

ความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์

กานต์สุทธิ ศิริทรัพย์*

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

*Correspondence: sirisap7@hotmail.com

doi: XXXXXX

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานระบบการเงินพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) หรือผู้ที่ตั้งใจจะเปิดใช้บริการพร้อมเพย์ ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต จำนวน 221 กลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีแจกแบบสอบถามทั้งรูปแบบกระดาษและอิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลทางสังคม และอิทธิพลของสื่อส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการพร้อมเพย์ นอกจากนี้ปัจจัยความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ และความน่าเชื่อถือของหน่วยงานยังส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการพร้อมเพย์เช่นกัน กล่าวโดยสรุปได้ว่าหากประชาชนมีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และมีความเชื่อมั่นในรัฐบาล รวมทั้งการรับรู้ความเสี่ยงที่น้อย ประกอบกับได้รับอิทธิพลจากคนรอบข้างและสื่อต่าง ๆ จะทำให้ประชาชนนั้นไว้วางใจและใช้บริการพร้อมเพย์ หรือรวมถึงบริการอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ ของรัฐบาล

คำสำคัญ: ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลทางสังคม อิทธิพลของสื่อ ความตั้งใจใช้งาน

The Intention to Use Prompt Pay Services

Karnsutti Sirisap*

Ministry of Digital Economy and Society

*Correspondence: sirisap7@hotmail.com

doi: XXXXXX

Abstract

The purpose of this research is to examine the factors that affect the use of Prompt Pay financial system. The quantitative research method. The data has been collected by both online and offline questionnaires. There were samples of 221 respondents consisting of people who have been using the system and those who are intended to use the service or potentially interested to try it in the future. The results revealed that all the above-mentioned factors have significant effects on the intention to use Prompt Pay services. With technology readiness, confidence in government, the perceived risk, peers, and media influences, users will trust and use Prompt Pay services and even considered to use other electronic services from the government.

Keywords: Technology Readiness Trust in Technology Perceived Organizational Trust Worthiness Privacy Concerns Trust on e-Government Perceived Risk Social influence Media influence Intention to use

1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่ใช้เงินสดในการทำธุรกรรมในปริมาณมาก ซึ่งการใช้เงินสดนั้นจำเป็นต้องมีกระบวนการการผลิตธนบัตร และมีต้นทุนการบริหารจัดการมาก ตั้งแต่ค่าพิมพ์ธนบัตร ค่าขนย้าย เป็นต้น ดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้องขยับไปใช้ระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น (ศุภนีวรรณ จุตระกูล, 2559) ประกอบกับปัจจุบันนี้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมทั้งยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งจากอุปกรณ์เคลื่อนที่ การชำระค่าบริการ การโอนเงิน การสั่งซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งการลงทุนซื้อหุ้น หรือตราสารผ่านโปรแกรมประยุกต์ (Mobile apps) ตลอดจนอัตราการเข้าถึง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการเหล่านี้ได้ อย่างง่ายดาย (จันจิรา วิลาศรี, 2557)

พร้อมเพย์ (Prompt Pay) เป็นทางเลือกใหม่ที่เพิ่มความสะดวกในการรับเงินและโอนเงินด้วยค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าบริการโอนเงินข้ามธนาคารแบบเดิม โดยใช้หมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเลขประจำตัวประชาชนที่ผู้รับโอนได้ลงทะเบียนไว้กับสถาบันการเงิน ซึ่งจะทำให้การโอนเงินระหว่างประชาชนด้วยกันหรือระหว่างประชาชนกับภาคธุรกิจสะดวกมากขึ้น ในขณะที่ทำให้การจ่ายเงินระหว่างภาครัฐและประชาชนมีความถูกต้องตรงตัวผู้รับมากขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกและความสะดวกในการโอนและรับเงินให้ประชาชน และช่วยลดความเสี่ยงในการถือเงินสดที่อาจสูญหาย ลอดภาระและต้นทุนในการบริหารจัดการและพิมพ์ธนบัตรของประเทศ ในระยะต่อไปรัฐบาลจะดูแลประชาชนด้านสวัสดิการโดยจ่ายเงินผ่านช่องทางพร้อมเพย์ด้วย ทำให้ประชาชนได้รับเงินรวดเร็วและทั่วถึง (National e-Payment, 2559)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามี การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของภาครัฐ เช่น แอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ แต่ยังไม่ครอบคลุมเกี่ยวกับระบบการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่รัฐเป็นผู้ให้บริการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานระบบการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีหน่วยงานรัฐเป็นผู้ให้บริการ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความความตั้งใจในการใช้งานระบบพร้อมเพย์ ประกอบด้วย ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลทางสังคม อิทธิพลของสื่อ และความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์ ผ่านความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์ผ่านการรับรู้ความเสี่ยง

