่วยให้การบันทึกข้อมูลการทำธุรกรรมการเงินมีความแม่นยำและสะดวกมากยิ่งขึ้น	3.68	.89	มาก
27. พร้อมเพย์ช่วยให้การบริหารจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น เช่น ชำระค่าแท็กซี่ ค่าอาหารในร้านอาหาร เป็นต้น	3.55	.92	มาก
รวม	3.64	.81	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า พร้อมเพย์สามารถช่วยให้การบันทึกข้อมูลการทำธุรกรรมการเงินมีความแม่นยำและสะดวกมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาพร้อมเพย์ช่วยลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้เป็นอย่างดีและพร้อมเพย์ช่วยลดความยุ่งยากในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก ส่วนพร้อมเพย์ช่วยให้การบริหารจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น เช่น ชำระค่าแท็กซี่ ค่าอาหารในร้านอาหาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านการติดต่อสื่อสาร

ด้านการติดต่อสื่อสาร	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
28. มีการประชาสัมพันธ์ระบบพร้อมเพย์อย่างทั่วถึงทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและจากธนาคาร	3.48	.91	มาก
29. มีช่องทางในการเปิดให้ลงทะเบียนพร้อมเพย์หลาย ๆ ช่องทาง	3.51	.88	มาก
30. ทางธนาคารมีการแจ้งผลการลงทะเบียนให้ลูกค้าทราบผ่านทางข้อความสั้น (SMS)	3.55	.91	มาก
31. เมื่อมีปัญหาในการใช้บริการพร้อมเพย์ ทางธนาคารมีเจ้าหน้าที่รับแจ้งเหตุหรือมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center)	3.51	.95	มาก
32. การโอนเงินพร้อมเพย์สามารถทำรายการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้หลายช่องทาง เช่น ตู้ ATM, Internet Banking และ Mobile Banking เป็นต้น	3.68	.90	มาก
รวม	3.54	.81	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การโอนเงินพร้อมเพย์สามารถทำรายการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้หลายช่องทาง เช่น ตู้ ATM, Internet Banking และ Mobile Banking เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาทางธนาคารมีการแจ้งผลการลงทะเบียนให้ลูกค้าทราบผ่านทางข้อความสั้น (SMS) มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก ส่วนมีการประชาสัมพันธ์ระบบพร้อมเพย์อย่างทั่วถึงทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและจากธนาคาร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีค่าเท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

4.4 ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ในภาพรวม

ระดับประสิทธิผล	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านความสามารถในการปรับตัว	3.71	.80	มาก
2. ด้านความพึงพอใจในงาน	3.61	.82	มาก
รวม	3.66	.78	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้านพบว่า ด้านความสามารถในการปรับตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความพึงพอใจในงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านความสามารถในการปรับตัว

ความสามารถในการปรับตัว	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. พร้อมเพย์เป็นการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาปรับใช้งานผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพื่อทำธุรกรรมด้านการเงิน	3.78	.89	มาก
2. ทำให้มีการปรับขั้นตอนการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์	3.72	.91	มาก
3. ผู้ใช้ต้องปรับตัวในการเรียนรู้การใช้งานผ่านพร้อมเพย์ใหม่	3.65	.89	มาก
4. ทานเห็นด้วยกับระบบการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์	3.70	.89	มาก
5. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบที่ง่ายในการใช้งาน สะดวก รวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูงในระดับมาตรฐานสากล	3.69	.88	มาก
รวม	3.71	.80	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถในการปรับตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า พร้อมเพย์เป็นการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาปรับใช้งานผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพื่อทำธุรกรรมด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.78 อยู่ในระดับมาก รองลงมา ทำให้มีการปรับขั้นตอนการโอนเงิน

ผ่านพร้อมเพย์ ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ใช้ต้องปรับตัวในการเรียนรู้การใช้งานผ่านพร้อมเพย์ใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากับ 3.65 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านความพึงพอใจในงาน

ด้านความพึงพอใจในงาน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
6. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบการโอนเงินที่มีความสมบูรณ์สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับทุกธนาคารได้อย่างรวดเร็ว	3.62	.91	มาก
7. การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลังของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวก	3.64	.89	มาก
8. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้มีความมั่นใจในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	3.56	.91	มาก
9. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้ท่านได้รับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐโดยตรง	3.55	.95	มาก
10. พร้อมเพย์ทำให้การโอนเงินมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยที่ผู้ใช้บริการทุกธนาคาร จะต้องมีการใส่เลขรหัส หรือ Password และมีการยืนยัน รายการก่อนทำการโอนทุกครั้ง	3.66	.90	มาก
รวม	3.61	.82	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความพึงพอใจในงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า พร้อมเพย์ทำให้การโอนเงินมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยที่ ผู้ใช้บริการทุกธนาคาร จะต้องมีการใส่เลขรหัส หรือ Password และมีการยืนยัน รายการก่อนทำการโอนทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก รองลงมา การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลังของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบการโอนเงินที่มีความสมบูรณ์สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับทุกธนาคารได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมาก ส่วนระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้ท่านได้รับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐโดยตรง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

4.5 การทดสอบความแตกต่างระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์การศึกษาความสัมพันธ์ในส่วนนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล เพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-Test จำแนกตามเพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตกับระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามเพศ

ระดับการยอมรับ	เพศ				t	Sig
	ชาย (n =103)		หญิง (n=281)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม	3.57	0.86	3.69	0.69	-1.326	.187
1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	3.59	0.89	3.70	0.72	-1.110	.269
2. ความเข้ากันได้	3.55	0.96	3.69	0.79	-1.359	.176
3. ความสลับซับซ้อน	3.64	0.94	3.75	0.85	-1.096	.274
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	3.49	0.87	3.65	0.75	-1.757	.080
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	3.56	0.91	3.66	0.76	-1.011	.313
ด้านการติดต่อสื่อสาร	3.50	0.90	3.56	0.78	-.573	.567
รวม	3.53	0.85	3.63	0.70	-.971	.333

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงิน และรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอายุ

ระดับการยอมรับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	2.275	4	.569	.969	.424
	ภายในกลุ่ม	222.410	379	.587		
	รวม	224.686	383			
2. ความเข้ากันได้	ระหว่างกลุ่ม	2.272	4	.568	.802	.524
	ภายในกลุ่ม	268.408	379	.708		
	รวม	270.680	383			
3. ความสลับซับซ้อน	ระหว่างกลุ่ม	3.841	4	.960	1.257	.286
	ภายในกลุ่ม	289.478	379	.764		
	รวม	293.320	383			
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ระหว่างกลุ่ม	2.534	4	.634	1.024	.395
	ภายในกลุ่ม	234.472	379	.619		
	รวม	237.006	383			
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	ระหว่างกลุ่ม	2.826	4	.707	1.089	.362
	ภายในกลุ่ม	245.914	379	.649		
	รวม	248.740	383			
6.การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3.215	4	.804	1.218	.303
	ภายในกลุ่ม	250.175	379	.660		
	รวม	253.390	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.637	4	.659	1.206	.308
	ภายในกลุ่ม	207.221	379	.547		
	รวม	209.858	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงิน และรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการยอมรับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	5.106	3	1.702	2.945	.033*
	ภายในกลุ่ม	219.580	380	.578		
	รวม	224.686	383			
2. ความเข้ากันได้	ระหว่างกลุ่ม	2.848	3	.949	1.347	.259
	ภายในกลุ่ม	267.831	380	.705		
	รวม	270.680	383			
3. ความสลับซับซ้อน	ระหว่างกลุ่ม	7.739	3	2.580	3.432	.017*
	ภายในกลุ่ม	285.581	380	.752		
	รวม	293.320	383			
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ระหว่างกลุ่ม	1.425	3	.475	.766	.514
	ภายในกลุ่ม	235.581	380	.620		
	รวม	237.006	383			
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	ระหว่างกลุ่ม	4.133	3	1.378	2.140	.095
	ภายในกลุ่ม	244.607	380	.644		
	รวม	248.740	383			
6. การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	4.246	3	1.415	2.158	.092
	ภายในกลุ่ม	249.144	380	.656		
	รวม	253.390	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.790	3	1.263	2.329	.074
	ภายในกลุ่ม	206.068	380	.542		
	รวม	209.858	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 จากผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ ANOVA พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงทำการ

