

ภาคผนวก

ผนวก ก

ผลลัพธ์จากโปรแกรม SPSS

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Perceived Benefits		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= . 050, Probability-of-F- to-remove >= . 100).
2	Perceived Risks		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= . 050, Probability-of-F- to-remove >= . 100).

a. Dependent Variable: Intention to use

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.423 ^a	0.179	0.177	0.985	0.179	86.735	1	398	0.000
2	.483 ^b	0.233	0.229	0.953	0.054	28.137	1	397	0.000

a. Predictors: (Constant), Perceived Benefits

b. Predictors: (Constant), Perceived Benefits, Perceived Risks

c. Dependent Variable: Intention to use

ANOVA^c

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.097	1	84.097	86.735	.000 ^a
	Residual	385.893	398	0.970		
	Total	469.990	399			
2	Regression	109.636	2	54.818	60.393	.000 ^b
	Residual	360.354	397	0.908		
	Total	469.990	399			

a. Predictors: (Constant), Perceived Benefits

b. Predictors: (Constant), Perceived Benefits, Perceived Risks

c. Dependent Variable: Intention to use

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.236	0.354		0.664	0.507
	Perceived Benefits	0.845	0.091	0.423	9.313	0.000
2	(Constant)	-0.253	0.355		-0.713	0.476
	Perceived Benefits	0.682	0.093	0.341	7.329	0.000
	Perceived Risks	0.439	0.083	0.247	5.304	0.000

a. Dependent Variable: Intention to use

Excluded Variables^c

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	Perceived Risks	.247 ^a	5.304	0.000	0.257	0.891
	Services Features	-.008 ^a	-0.148	0.882	-0.007	0.804
	Web Site Features	.058 ^a	1.182	0.238	0.059	0.843
	Computer Technology	-.033 ^a	-0.694	0.488	-0.035	0.910
	Internet Experiences	.100 ^a	2.132	0.034	0.106	0.938
2	Sum Services	-.013 ^b	-0.263	0.792	-0.013	0.804
	Sum Features	.023 ^b	0.476	0.635	0.024	0.826
	Computer Technology	-.070 ^b	-1.512	0.131	-0.076	0.890
	Internet Experiences	.054 ^b	1.157	0.248	0.058	0.900

a. Predictors in the Model: (Constant), Perceived Benefits

b. Predictors in the Model: (Constant), Perceived Benefits, Perceived Risk

c. Dependent Variable: Intention to use

ผลการวิเคราะห์โดยใช้ Independent T-Test ระหว่างปัจจัยด้านเพศ กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Perceived Risks	Equal variances assumed	7.320	0.007	0.730	398	0.466	0.04496	0.06161	-0.0761	0.16609
	Equal variances not assumed			0.710	328.033	0.478	0.04496	0.06329	-0.0795	0.16947
Perceived Benefits	Equal variances assumed	0.123	0.726	2.213	398	0.027	0.12062	0.05450	0.0134	0.22776
	Equal variances not assumed			2.202	364.565	0.028	0.12062	0.05479	0.0128	0.22836
Services Features	Equal variances assumed	12.600	0.000	1.184	398	0.237	0.09511	0.08031	-0.0627	0.25299
	Equal variances not assumed			1.147	319.231	0.252	0.09511	0.08290	-0.0679	0.25820
Web Site Features	Equal variances assumed	1.770	0.184	2.669	398	0.008	0.17580	0.06586	0.0463	0.30527
	Equal variances not assumed			2.648	360.193	0.008	0.17580	0.06639	0.0452	0.30636
Computer Technology	Equal variances assumed	1.267	0.261	-1.895	398	0.059	-0.1294	0.06830	-0.2637	0.00483
	Equal variances not assumed			-1.922	388.795	0.055	-0.1294	0.06734	-0.2618	0.00298
Internet Experiences	Equal variances assumed	1.032	0.310	3.248	398	0.001	0.16462	0.05068	0.0649	0.26426
	Equal variances not assumed			3.266	379.393	0.001	0.16462	0.05041	0.0655	0.26374
Intention to use	Equal variances assumed	0.186	0.667	2.895	398	0.004	0.314	0.108	0.101	0.527
	Equal variances not assumed			2.895	372.069	0.004	0.314	0.108	0.101	0.527

