

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



236013



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงิน
ผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อ
สินค้าและบริการออนไลน์

โดย

นางสาวศนิ อนันต์รัตนโชติ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2553

b00 247172

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



236013



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงิน
ผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อ
สินค้าและบริการออนไลน์



โดย

นางสาวศนิ อนันต์รัตนโชติ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2553

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงิน
ผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ซื้อ
สินค้าและบริการออนไลน์

โดย

นางสาวศนิ อนันต์รัตนโชติ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2553

The Study on the Acceptance of Web Payment Technology

By

Miss Sani Ananrattanachot

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Science

Technology Management

College of Innovation

Thammasat University

2010

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยนวัตกรรม

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวศนิ อนันต์รัตนโชติ

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงิน
ผ่านระบบเว็บไซต์ (Web Payment) ของผู้ใช้
สินค้าและบริการออนไลน์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2553

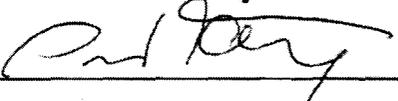
ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(ดร.วุฒิไกร งามศิริจิตต์)

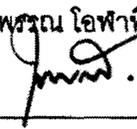
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(ดร.อรรณวิทย์ เตชะวิบูลย์วงศ์)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(ดร.กมลพรรณ โอฟ้าพิริยกุล)

คณบดี


(รองศาสตราจารย์ ม.ร.ว.พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิวัตน์)

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันนี้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ได้มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ในประเทศไทยเองก็มีการเพิ่มมูลค่าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งเห็นได้จากข้อมูลทางสถิติจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2551 ได้ประเมินผลประกอบการในปี 2550 พบว่า ธุรกิจ e-Commerce มี ยอดขายทั้งสิ้นประมาณ 427,460 ล้านบาท และการชำระเงินออนไลน์ (Electronic payment) เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ บนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ โดยการชำระเงินผ่านทางเว็บไซต์ (Web Payment) เป็นหนึ่งในวิธีการทำธุรกรรม การชำระเงินออนไลน์ที่มีการให้บริการอยู่ในปัจจุบัน โดยมีเว็บไซต์ที่เป็นผู้นำและเป็นผู้ให้บริการกลาง การชำระเงินออนไลน์ เช่น PayPal Paysbuy และ Thai e-pay เป็นต้น จากการศึกษาข้อมูลจาก ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าการใช้ Web Payment ในการชำระเงิน นั้นยังมีสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับการชำระค่าสินค้าและบริการออนไลน์ในวิธีอื่น ๆ งานวิจัยนี้ จึงถูกพัฒนาขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการชำระเงินผ่านทาง Web Payment ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ โดยกำหนดกลุ่มประชากรคือผู้ที่เคยซื้อสินค้าหรือ บริการออนไลน์ ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมกรรมการชำระเงิน ผ่านทาง Web Payment ได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความ เชื่อมั่น และปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง

Abstract

Electronic Commerce (e-Commerce) becomes more popular each year. According to the research conducted by the National Statistical Office of Thailand in 2007, the total sales of e-Commerce in Thailand was estimated about 427 billion baht. And Electronic Payment was an important tool of the success of the e-Commerce. The payment through website or Web Payment was the current method of online payment which was operated by many leading websites such as PayPal, Paysbuy, and Thai e-pay.

However, by reviewing the related literatures, it can be founded that the use of Web Payment holds very few proportion of market compared to others kind of Electronic Payment. This research was then developed in order to find out the factors that might influence the use of Web Payment for the purchase of goods and online services. The Technology Acceptance Model (TAM) was selected as the main framework for this study. The data was collected from those who purchased goods and services online through the questionnaires. The results of the study showed that the factors that influence the acceptance of Web Payment are the Attitude Toward Using, Perceived Trust and Subjective norm.

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัว และเพื่อนสนิททุกคนที่คอยเป็นกำลังใจ ดูแล และห่วงใยผู้วิจัยมาโดยตลอด พี่ ๆ เพื่อน ๆ ร่วมรุ่น MTT 15 ที่เป็นกำลังใจคอยไต่ถาม ให้คำแนะนำ หรือความช่วยเหลือต่าง ๆ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้ซึ่งประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ รวมถึงเปิดโลกทัศน์ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.อรรถวิท เตชะวิบูลย์วงศ์ ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิจัยนี้ ที่ได้ทุ่มเทเวลาจนผู้วิจัยสามารถดำเนินการจนงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเกิดคุณค่าและเป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าให้กับผู้อื่นต่อไป