เปรียบเทียบรายคู่ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับใดบ้างที่มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการ
โอเนจินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอเนจิน
และรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ด้านประโยชน์ที่ได้รับ
เพิ่มขึ้น ด้วยวิธีของ LSD

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-18544*	-35747*	-19780
ปริญญาตรี		-	-17203	-01236
ปริญญาโท			-	.15966
ปริญญาเอก				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับ
นวัตกรรมบริการโอเนจินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ด้าน
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้นต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีกับ
ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และ 2) ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษา
สูงสุดระดับปริญญาโท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ด้านความสลับซับซ้อน ด้วยวิธีของ LSD

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-.23429*	-.43650*	-.22179
ปริญญาตรี		-	-.20221	.01250
ปริญญาโท			-	.21471
ปริญญาเอก				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ด้านความสลับซับซ้อน ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี และ 2) ระดับการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีกับระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับการยอมรับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	2.664	4	.666	1.137	.339
	ภายในกลุ่ม	222.022	379	.586		
	รวม	224.686	383			
2. ความเข้ากันได้	ระหว่างกลุ่ม	2.391	4	.598	.844	.498
	ภายในกลุ่ม	268.289	379	.708		
	รวม	270.680	383			
3. ความสลับซับซ้อน	ระหว่างกลุ่ม	3.574	4	.893	1.169	.324
	ภายในกลุ่ม	289.746	379	.765		
	รวม	293.320	383			
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ระหว่างกลุ่ม	1.155	4	.289	.464	.762
	ภายในกลุ่ม	235.851	379	.622		
	รวม	237.006	383			
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	ระหว่างกลุ่ม	1.729	4	.432	.663	.618
	ภายในกลุ่ม	247.011	379	.652		
	รวม	248.740	383			
6. การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	6.097	4	1.524	2.336	.055
	ภายในกลุ่ม	247.293	379	.652		
	รวม	253.390	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.691	4	.923	1.696	.150
	ภายในกลุ่ม	206.167	379	.544		
	รวม	209.858	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอาชีพ

ระดับการยอมรับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	1.390	6	.232	.391	.885
	ภายในกลุ่ม	223.295	377	.592		
	รวม	224.686	383			
2. ความเข้ากันได้	ระหว่างกลุ่ม	1.327	6	.221	.310	.932
	ภายในกลุ่ม	269.352	377	.714		
	รวม	270.680	383			
3. ความสลับซับซ้อน	ระหว่างกลุ่ม	2.834	6	.472	.613	.720
	ภายในกลุ่ม	290.486	377	.771		
	รวม	293.320	383			
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ระหว่างกลุ่ม	2.262	6	.377	.605	.726
	ภายในกลุ่ม	234.744	377	.623		
	รวม	237.006	383			
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	ระหว่างกลุ่ม	.673	6	.112	.170	.985
	ภายในกลุ่ม	248.067	377	.658		
	รวม	248.740	383			
6. การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.172	6	.362	.543	.775
	ภายในกลุ่ม	251.218	377	.666		
	รวม	253.390	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.155	6	.193	.348	.911
	ภายในกลุ่ม	208.703	377	.554		
	รวม	209.858	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 กลุ่มที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงิน และรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับการยอมรับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	3.817	4	.954	1.637	.164
	ภายในกลุ่ม	220.869	379	.583		
	รวม	224.686	383			
2. ความเข้ากันได้	ระหว่างกลุ่ม	3.977	4	.994	1.413	.229
	ภายในกลุ่ม	266.703	379	.704		
	รวม	270.680	383			
3. ความสลับซับซ้อน	ระหว่างกลุ่ม	9.106	4	2.277	3.036	.017*
	ภายในกลุ่ม	284.213	379	.750		
	รวม	293.320	383			
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ระหว่างกลุ่ม	5.437	4	1.359	2.225	.066
	ภายในกลุ่ม	231.569	379	.611		
	รวม	237.006	383			
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	ระหว่างกลุ่ม	6.028	4	1.507	2.353	.054
	ภายในกลุ่ม	242.712	379	.640		
	รวม	248.740	383			
6. การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	3.022	4	.755	1.144	.336
	ภายในกลุ่ม	250.368	379	.661		
	รวม	253.390	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.918	4	.979	1.802	.128
	ภายในกลุ่ม	205.940	379	.543		
	รวม	209.858	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 จากผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ ANOVA พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงทำการ

เปรียบเทียบรายลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนระดับใดบ้างที่มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายลูกค้าที่มีรายได้รวมต่อเดือนต่างกัน ด้านความสลับซับซ้อน ด้วยวิธีของ LSD

รายได้รวมต่อเดือน	ต่ำกว่า	5,001-	10,001-	15,001-	มากกว่า
	5,000	10,000	15,000	20,000	20,001
ต่ำกว่า 5,000	-	.48391*	.08037	.18123	.04144
5,001-10,000	-	-	-.40354*	-.30268*	-.44247*
10,001-15,000	-	-	-	.10086	-.03892
15,001-20,000	-	-	-	-	-.13979
มากกว่า 20,001	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมต่อเดือนต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายลูกค้าที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ด้านความสลับซับซ้อน ต่างกัน 4 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และ 4) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงิน และรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ระดับการยอมรับ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ระหว่างกลุ่ม	3.381	3	1.127	1.935	.123
	ภายในกลุ่ม	221.305	380	.582		
	รวม	224.686	383			
2. ความเข้ากันได้	ระหว่างกลุ่ม	3.387	3	1.129	1.605	.188
	ภายในกลุ่ม	267.292	380	.703		
	รวม	270.680	383			
3. ความสลับซับซ้อน	ระหว่างกลุ่ม	6.614	3	2.205	2.922	.034*
	ภายในกลุ่ม	286.705	380	.754		
	รวม	293.320	383			
4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ระหว่างกลุ่ม	4.839	3	1.613	2.640	.049*
	ภายในกลุ่ม	232.167	380	.611		
	รวม	237.006	383			
5. ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	ระหว่างกลุ่ม	7.959	3	2.653	4.187	.006*
	ภายในกลุ่ม	240.781	380	.634		
	รวม	248.740	383			
6. การติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	6.759	3	2.253	3.471	.016*
	ภายในกลุ่ม	246.631	380	.649		
	รวม	253.390	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.328	3	1.776	3.300	.020*
	ภายในกลุ่ม	204.530	380	.538		
	รวม	209.858	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 จากผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ ANOVA พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสพการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันมีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นต้องทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสพการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระดับใดบ้างที่มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสพการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสลับซับซ้อน ด้วยวิธีของ LSD

ประสพการณ์	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	-	.64000	.36667	.09772
1-2 ปี		-	-.27333	-.54228*
3-4 ปี			-	-.26894
มากกว่า 4 ปี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสพการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสลับซับซ้อน ต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสพการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสพการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงิน และรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ด้วยวิธีของ LSD