ผลการวิเคราะห์โดยใช้ One-Way ANOVA ระหว่าง อายุ กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perceived Risks	Between Groups	1.296	3	0.432	1.160	0.325
	Within Groups	147.434	396	0.372		
	Total	148.730	399			
Perceived Benefits	Between Groups	4.983	3	1.661	5.838	0.001
	Within Groups	112.662	396	0.284		
	Total	117.644	399			
Services Features	Between Groups	1.533	3	0.511	0.804	0.492
	Within Groups	251.717	396	0.636		
	Total	253.250	399			
Web Site	Between Groups	1.207	3	0.402	0.929	0.427

Features	Within Groups	171.542	396	0.433		
	Total	172.749	399			
Computer Technology	Between Groups	1.057	3	0.352	0.762	0.516
	Within Groups	183.117	396	0.462		
	Total	184.174	399			
Internet Experiences	Between Groups	3.019	3	1.006	3.979	0.008
	Within Groups	100.159	396	0.253		
	Total	103.178	399			
Intention to use	Between Groups	15.591	3	5.197	4.529	0.004
	Within Groups	454.399	396	1.147		
	Total	469.990	399			

ผลการวิเคราะห์โดยใช้ One-Way ANOVA ระหว่าง การศึกษา กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perceived Risks	Between Groups	0.958	4	0.239	0.640	0.634
	Within Groups	147.772	395	0.374		
	Total	148.730	399			
Perceived Benefits	Between Groups	0.263	4	0.066	0.222	0.926
	Within Groups	117.381	395	0.297		
	Total	117.644	399			
Services Features	Between Groups	2.213	4	0.553	0.871	0.482
	Within Groups	251.037	395	0.636		
	Total	253.250	399			
Web Site Features	Between Groups	1.152	4	0.288	0.663	0.618
	Within Groups	171.597	395	0.434		
	Total	172.749	399			
Computer Technology	Between Groups	0.261	4	0.065	0.140	0.967
	Within Groups	183.913	395	0.466		
	Total	184.174	399			
Internet Experiences	Between Groups	2.948	4	0.737	2.905	0.022
	Within Groups	100.229	395	0.254		
	Total	103.178	399			
Intention to use	Between Groups	1.067	4	0.267	0.225	0.925
	Within Groups	468.923	395	1.187		
	Total	469.990	399			

ผลการวิเคราะห์โดยใช้ One-Way ANOVA ระหว่าง รายได้ กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perceived Risks	Between Groups	3.823	3	1.274	3.483	0.016
	Within Groups	144.906	396	0.366		
	Total	148.730	399			
Perceived Benefits	Between Groups	7.143	3	2.381	8.532	0.000
	Within Groups	110.502	396	0.279		
	Total	117.644	399			
Services Features	Between Groups	6.586	3	2.195	3.524	0.015
	Within Groups	246.664	396	0.623		
	Total	253.250	399			
Web Site Features	Between Groups	0.558	3	0.186	0.428	0.733
	Within Groups	172.191	396	0.435		
	Total	172.749	399			
Computer Technology	Between Groups	2.549	3	0.850	1.853	0.137
	Within Groups	181.624	396	0.459		
	Total	184.174	399			
Internet Experiences	Between Groups	12.295	3	4.098	17.857	0.000
	Within Groups	90.883	396	0.230		
	Total	103.178	399			
Intention to use	Between Groups	10.457	3	3.486	3.004	0.030
	Within Groups	459.533	396	1.160		
	Total	469.990	399			

แสดงผลค่าเฉลี่ยทัศนคติระหว่าง เพศ กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

Means Report

Sex		Perceived Risk	Perceived Benefits	Services Features	Web Site Features	Computer Technology	Internet Experience	Intention to use
Male	Mean	2.5707	3.9195	3.5664	3.5752	3.3706	2.2876	3.64
	N	226	226	226	226	226	226	226
	Std. Deviation	0.55183	0.53072	0.70397	0.63498	0.70798	0.51149	1.075
Female	Mean	2.5257	3.7989	3.4713	3.3994	3.5000	2.1230	3.33
	N	174	174	174	174	174	174	174
	Std. Deviation	0.68008	0.55266	0.90233	0.67571	0.63496	0.49065	1.076
Total	Mean	2.5512	3.8670	3.5250	3.4988	3.4269	2.2160	3.51
	N	400	400	400	400	400	400	400
	Std. Deviation	0.61054	0.54300	0.79669	0.65799	0.67940	0.50852	1.085

แสดงผลค่าเฉลี่ยทัศนคติระหว่าง อายุ กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระ
เงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