ศนิ อนันต์รัตนโชติ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(7)
สารบัญภาพประกอบ	(9)
 บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
ขอบเขตของงานวิจัย	5
ข้อจำกัดของงานวิจัย	5
นิยามศัพท์ (เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย)	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดและทฤษฎีด้านการยอมรับเทคโนโลยี	8
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความปลอดภัยและความเชื่อมั่น	11
แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm).....	14
สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
สรุปการทบทวนวรรณกรรม	31

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	36
ประชากร	37
การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	37
การสุ่มตัวอย่าง.....	38
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	39
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	39
เกณฑ์การให้คะแนนและการวิเคราะห์	40
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย.....	43
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
สมมติฐานการวิจัย.....	44
การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน	47
4. ผลของการวิจัย	49
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	50
ส่วนที่ 2 ข้อมูลประสิทธิภาพการใช้ Web payment.....	52
ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยต่าง ๆ	54
ส่วนที่ 4 การค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	66
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นในแบบสอบถามปลายเปิด.....	81
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	82
สรุปผลการศึกษา.....	82
อภิปรายผล.....	85
ข้อเสนอแนะ.....	92
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป	93

รายการอ้างอิง.....	94
ภาคผนวก	
ก. แบบสอบถาม	99
ข. ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	106
ประวัติการศึกษา.....	107

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ตารางเปรียบเทียบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์.....	16
2.2	มุมมองของปัจจัยต่าง ๆ ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านระบบเว็บไซต์ (Web payment) ของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์.....	32
3.1	ตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนต่าง ๆ	37
3.2	ตารางแสดงความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม สัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's α).....	43
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	50
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลประสบการณ์การใช้ Web payment	52
4.3	ความคิดเห็นและคะแนนเฉลี่ยของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	55
4.4	ความคิดเห็นและคะแนนเฉลี่ยของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	57
4.5	ความคิดเห็นและคะแนนเฉลี่ยของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	59
4.6	ความคิดเห็นและคะแนนเฉลี่ยของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยด้านกลุ่มอ้างอิง.....	60
4.7	ความคิดเห็นและคะแนนเฉลี่ยของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความความปลอดภัย	62
4.8	ความคิดเห็นและคะแนนเฉลี่ยของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความเชื่อมั่น.....	63

4.9	ความคิดเห็นและคะแนนเฉลี่ยของผู้ซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยี Web payment ในปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน...	65
4.10	การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน.....	66
4.11	ตาราง Model Summary จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ...	68
4.12	ตาราง ANOVA จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	68
4.13	ตาราง Coefficients จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ	69
4.14	ตาราง Model Summary จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	70
4.15	ตาราง ANOVA จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน.....	71
4.16	ตาราง Coefficients จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน.....	72
4.17	ตาราง Model Summary จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน.....	75
4.18	ตาราง ANOVA จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน	76
4.19	ตาราง Coefficients จากการทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้งาน	77

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	8
2.2	การจำลองแผนภาพปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ปลอดภัยและความเชื่อมั่นในการใช้ระบบการชำระเงินออนไลน์ (Electronic Payment System: EPS).....	13
2.3	แบบจำลองการวิจัยตามรูปแบบดั้งเดิมพร้อมส่วนต่อขยายของ TAM.....	18
2.4	แบบจำลองความคิดในการวิจัยของ Schierz, P. G. et al., (2009)	19
2.5	Website Acceptance Model (WAM).....	20
2.6	แบบจำลองการวิจัยของ Ahn et al.(2007).....	21
2.7	แบบจำลองการวิจัยของ Lai and Li (2005).....	22
2.8	แบบจำลองข้อเสนอของการวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับธุรกิจการค้าผ่านโทรศัพท์มือถือ	24
2.9	แบบจำลองการวิจัยของ Yu et al. (2005).....	26
2.10	แบบจำลองการวิจัยของ Shin (2009).....	27
2.11	แบบจำลองการวิจัยของ Lopez-Nicolas et al. (2008)	28
2.12	แบบจำลองของการรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและการรับรู้ความเชื่อมั่นในการใช้บริการจ่ายเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (EPS)	30
2.13	กรอบแนวคิดการวิจัย.....	34
3.1	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	36
3.2	กรอบแนวคิดและสมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย	44
4.1	ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ.....	70
4.2	โครงสร้างแสดงแสดงความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้ใช้งาน	74
4.3	โครงสร้างแสดงแสดงความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งาน...	79
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	85
5.2	ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ.....	88
5.3	โครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้ใช้งาน	89
5.4	โครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้ใช้งาน.....	90