ประสบการณ์	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	-	.80000	.27576	.23188
1-2 ปี		-	-.52424*	-.56812*
3-4 ปี			-	-.04387
มากกว่า 4 ปี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสามารถสังเกตเห็นผลได้ ด้วยวิธีของ LSD

ประสบการณ์	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	-	.38667	-.27576	-.34306
1-2 ปี		-	-.66242*	-.72973*
3-4 ปี			-	-.06731
มากกว่า 4 ปี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถสังเกตเห็นผลได้ ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้วยวิธีของ LSD

ประสบการณ์	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	-	.42667	-.17121	-.24865
1-2 ปี		-	-.59788*	-.67532*
3-4 ปี			-	-.07744
มากกว่า 4 ปี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านการติดต่อสื่อสาร ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6 การทดสอบความแตกต่างระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ระหว่างปัจเจกส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์การศึกษาความสัมพันธ์ในส่วนนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล เพื่อการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติวิเคราะห์ t-Test จำแนกตามเพศ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตกับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามเพศ

ประสิทธิผล	เพศ				t	Sig
	ชาย (n =103)		หญิง (n=281)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านความสามารถในการปรับตัว	3.68	.92	3.72	.75	-.388	.698
ด้านความพึงพอใจในงาน	3.58	.91	3.62	.79	-.378	.705
รวม	3.63	.90	3.67	.73	-.380	.704

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.31 กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอายุ

ประสิทธิผล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านความสามารถในการปรับตัว	ระหว่างกลุ่ม	2.560	4	.640	1.003	.406
	ภายในกลุ่ม	241.893	379	.638		
	รวม	244.453	383			
2.ด้านความพึงพอใจในงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.996	4	.999	1.475	.209
	ภายในกลุ่ม	256.654	379	.677		
	รวม	260.650	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.187	4	.797	1.322	.261
	ภายในกลุ่ม	228.484	379	.603		
	รวม	231.672	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ประสิทธิผล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านความสามารถในการปรับตัว	ระหว่างกลุ่ม	3.374	3	1.125	1.773	.152
	ภายในกลุ่ม	241.079	380	.634		
	รวม	244.453	383			
2.ด้านความพึงพอใจในงาน	ระหว่างกลุ่ม	3.702	3	1.234	1.825	.142
	ภายในกลุ่ม	256.948	380	.676		
	รวม	260.650	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.508	3	1.169	1.948	.121
	ภายในกลุ่ม	228.163	380	.600		
	รวม	231.672	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามอาชีพ

ประสิทธิผล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านความสามารถในการปรับตัว	ระหว่างกลุ่ม	2.625	6	.437	.682	.664
	ภายในกลุ่ม	241.828	377	.641		
	รวม	244.453	383			
2.ด้านความพึงพอใจในงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.313	6	.219	.318	.927
	ภายในกลุ่ม	259.337	377	.688		
	รวม	260.650	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.569	6	.262	.429	.860
	ภายในกลุ่ม	230.102	377	.610		
	รวม	231.672	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามรายได้รวมต่อเดือน

ประสิทธิผล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านความสามารถในการปรับตัว	ระหว่างกลุ่ม	3.476	4	.869	1.367	.245
	ภายในกลุ่ม	240.978	379	.636		
	รวม	244.453	383			
2.ด้านความพึงพอใจในงาน	ระหว่างกลุ่ม	4.659	4	1.165	1.724	.144
	ภายในกลุ่ม	255.991	379	.675		
	รวม	260.650	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.812	4	.953	1.585	.177
	ภายในกลุ่ม	227.859	379	.601		
	รวม	231.672	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รวมต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ จำแนกตามประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

ประสิทธิผล	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1.ด้านความสามารถในการปรับตัว	ระหว่างกลุ่ม	8.180	3	2.727	4.385	.005*
	ภายในกลุ่ม	236.273	380	.622		
	รวม	244.453	383			
2.ด้านความพึงพอใจในงาน	ระหว่างกลุ่ม	6.752	3	2.251	3.368	.019*
	ภายในกลุ่ม	253.898	380	.668		
	รวม	260.650	383			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	7.409	3	2.470	4.185	.006*
	ภายในกลุ่ม	224.263	380	.590		
	รวม	231.672	383			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 จากผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยสถิติ ANOVA พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันมีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ แตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนั้นจึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระดับใดบ้างที่มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงิน และรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความสามารถในการปรับตัว ด้วยวิธีของ LSD

ประสบการณ์	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	-	.10132	-.58333	-.68551
1-2 ปี		-	-.58333*	-.68551*
3-4 ปี			-	-.10217
มากกว่า 4 ปี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถในการปรับตัวต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.38 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์เป็นรายคู่ที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน ด้านความพึงพอใจในระบบพร้อมเพย์ ด้วยวิธีของ LSD

ประสบการณ์	น้อยกว่า 1 ปี	1-2 ปี	3-4 ปี	มากกว่า 4 ปี
น้อยกว่า 1 ปี	-	.18667	-.32273	-.45217
1-2 ปี		-	-.50939*	-.63884*
3-4 ปี			-	-.12945
มากกว่า 4 ปี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความพึงพอใจในพร้อมเพย์ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยศึกษาความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.39 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถในการปรับตัว

	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r: P-value)						
	ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ความเข้ากันได้	ความสลับซับซ้อน	ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	การติดต่อสื่อสาร	ความสามารถในการปรับตัว
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	1.00						
ความเข้ากันได้	.815**	1.00					
ความสลับซับซ้อน	.737**	.810**	1.00				
สามารถนำไปทดลองใช้ได้	.755**	.791**	.759**	1.00			
สามารถสังเกตเห็นผลได้	.772**	.782**	.762**	.836**	1.00		
การติดต่อสื่อสาร	.716**	.706**	.705**	.770**	.811**	1.00	
ความสามารถในการปรับตัว	.743**	.790**	.771**	.792**	.839**	.747**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยด้านความสามารถในการปรับตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ 1) ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .743 2) ความเข้ากันได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .790 3) ความสลับซับซ้อนมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .771 4) ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .792 5) ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .839 และ 6) การติดต่อสื่อสาร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .747

ตารางที่ 4.40 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความพึงพอใจในงาน

	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r: P-value)						
	ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ความเข้ากันได้	ความสลับซับซ้อน	ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	การติดต่อสื่อสาร	ความสามารถในการปรับตัว
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	1.00						
ความเข้ากันได้	.815**	1.00					
ความสลับซับซ้อน	.737**	.810**	1.00				
สามารถนำไปทดลองใช้ได้	.755**	.791**	.759**	1.00			
สามารถสังเกตเห็นผลได้	.772**	.782**	.762**	.836**	1.00		
การติดต่อสื่อสาร	.716**	.706**	.705**	.770**	.811**	1.00	
ความพึงพอใจในงาน	.704**	.743**	.701**	.796**	.804**	.743**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ 1) ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .704 2) ความเข้ากันได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .743 3) ความสลับซับซ้อนมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .701 4) ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .796 5) ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .804 และ 6) การติดต่อสื่อสาร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .743

ตารางที่ 4.41 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านประสิทธิผลในการทำธุรกรรมในภาพรวม