Means Report

Sex		Perceived Risk	Perceived Benefits	Services Features	Web Site Features	Computer Technology	Internet Experience	Intention to use
< 20	Mean	2.6950	3.1333	3.6667	3.4167	3.3750	1.6667	2.17
	N	6	6	6	6	6	6	6
	Std. Deviation	0.40019	0.20656	0.81650	0.66458	0.20917	0.41312	0.753
20-29	Mean	2.5753	3.9031	3.5519	3.5173	3.4395	2.1994	3.53
	N	318	318	318	318	318	318	318
	Std. Deviation	0.61140	0.53654	0.81951	0.68017	0.70156	0.50399	1.088
30-39	Mean	2.4414	3.7892	3.3986	3.4122	3.3953	2.3216	3.53
	N	74	74	74	74	74	74	74
	Std. Deviation	0.62024	0.53470	0.69232	0.55738	0.60535	0.50294	1.010
40-49	Mean	2.3350	3.2000	3.5000	4.0000	2.7500	2.6000	2.00
	N	2	2	2	2	2	2	2
	Std. Deviation	0.23335	0.56569	0.70711	0.00000	0.35355	0.56569	1.414
Total	Mean	2.5512	3.8670	3.5250	3.4988	3.4269	2.2160	3.51
	N	400	400	400	400	400	400	400
	Std. Deviation	0.61054	0.54300	0.79669	0.65799	0.67940	0.50852	1.085

แสดงผลค่าเฉลี่ยทัศนคติระหว่าง การศึกษา กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการ
ชำระเงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

Means Report

Sex		Perceived Risk	Perceived Benefits	Services Features	Web Site Features	Computer Technology	Internet Experience	Intention to use
High School	Mean	2.7100	4.1000	2.8750	3.7500	3.4375	2.6500	3.25
	N	4	4	4	4	4	4	4
	Std. Deviation	0.63224	0.60000	0.75000	0.50000	0.62500	0.41231	1.500
Semi Degree	Mean	2.7500	3.8000	3.7500	3.5000	3.7500	2.0000	3.00
	N	2	2	2	2	2	2	2
	Std. Deviation	0.11314	0.28284	0.35355	0.70711	0.00000	0.28284	1.414
Bachelor	Mean	2.5179	3.8585	3.5495	3.4575	3.4151	2.1453	3.52
	N	212	212	212	212	212	212	212
	Std. Deviation	0.61980	0.58445	0.83816	0.65714	0.72112	0.51813	1.073
Master	Mean	2.5809	3.8718	3.5055	3.5387	3.4365	2.2906	3.50
	N	181	181	181	181	181	181	181
	Std. Deviation	0.60325	0.49523	0.74905	0.66345	0.63692	0.48873	1.099
Doctor	Mean	3.1700	4.0000	4.0000	4.0000	3.5000	2.4000	4.00
	N	1	1	1	1	1	1	1
	Std. Deviation	.	.	.	.	.	.	.

Total	Mean	2.5512	3.8670	3.5250	3.4988	3.4269	2.2160	3.51
	N	400	400	400	400	400	400	400
	Std. Deviation	0.61054	0.54300	0.79669	0.65799	0.67940	0.50852	1.085

แสดงผลค่าเฉลี่ยทัศนคติระหว่าง รายได้ กับ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจยอมรับการชำระ
เงินออนไลน์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร

Means Report

Sex		Perceived Risk	Perceived Benefits	Services Features	Web Site Features	Computer Technology	Internet Experience	Intention to use
< 10,000	Mean	2.4129	3.5105	3.1447	3.4737	3.2303	2.0316	3.18
	N	38	38	38	38	38	38	38
	Std. Deviation	0.55752	0.58392	0.92201	0.79651	0.82072	0.46389	1.010
10,001 - 20,000	Mean	2.5616	3.9945	3.5182	3.5591	3.4977	2.0891	3.55
	N	110	110	110	110	110	110	110
	Std. Deviation	0.61580	0.48799	0.76304	0.63799	0.72985	0.34117	1.162
20,001 - 30,000	Mean	2.4347	3.8098	3.5539	3.4706	3.3701	2.0902	3.34
	N	102	102	102	102	102	102	102
	Std. Deviation	0.62866	0.52530	0.76723	0.60043	0.58098	0.49523	1.104
> 30,001	Mean	2.6577	3.9027	3.6067	3.4800	3.4633	2.4413	3.66
	N	150	150	150	150	150	150	150
	Std. Deviation	0.59163	0.54378	0.78703	0.67526	0.65819	0.55238	1.009
Total	Mean	2.5512	3.8670	3.5250	3.4988	3.4269	2.2160	3.51
	N	400	400	400	400	400	400	400
	Std. Deviation	0.61054	0.54300	0.79669	0.65799	0.67940	0.50852	1.085