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตสามารถสรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาได้ดังนี้

ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) เป็นตัวชี้วัดความรู้สึกทางจิตวิทยาเกี่ยวกับระดับแนวโน้มของการเปิดใจยอมรับและนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ (Parasuraman & Colby, 2014) ประกอบด้วย

- **การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Optimism)** หมายถึง ความเชื่อในเชิงบวกของบุคคลว่าเทคโนโลยีสามารถควบคุมได้ มีความยืดหยุ่น มีความสะดวก และมีประสิทธิภาพในการใช้งาน ที่จะส่งผลให้การทำงานในชีวิตประจำวันมีประสิทธิภาพมากขึ้น

- **ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)** หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลหนึ่งจะเป็นผู้บุกเบิกทางด้านเทคโนโลยี และเป็นคนริเริ่มการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ อีกทั้งยังเป็นผู้นำทางความคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยี
- **ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Discomfort)** หมายถึง การที่ผู้ใช้งานรู้สึกว่าตนเองขาดความสามารถในการควบคุมเทคโนโลยี รวมทั้งมีความรู้สึกว่าคุณเทคโนโลยีคุกคาม และถูกรบกวนงาโดยเทคโนโลยี
- **ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัย (Insecurity)** หมายถึง ความรู้สึกที่ไม่เชื่อมั่นในความสามารถ และความถูกต้องในการทำงานของเทคโนโลยี ทำให้เกิดความกังวลถึงผลลัพธ์ในทางลบที่อาจเกิดขึ้น

ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) หมายถึง ความมั่นใจถึงคุณภาพเทคโนโลยีที่ระบบพร้อมเพียรนำมาใช้ให้บริการ ที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว และสามารถเชื่อถือได้ (Bélanger & Carter, 2008; Colesca, 2009)

ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) หมายถึง ความมั่นใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานที่กำกับดูแลบริการพร้อมเพียร โดยมีพื้นฐานจากการรับรู้ในควมมีประสิทธิภาพของหน่วยงาน มีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียงที่ดี มีมาตรฐานในการทำงาน และมีผลงานในการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (Meijer, 2014; Colesca, 2009)

ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) หมายถึง มุมมองของบุคคลต่อความเป็นธรรมที่ได้รับเกี่ยวกับสิทธิในการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงสิทธิในการปกป้องความเป็นส่วนตัวของตนเอง ในด้านของภาวะส่วนตัวของข้อมูล (Malhotra et al., 2004; Colesca, 2009)

ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) หมายถึง ความเชื่อมั่นในบริการอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาล ที่รัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบจะสามารถดูแลให้บริการด้านเทคโนโลยีมีประสิทธิภาพ ซึ่งประชาชนมีความเชื่อมั่นและคาดหวังว่าบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้จะไม่ส่งผลเสีย และรัฐบาลจะไม่กระทำในลักษณะที่เป็นอันตรายต่อประชาชนที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์นั้น จึงจะสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ประชาชนได้ (Colesca, 2009)

การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) หมายถึง การรับรู้ความเป็นไปได้ที่อาจจะเกิดการสูญเสียที่เป็นผลมาจากการตัดสินใจ หรือการรับรู้ถึงผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นตามมา หากมีการตัดสินใจเปิดเผยข้อมูลในการทำธุรกรรม (Dinev & Hart, 2006)