	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r: P-value)						
	ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	ความเข้าใจกันได้	ความสลับซับซ้อน	ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้	ความสามารถสังเกตเห็นผลได้	การติดต่อสื่อสาร	ความสามารถในการปรับตัว
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น	1.00						
ความเข้าใจกันได้	.815**	1.00					
ความสลับซับซ้อน	.737**	.810**	1.00				
สามารถนำไปทดลองใช้ได้	.755**	.791**	.759**	1.00			
สามารถสังเกตเห็นผลได้	.772**	.782**	.762**	.836**	1.00		
การติดต่อสื่อสาร	.716**	.706**	.705**	.770**	.811**	1.00	
ประสิทธิผลในการทำธุรกรรมในภาพรวม	.755**	.799**	.768**	.829**	.857**	.778**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในทุกด้านมีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงทุกด้าน ได้แก่ 1) ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .755 2) ความเข้าใจกันได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .799 3) ความสลับซับซ้อนมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .768 4) ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .829 5) ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .857 และ 6) การติดต่อสื่อสาร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .778

ตารางที่ 4.42 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ในภาพรวม

	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r: P-value)	
	การยอมรับในการทำธุรกรรมในภาพรวม	ประสิทธิผลในการทำธุรกรรมในภาพรวม
การยอมรับในการทำธุรกรรมในภาพรวม	1.00	
ประสิทธิผลในการทำธุรกรรมในภาพรวม	.869**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.42 พบว่า การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .869

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) 2) ศึกษาประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน 3) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ 4) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน และ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ มาใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน ประชากร คือ กลุ่มผู้ใช้บริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีอายุระหว่าง 15 ปี ขึ้นไป - 60 ปี ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานคร สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 384 คน ด้วยวิธีกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยวิธีของทอมสัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน (e) เท่ากับ 0.05 สัมประสิทธิ์ความผันแปรของประชากร (CV) เท่ากับ .5 เครื่องมือที่ใช้ในเก็บและรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.5 ทุกข้อ และมีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา ของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.985 สถิติที่ใช้ประกอบด้วย จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สถิติทดสอบเอฟ (F-test) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

5.1 สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส โสด ประกอบอาชีพลูกจ้างบริษัท/พนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี และใช้โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากที่สุด สถานที่ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเป็นบ้าน/ที่พัก วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น E-Mail, Chat,

Facebook, LINE, Twitter และเพื่อความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เกม ความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ต่อเดือน มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน และกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์

5.1.1 ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)

ผลการศึกษาพบว่าระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับการยอมรับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม พบว่า ความสลับซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก รองลงมาประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก ส่วนความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

1. ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม

- ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับการยอมรับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความเร็วยิ่งขึ้นมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นการเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับ ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความสะดวก ส่วนรัฐบาลสามารถจัดส่งความช่วยเหลือถึงมือประชาชนได้โดยตรงผ่านพร้อมเพย์ เช่น สวัสดิการสำหรับผู้มีรายได้น้อย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับการยอมรับมากเช่นกัน

- ความเข้ากันได้ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับการยอมรับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถทำการตรวจสอบรายการโอนเงินและรับเงินได้ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาสามารถเลือกผูกบัญชีพร้อมเพย์เข้ากับเลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือได้ พร้อมเพย์ช่วยสนับสนุนการทำธุรกรรมด้านการเงินในรูปแบบเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่วนการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์เป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับการยอมรับมากเช่นกัน

- ความสลับซับซ้อน ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับการยอมรับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถใช้บริการโอนเงินพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาการโอนเงินสามารถทำได้ง่ายเพียงแค่ทราบหมายเลขโทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอนเงินเท่านั้น สามารถสมัครใช้งานพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขา

ของธนาคาร ส่วนการสมัครใช้งานพร้อมเพย์ใช้เอกสารไม่เยอะ ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดอยู่ในระดับการยอมรับมากเช่นกัน

- ความสามารถนำไปทดลองใช้ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับการยอมรับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระบบพร้อมเพย์ทำให้ท่านสามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาธนาคารดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าพร้อมเพย์ เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking, Internet Banking หรือ ATM ของธนาคาร ส่วนพร้อมเพย์สามารถโอนเงินได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น และธนาคารดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการใช้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับมากเช่นกัน

- ความสามารถสังเกตเห็นผลได้ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับการยอมรับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พร้อมเพย์สามารถช่วยให้การบันทึกข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินมีความแม่นยำและสะดวกมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาพร้อมเพย์ช่วยลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้เป็นอย่างดีและพร้อมเพย์ช่วยลดความยุ่งยากในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้ ส่วนพร้อมเพย์ช่วยให้การบริหารจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายได้ง่ายยิ่งขึ้น เช่น ชำระค่าแท็กซี่ ค่าอาหารในร้านอาหาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับมาก

2. ด้านการติดต่อสื่อสาร

ค่าเฉลี่ยรวมระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับการยอมรับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการโอนเงินพร้อมเพย์สามารถทำรายการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้หลายช่องทาง เช่น ตู้ ATM, Internet Banking และ Mobile Banking เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาทางธนาคารมีการแจ้งผลการลงทะเบียนให้ลูกค้าทราบทางข้อความสั้น (SMS) มีการประชาสัมพันธ์ระบบพร้อมเพย์อย่างทั่วถึงทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและจากธนาคาร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับมากเช่นกัน

5.1.2 ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

ผลการศึกษาพบว่า ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้านพบว่า ด้านความสามารถในการปรับตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความพึงพอใจในงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

1. ด้านความสามารถในการปรับตัว

ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ อยู่ในระดับประสิทธิผลมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า พร้อมเพย์เป็นการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาปรับใช้งานผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนเพื่อทำธุรกรรมด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาทำให้มีการปรับขั้นตอนการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ ส่วนผู้ใช้ต้องปรับตัวในการเรียนรู้การใช้งานผ่านพร้อมเพย์ใหม่ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมมากเช่นกัน

2. ด้านความพึงพอใจในงาน

ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ อยู่ในระดับประสิทธิผลมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า พร้อมเพย์ทำให้การโอนเงินมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยที่ผู้ใช้บริการทุกธนาคารจะต้องมีการใส่เลขรหัส หรือ Password และมีการยืนยัน รายการก่อนทำการโอนทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลังของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวก ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบการโอนเงินที่มีความสมบูรณ์สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับทุกธนาคารได้อย่างรวดเร็ว ส่วนระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้ท่านได้รับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐโดยตรง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อยู่ในระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมมากเช่นกัน

5.1.3 การทดสอบความแตกต่างระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล

ผลจากการศึกษาความแตกต่างระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า

เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น และด้านความสลับซับซ้อน ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี และ 2) ต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาโท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้ต่อเดือน ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสลับซับซ้อน ต่างกัน 4 คู่ ได้แก่ 1) รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทกับรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท 2)

รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทกับรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท 3) รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทกับรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และ 4) รายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาทกับรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสลับซับซ้อน ต่างกัน 1 คู่ ได้แก่ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ด้านความสามารถสังเกตเห็นผลได้ และด้านการติดต่อสื่อสาร ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี และ 2) ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.1.4 การทดสอบความแตกต่างระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล

ผลจากการศึกษาความแตกต่างระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้รวมต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้รวมต่อเดือน มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถในการปรับตัว และด้านความพึงพอใจในงาน ต่างกัน 2 คู่ ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 3-4 ปี และ 2) กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่าง 1-2 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 3G หรือ 4G กับทั้ง 6 ด้านได้แก่ 1) ด้านเนื้อหา 2) ด้านการให้บริการผู้เรียน 3) ด้านการเข้าถึงเว็บไซต์ 4) ด้านสื่อเพิ่มเติมอื่น 5) ด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เรียน และ 6) ด้านการ

ติดต่อสื่อสารระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน และเมื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรทั้ง 6 ด้าน ต่อการจัดการเรียนการสอน พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการจัดการเรียนการสอน มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านสื่อเพิ่มเติมอื่น และการติดต่อสื่อสารผู้เรียนกับผู้สอน ตัวแปรอิสระทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอนร้อยละ 57.0 และตัวแปรอิสระทั้ง 3 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงตัวแปรการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการเรียนการสอนได้ ร้อยละ 41.2

5.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ กับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .869

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การยอมรับในนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรสเป็นโสด ประกอบอาชีพลูกจ้างบริษัท/พนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4 ปี ผลการวิจัยนี้ไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่มีลักษณะคล้าย ๆ กันได้แก่ วัชรพล คงเจริญ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากที่สุด มีอายุเฉลี่ยในช่วง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-30,000 บาท ในด้านพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการฝากเงินสดเข้าบัญชีตนเองและผู้อื่น จากผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่จะใช้โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เนื่องจากจากปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือมีราคาถูกมาก สามารถครอบครองเป็นเจ้าของได้ง่าย มีวางจำหน่ายอยู่ทั่วไป ประกอบเทคโนโลยีเครือข่ายโทรศัพท์มือถือมีการพัฒนาระบบไปอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันการให้บริการการเชื่อมต่อผ่านเครือข่ายไร้สาย 3G และ 4G ภายในประเทศได้อย่างครอบคลุมในเกือบทุกพื้นที่ และมีมีอัตราค่าบริการต่อเดือนที่

ต่ำกว่าในอดีต ทำให้เป็นปัจจัยที่สำคัญในการใช้โทรศัพท์มือถือในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น E-Mail, Chat, Facebook, LINE, Twitter และเพื่อความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เกม และมีความถี่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ ต่อเดือนมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริยวิศว์ ชูเชิด (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 3G หรือ 4G ในการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า เพื่อโทรศัพท์คุยกันและเพื่อใช้งานอินเทอร์เน็ต ใช้ประโยชน์ ด้านการศึกษาเพื่อค้นหาข้อมูลความรู้ ถ่ายภาพหรือวิดีโอเพื่อเก็บข้อมูลการศึกษา

ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาจำแนกรายด้านพบว่า ด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม อยู่ในระดับการยอมรับมาก ส่วนด้านการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับการยอมรับมากเช่นกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อของด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม พบว่า ด้านความสลับซับซ้อน กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สามารถใช้บริการโอนเงินพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร การโอนเงินสามารถทำได้ง่ายเพียงแค่ทราบหมายเลขโทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอนเงินเท่านั้น สามารถสมัครใช้งานพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร ส่วนเรื่องของการสมัครใช้งานพร้อมเพย์ใช้เอกสารไม่เยอะ ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งเป็นผลมาจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐและธนาคารในการสมัครใช้งานพร้อมเพย์ โดยมีการนำเสนอให้รางวัลหรือผลตอบแทนแก่ผู้สมัคร และมีการสมัครใช้ผ่านพร้อมเพย์ได้หลายช่องทางเช่น ผ่านทางสาขาของธนาคารเองหรือผ่านตู้ ATM ของธนาคารเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น พบว่า อยู่ในระดับการยอมรับมาก พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความเร็วยิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับเงิน ส่วนพร้อมเพย์จะทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความสะดวก รัฐบาลสามารถจัดส่งความช่วยเหลือถึงมือประชาชนได้โดยตรงผ่านพร้อมเพย์ เช่น สวัสดิการสำหรับผู้มีรายได้น้อย ซึ่งเป็นแผนการดำเนินงานของรัฐบาลในโครงการที่ 3 ระบบภาษีและเอกสารธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ อยู่ในระดับการยอมรับมากเช่นกัน โดยพร้อมเพย์สามารถโอนเงินได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น และธนาคารดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการใช้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากระบบพร้อมเพย์เป็นเรื่องใหม่สำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินของประชาชน ซึ่งอาจยังเกิดความสับสน เพราะระบบการ

ทำธุรกรรมทางการเงินเดิมประชาชนจะใช้บริการ Mobile Banking, Internet Banking หรือ ATM ซึ่งอาจจะไม่มั่นใจในด้านความปลอดภัยของการทำธุรกรรมด้านการเงิน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องให้ความรู้และให้การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับเรื่องของความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านพร้อมเพย์ ทั้งในเรื่องของการผูกบัญชีของธนาคาร หรือการผูกบัญชีพร้อมเพย์ด้วยหมายเลขโทรศัพท์มือถือ และเรื่องของค่าธรรมเนียมในการโอนเงินซึ่งจะเสียค่าธรรมเนียมที่ต่ำกว่าเดิมมากสามารถโอนเงินได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ มีระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้รวมต่อเดือน มีระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ รัตนา มันทาด (2549) ได้ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-payment): กรณีศึกษาสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพ ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการระบบ E-Payment ต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ด้านบริการ ด้านเวลา ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ อยู่ในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านทางธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) ส่วนความถี่ในการใช้บริการมีผลกับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านทางธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับ สุชาติ สุนทรินทร์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า 1) การยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบ ERP ของพนักงานและประสิทธิผลของการนำนวัตกรรมระบบ ERP มาใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรีอยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานที่

สัมพันธ์กับประสิทธิผลของการนำนวัตกรรมระบบ ERP มาใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในด้านอายุการทำงาน ประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงาน วุฒิการศึกษา ตำแหน่ง และแผนกที่พนักงานสังกัด ส่วนปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ไม่สัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบ ERP ของพนักงาน คือ อายุการทำงานและประสบการณ์ในการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำงานของพนักงาน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานและการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์กับประสิทธิผลของการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ในภาพรวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมในภาพรวม มีความสัมพันธ์กันร้อยละ 86.9 สอดคล้องกับวัชรพล คงเจริญ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมอันได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านการสังเกตได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ ด้านการยอมรับความเสี่ยง และด้านความซับซ้อน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีนัยสำคัญที่ 0.05 และสอดคล้องกับสุชาติา สุขนิรันดร์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลในการปฏิบัติงานและการยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ปัจจัยย่อยของตัวแปรทั้งสองที่มีความสัมพันธ์กันกันสูงสุด คือ ปัจจัยด้านนโยบายการบริหารและปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงของนวัตกรรมของพนักงาน และตามด้วยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความพึงพอใจในงานและปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงของนวัตกรรมของพนักงาน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องการยอมรับในนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ได้มีข้อค้นพบที่ควรนำมาเสนอแนะดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะทางวิชาการจากผลการวิจัย

1) หน่วยงานภาครัฐบาลและธนาคารที่เกี่ยวข้อง ควรมีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์ อัตราค่าธรรมเนียม ความปลอดภัยของระบบ และข้อควรระวังของประชาชนในการใช้บริการพร้อมเพย์ ให้มากขึ้น

2) ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับระดับการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ด้านประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น และด้านความสลับซับซ้อน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับระดับประสิทธิผลในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ ด้านความสามารถในการปรับตัว และด้านความพึงพอใจในงาน ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ช่องทางในการใช้บริการระบบพร้อมเพย์ให้ประชาชนและวิธีการใช้งานระบบพร้อมเพย์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างในรูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุ ที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

2) ควรนำปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยทั้ง 6 ด้านของการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและการรับเงินโอนพร้อมเพย์เข้ามาศึกษาประสิทธิผลการนำนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์

3) ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพในรูปของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการทำโฟกัสกรุ๊ปในเรื่องการยอมรับในนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์

บรรณานุกรม

- กระทรวงการคลัง. (2560). **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ**. ค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 เข้าถึงจาก www.epayment.go.th
- กรมสรรพากร. (2560). **กรมสรรพากรออกชี้แจงผู้ใช้ตั้งกระตุ้เว็บตั้งเผยแพร่คินภาษีระบบ PromptPay มีปัญหา**. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2560, เข้าถึงจาก http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/news/news06.1_2560.pdf.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2543). **เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2538). **แนวคิดเทคโนโลยีการศึกษา**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์ การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- ณัฐพิมล พุทธิพินาเวศ. (2550). **ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์**. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2546). **ทฤษฎีองค์สมัยใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: แชนพอร์ พรินต์ติ้ง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). **เงินอิเล็กทรอนิกส์**. ค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www2.bot.or.th/PSServices/emoney.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). **พร้อมเพย์ พร้อมใช้**. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2560, เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PSServices/PromptPay/Pages/default.aspx>
- ธนัท สุวรรณปริญญา. (2550). **ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลบนธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา การจัดทำนโยบายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Privacy Policy) ของธนาคาร สถาบันการเงิน และผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศไทย**. สารนิพนธ์ นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2540). **องค์การและการบริหาร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธรรมรักษ์ หมิ่นจักร. (2544). **E-Money กับการดำเนินนโยบายการเงิน**, สัมมนาวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.

- ปริญวิศว์ ชูเชิด. (2559). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง 3G หรือ 4G ในการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21. รายงานวิจัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ประเสริฐ บัณฑิตศักดิ์. (2540). การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโครงการของหน่วยศึกษานิเทศก์กรมสามัญศึกษา. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขาบริหารการศึกษา บัณฑิตศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรเมศวร์ กุมารบุญ. (2549). ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www2.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspxNewsID=95000000460>
- นพรัตน์ เกื้อนเนาว์. (2549). ทักษะการใช้ชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภรณ์ มหามนต์. (2529). การประเมินประสิทธิผลขององค์การ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- รัตนา มั่นหาด (2549). ประสิทธิภาพของระบบการชำระค่าภาษีอากรผ่านธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-payment): กรณีศึกษาสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วุฒิชัย จำนงค์. (2530). การผลานปฏิบัติการเพื่อผลิตภาพ. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์.
- วัชรพล คงเจริญ. (2558). ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). พร้อมเพย์จุดเริ่มต้นของสังคมไร้เงินสด แม้กระทบต่อค่าธรรมเนียมแบงก์ แต่สร้างผลบวกทางเศรษฐกิจระยะยาว. กระแสทรรศน์. ฉบับที่ 2820 ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2560, เข้าถึงจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/KEconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=36096>
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2523). การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุชาดา สุขนิรันดร์. (2550). การยอมรับนวัตกรรมการใช้ระบบบริหารทรัพยากรองค์กรกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคใต้) จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

- สุภาพรณ พจนิกกร. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: บริษัทโฮลิสติก พับลิชชิ่ง จำกัด.
- สุดปฐพี เวียงสี. (2559). **รู้จักประเทศไทย 4.0 โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจใหม่**. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2560, เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/612666>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). **สรุปผลการสำรวจภาวะการมีงานทำของประชากร**. ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2560. เข้าถึงจาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/lfs60/reportFeb.pdf>
- อำนาจ วังจิ้น. (2553). **ความน่าจะเป็นและสถิติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Barnette, Henlee Hulix. (1953). **Innovation: The Basic of Cultural Change**. New York: McGraw- Hill.
- Foster, George M. (1973). **Tradition Societies and Technological Change**. New York: Harper and Row Publishers.
- Hinkle, D.E, William. (1998). **Applied Statistics for the Behavior Sciences**. 4th ed. New York: Houghton Mifflin, 1998.
- Keith Goffin. And Rick Mitchell. (2005). **Innovation Management**. New York: Palgrave Macmillan.
- Moore, G.A. (1991). **Crossing the chasm: Marketing and selling high-tech products to mainstream customers**. New York: Harper Collins.
- Nessim Hanna. And Richard Woznizk. (2001). **Consumer Behavior an Applied Approach**. New Jersey: Prentice Hall.
- Rogers, E.M. (1983). **Diffusion of Innovations**. New York: Free Press.
- _____ (1995). **Diffusion of Innovations**. 3rd ed. New York: Free Press.
- Rogers & Shoemaker. (1971). **Communication of Innovation: a cross-cultural approach**. New York: Free Press.
- Thompson, S.K. (1992). **Sampling**. New York: John Wiley and Sons.





แบบสอบถาม

เรื่อง “การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay)”

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลประกอบการวิจัยเท่านั้นไม่มีผลใด ๆ ต่อผู้ตอบทั้งสิ้น ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตรงตามความเป็นจริงและให้สมบูรณ์ทุกข้อ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านหรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความคิดเห็น

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

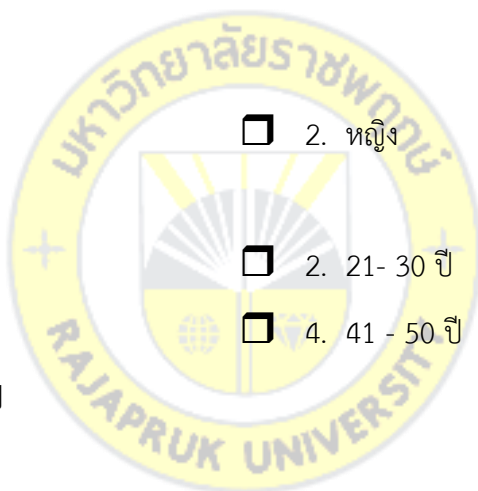
1. 15 - 20 ปี 2. 21- 30 ปี
 3. 31 - 40 ปี 4. 41 - 50 ปี
 5. 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก

4. สถานภาพสมรส

1. โสด 2. สมรส
 3. หม้าย 4. หย่าร้าง
 5. แยกกันอยู่กับคู่สมรส



5. อาชีพ

- | | |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. เกษตรกร | <input type="checkbox"/> 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3. ลูกจ้างบริษัท/พนักงานเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. นักเรียน/นักศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 5. เจ้าของธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | <input type="checkbox"/> 6. แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ) | |

6. รายได้รวมต่อเดือน

- | | |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 5,001-10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001-15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. มากกว่า 20,001 บาท | |

7. ประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต

- | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 1-2 ปี |
| <input type="checkbox"/> 3. 3-4 ปี | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 4 ปี |

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

8. ท่านได้มีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจากอุปกรณ์ใดมากที่สุด

- | | |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ | <input type="checkbox"/> 2. โน้ตบุ๊ก (Notebook) |
| <input type="checkbox"/> 3. โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) | <input type="checkbox"/> 4. แท็บเล็ต (Tablet) |

9. ท่านเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจากสถานที่ใดมากที่สุด

- | | |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. บ้าน/ที่พัก | <input type="checkbox"/> 2. สถานศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3. ที่ทำงาน | <input type="checkbox"/> 4. ร้านบริการอินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

10. วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. เพื่อการติดต่อสื่อสาร เช่น E-Mail, Chat, Facebook, LINE, Twitter |
| <input type="checkbox"/> 2. เพื่อความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เกม |
| <input type="checkbox"/> 3. ซื้อ/ขายสินค้าและบริการ |

4. ทำธุรกรรมด้านการเงิน 5. ความปลอดภัยข้อมูล/โปรแกรม
6. เพื่อสืบค้นหาข้อมูล 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

11. ความถี่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์ต่อเดือน

1. 1 ครั้ง/เดือน 2. 2 ครั้ง/เดือน
3. 3 ครั้ง/เดือน 4. 4 ครั้ง/เดือน
5. มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน

12. ท่านใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบออนไลน์หรือไม่

1. ใช้ประโยชน์ 2. ไม่ใช้ประโยชน์

ตอนที่ 3 การยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/ความเป็นจริง โดย

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

การยอมรับนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น					
1. พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความสะดวก	1	2	3	4	5
2. พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความเร็วยิ่งขึ้น	1	2	3	4	5
3. พร้อมเพย์เป็นการเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับเงิน	1	2	3	4	5
4. พร้อมเพย์ช่วยลดความเสี่ยงในการถือเงินสดที่อาจสูญหายได้	1	2	3	4	5
5. พร้อมเพย์ช่วยให้ได้รับเงินโดยตรงจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น การขอคืนภาษีเงินได้	1	2	3	4	5
6. ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ถูกกว่าบริการโอนเงินแบบเดิม	1	2	3	4	5
7. รัฐบาลสามารถจัดส่งความช่วยเหลือถึงมือประชาชนได้โดยตรงผ่านพร้อมเพย์ เช่น สวัสดิการสำหรับผู้มีรายได้น้อย	1	2	3	4	5

การยอมรับนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ความเข้ากันได้					
8. สามารถทำการตรวจสอบรายการโอนเงินและรับเงินได้	1	2	3	4	5
9. สามารถเลือกผูกบัญชีพร้อมเพย์เข้ากับเลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือได้	1	2	3	4	5
10. พร้อมเพย์ช่วยสนับสนุนการทำธุรกรรมด้านการเงินในรูปแบบเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	1	2	3	4	5
11. การบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์เป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
12. พร้อมเพย์เป็นระบบที่พัฒนาเพิ่มจากระบบโอนเงินที่ใช้อยู่ จึงมีความปลอดภัยเท่าเทียมกับการบริการโอนเงินในปัจจุบัน	1	2	3	4	5
ความสลับซับซ้อน					
13. การสมัครใช้งานพร้อมเพย์ใช้เอกสารไม่เยอะ ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก	1	2	3	4	5
14. สามารถสมัครใช้งานพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร	1	2	3	4	5
15. สามารถใช้บริการโอนเงินพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร	1	2	3	4	5
16. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบที่ใช้งานง่ายเหมือน Mobile Banking และ Internet Banking	1	2	3	4	5
17. การโอนเงินสามารถทำได้ง่ายเพียงแค่ทราบหมายเลขโทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอนเงินเท่านั้น	1	2	3	4	5

การยอมรับนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ความสามารถนำไปทดลองใช้					
18. ระบบพร้อมเพย์ทำให้ท่านสามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย	1	2	3	4	5
19. พร้อมเพย์สามารถโอนเงินได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ	1	2	3	4	5
20. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น	1	2	3	4	5
21. ธนาคารดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าพร้อมเพย์ เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking, Internet Banking หรือ ATM ของธนาคาร	1	2	3	4	5
22. ธนาคารดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการใช้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการ	1	2	3	4	5
ความสามารถสังเกตเห็นผลได้					
23. พร้อมเพย์ทำให้การจัดการด้านการเงินของท่านมีความง่ายและเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น	1	2	3	4	5
24. พร้อมเพย์ช่วยลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้เป็นอย่างดี	1	2	3	4	5
25. พร้อมเพย์ช่วยลดความยุ่งยากในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้	1	2	3	4	5
26. พร้อมเพย์สามารถช่วยให้การบันทึกข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินมีความแม่นยำและสะดวกมากยิ่งขึ้น	1	2	3	4	5
27. พร้อมเพย์ช่วยให้การบริหารจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น เช่น ชำระค่าแท็กซี่ ค่าอาหารในร้านอาหาร เป็นต้น	1	2	3	4	5

การยอมรับนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านการติดต่อสื่อสาร					
28. มีการประชาสัมพันธ์ระบบพร้อมเพย์อย่างทั่วถึงทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและจากธนาคาร	1	2	3	4	5
29. มีช่องทางในการเปิดให้ลงทะเบียนพร้อมเพย์หลาย ๆ ช่องทาง	1	2	3	4	5
30. ทางธนาคารมีการแจ้งผลการลงทะเบียนให้ลูกค้าทราบผ่านทางข้อความสั้น (SMS)	1	2	3	4	5
31. เมื่อมีปัญหาในการใช้บริการพร้อมเพย์ ทางธนาคารมีเจ้าหน้าที่รับแจ้งเหตุหรือมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center)	1	2	3	4	5
32. การโอนเงินพร้อมเพย์สามารถทำรายการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้หลายช่องทาง เช่น ตู้ ATM, Internet Banking และ Mobile Banking เป็นต้น	1	2	3	4	5

ตอนที่ 4 ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/ความเป็นจริง

ประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
ด้านความสามารถในการปรับตัว					
1. พร้อมเพย์เป็นการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาปรับใช้งานผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพื่อทำธุรกรรมด้านการเงิน	1	2	3	4	5
2. ทำให้มีการปรับขั้นตอนการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์	1	2	3	4	5
3. ผู้ใช้ต้องปรับตัวในการเรียนรู้การใช้งานผ่านพร้อมเพย์ใหม่	1	2	3	4	5
4. ท่านเห็นด้วยกับระบบการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์	1	2	3	4	5

ประสิทธิผลในการทำธุรกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
5. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบที่ง่ายในการใช้งาน สะดวก รวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูงในระดับมาตรฐานสากล	1	2	3	4	5
ด้านความพึงพอใจในงาน					
6. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบการโอนเงินที่มีความสมบูรณ์ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับทุกธนาคารได้อย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5
7. การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลังของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวก	1	2	3	4	5
8. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้มีความมั่นใจในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	1	2	3	4	5
9. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้ท่านได้รับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐโดยตรง	1	2	3	4	5
10. พร้อมเพย์ทำให้การโอนเงินมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยที่ผู้ใช้บริการทุกธนาคาร จะต้องมีการใส่เลขรหัส หรือ Password และมีการยืนยัน รายการก่อนทำการโอนทุกครั้ง	1	2	3	4	5

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay)

.....

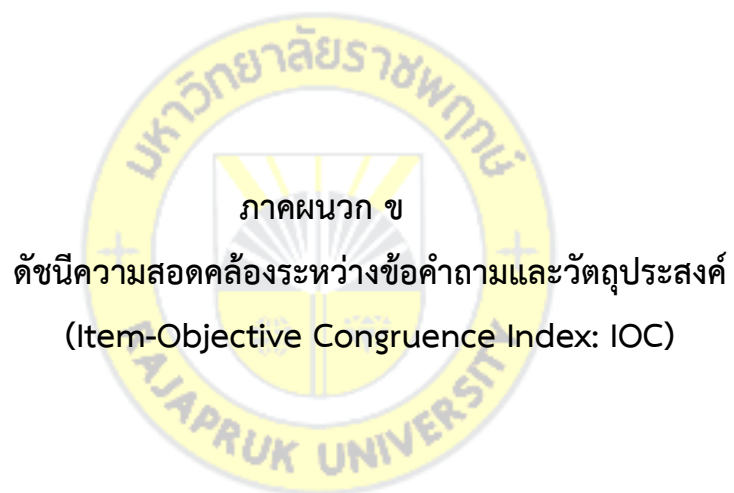
.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม



ภาคผนวก ข

ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์

(Item-Objective Congruence Index: IOC)

ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความและวัตถุประสงค์

(Item-Objective Congruence Index : IOC)

ตารางแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของการยอมรับนวัตกรรมบริการโอนเงินและรับเงินโอนพร้อมเพย์ (PromptPay) และประสิทธิผลในการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay)

การยอมรับนวัตกรรม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			IOC	หมายเหตุ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
ประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น					
1. พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความสะดวก	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
2. พร้อมเพย์ทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินมีความเร็วยิ่งขึ้น	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
3. พร้อมเพย์เป็นการเพิ่มทางเลือกในการโอนและรับเงิน	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
4. พร้อมเพย์ช่วยลดความเสี่ยงในการถือเงินสดที่อาจสูญหายได้	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
5. พร้อมเพย์ช่วยให้ได้รับเงินโดยตรงจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น การขอคืนภาษีเงินได้	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
6. ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ถูกกว่าบริการโอนเงินแบบเดิม	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
7. รัฐบาลสามารถจัดส่งความช่วยเหลือถึงมือประชาชนได้โดยตรงผ่านพร้อมเพย์ เช่น สวัสดิการสำหรับผู้มีรายได้น้อย	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
ความเข้ากันได้					
8. สามารถทำการตรวจสอบรายการโอนเงินและรับเงินได้	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
9. สามารถเลือกผูกบัญชีพร้อมเพย์เข้ากับเลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือได้	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
10. พร้อมเพย์ช่วยสนับสนุนการทำธุรกรรมด้านการเงินในรูปแบบเดิมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
11. การบริการโอนเงินและรับเงินพร้อมเพย์เป็นระบบที่มีความปลอดภัยสูงตามมาตรฐานสากล	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
12. พร้อมเพย์เป็นระบบที่พัฒนาเพิ่มจากระบบโอนเงินที่ใช้อยู่ จึงมีความปลอดภัยเท่าเทียมกับการบริการโอนเงินในปัจจุบัน	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
ความสลับซับซ้อน					
13. การสมัครใช้งานพร้อมเพย์ใช้เอกสารไม่เยอะ ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้

การยอมรับนวัตกรรม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			IOC	หมายเหตุ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
14. สามารถสมัครใช้งานพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
15. สามารถใช้บริการโอนเงินพร้อมเพย์ได้หลายช่องทาง เช่น ผ่าน Mobile Banking, Internet Banking ตู้ ATM และสาขาของธนาคาร	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
16. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบที่ใช้งานง่ายเหมือน Mobile Banking และ Internet Banking	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
17. การโอนเงินสามารถทำได้ง่ายเพียงแค่ทราบหมายเลขโทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับโอนเงินเท่านั้น	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
ความสามารถนำไปทดลองใช้					
18. ระบบพร้อมเพย์ทำให้ท่านสามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
19. พร้อมเพย์สามารถโอนเงินได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง โดยเสียค่าธรรมเนียมสูงสุดไม่เกิน 10 บาทต่อรายการ	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
20. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้เกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
21. ธนาคารดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าพร้อมเพย์ เช่นเดียวกับการดูแลลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking, Internet Banking หรือ ATM ของธนาคาร	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
22. ธนาคารดูแลให้ลูกค้าได้รับทราบข้อมูลการใช้บริการที่ครบถ้วนถูกต้อง และมีความเข้าใจก่อนการตัดสินใจใช้บริการ	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
ความสามารถสังเกตเห็นผลได้					
23. พร้อมเพย์ทำให้การจัดการด้านการเงินของท่านมีความง่ายและเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
24. พร้อมเพย์ช่วยลดขั้นตอนในการทำธุรกรรมด้านการเงินได้เป็นอย่างดี	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
25. พร้อมเพย์ช่วยลดความยุ่งยากในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้

การยอมรับนวัตกรรม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			IOC	หมายเหตุ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
26. พร้อมเพย์สามารถช่วยให้การบันทึกข้อมูลการทำธุรกรรมการเงินมีความแม่นยำและสะดวกมากยิ่งขึ้น	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
27. พร้อมเพย์ช่วยให้การบริหารจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น เช่น ชำระค่าแท็กซี่ ค่าอาหารในร้านอาหาร เป็นต้น	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
ด้านการติดต่อสื่อสาร					
28. มีการประชาสัมพันธ์ระบบพร้อมเพย์อย่างทั่วถึงทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและจากธนาคาร	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
29. มีช่องทางในการเปิดให้ลงทะเบียนพร้อมเพย์หลาย ๆ ช่องทาง	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
30. ทางธนาคารมีการแจ้งผลการลงทะเบียนให้ลูกค้าทราบผ่านทางข้อความสั้น (SMS)	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
31. เมื่อมีปัญหาในการใช้บริการพร้อมเพย์ ทางธนาคารมีเจ้าหน้าที่รับแจ้งเหตุหรือมีเจ้าหน้าที่คอยให้บริการผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center)	1	0	1	0.67	นำไปใช้ได้
32. การโอนเงินพร้อมเพย์สามารถทำรายการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้หลายช่องทาง เช่น ตู้ ATM, Internet Banking และ Mobile Banking เป็นต้น	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้

ประสิทธิผลในการทำธุรกรรม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			IOC	หมายเหตุ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
ด้านความสามารถในการปรับตัว					
1. พร้อมเพย์เป็นการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาปรับใช้งานผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน เพื่อทำธุรกรรมด้านการเงิน	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
2. ทำให้มีการปรับขั้นตอนการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
3. ผู้ใช้ต้องปรับตัวในการเรียนรู้การใช้งานพร้อมเพย์ใหม่	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
4. ท่านเห็นด้วยกับระบบการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
5. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบที่ง่ายในการใช้งาน สะดวก รวดเร็ว และมีความปลอดภัยสูงในระดับมาตรฐานสากล	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้

ประสิทธิผลในการทำธุรกรรม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			IOC	หมายเหตุ
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		
ด้านความพึงพอใจในงาน					
6. ระบบพร้อมเพย์เป็นระบบการโอนเงินที่มีความสมบูรณ์ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับทุกธนาคารได้อย่างรวดเร็ว	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
7. การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ช่วยให้การตรวจสอบข้อมูลทางการเงินย้อนหลังของท่านเป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวก	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้
8. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้มีความมั่นใจในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
9. ระบบพร้อมเพย์ช่วยทำให้ท่านได้รับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐโดยตรง	1	1	0	0.67	นำไปใช้ได้
10. พร้อมเพย์ทำให้การโอนเงินมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยที่ผู้ใช้บริการทุกธนาคาร จะต้องมีกรใส่เลขรหัส หรือ Password และมีการยืนยัน รายการก่อนทำการโอนทุกครั้ง	1	1	1	1.00	นำไปใช้ได้

หมายเหตุ

ค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 – 1.00 หมายถึง นำไปใช้ได้
 ค่า IOC เท่ากับ 0.33 หมายถึง ปรับปรุง
 ค่า IOC เท่ากับ 0.00 หรือมีค่าเป็นลบ หมายถึง ตัดทิ้ง

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายปริญวิศว์ ชูเชิด
วัน เดือน ปีเกิด	16 พฤษภาคม พ.ศ. 2517 จ.ตรัง
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต คอมพิวเตอร์ธุรกิจ, 2543 มหาวิทยาลัยศรีปทุม ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต เทคโนโลยีสารสนเทศ, 2552
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	อาจารย์ประจำสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ประสบการณ์ทำงาน	อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์ประจำ วิทยาลัยเฉลิมกาญจนา ระยอง อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	ปัจจัยความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ตีพิมพ์ งานการประชุมระดับชาติและระดับนานาชาติ การประชุมเบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 7 พ.ศ. 2560