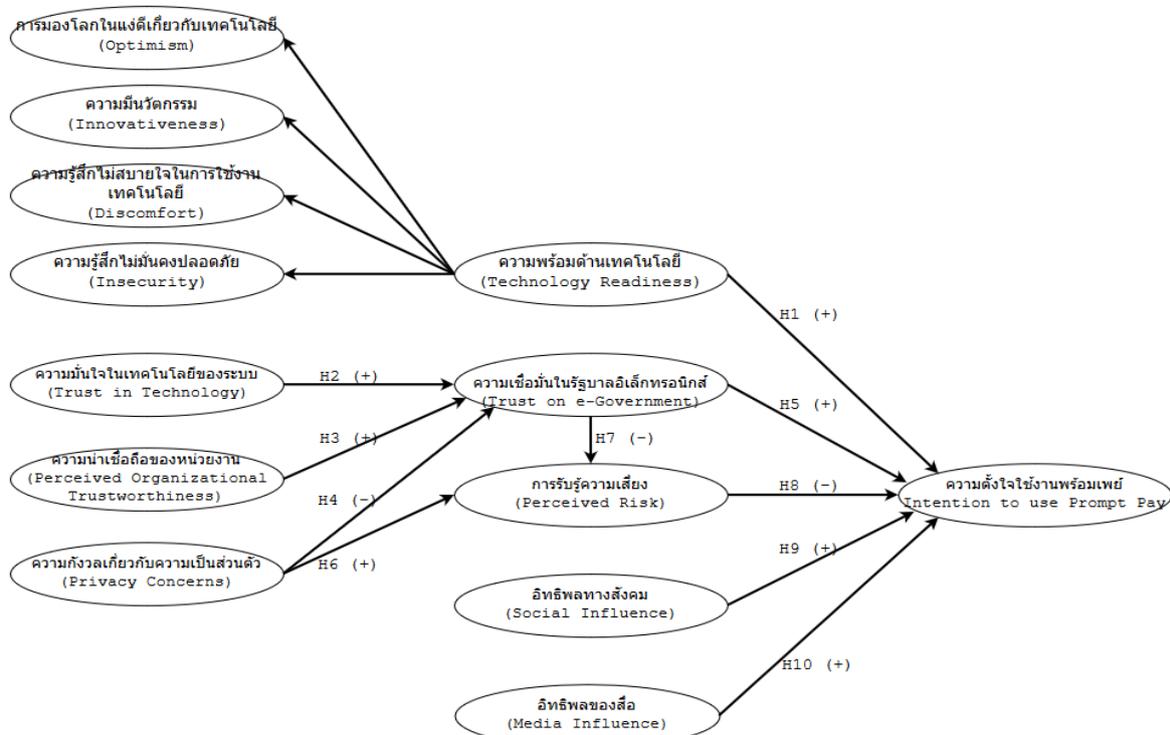
อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลอื่น (Kim et al., 2009; Hong et al., 2008)

อิทธิพลของสื่อ (Media Influence) หมายถึง การประชาสัมพันธ์ทางช่องทางต่าง ๆ เช่น ทางโทรทัศน์ วิทยุหรือเว็บไซต์ เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการรับรู้ และสนใจเกี่ยวกับบริการที่เผยแพร่ ซึ่งการเผยแพร่ข้อมูลที่ดีย่อมจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจ (Venkatesh & Brown, 2001; Hong et al., 2008)

ความตั้งใจใช้งาน (Intention to use) หมายถึง เจตนาของผู้ใช้ในการใช้งานและวางแผนที่จะใช้งานระบบพร้อมเพียร (Prompt Pay) (Chen & Li, 2010; Delone & McLean, 2003)

3. กรอบแนวคิดงานวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม จึงสามารถนำมาพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งเป็นการบูรณาการกรอบแนวคิดจากงานวิจัยในอดีตที่ได้รับอิทธิพลมาจากตัวแปร ซึ่งประกอบด้วย แนวความคิดความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลทางสังคมและอิทธิพลของสื่อ โดยแสดงเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์

ความพร้อมทางเทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วยการมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยีในแง่ดี ความสนใจนวัตกรรมเทคโนโลยี ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้งานเทคโนโลยี และความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ถูกพัฒนามาเพื่อวัดระดับความพร้อมของบุคคลสำหรับความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ว่ามีแนวโน้มที่จะใช้หรือไม่ใช้ หรือตั้งใจจะใช้แต่ก็กังวลถึงผลลัพธ์ที่อาจจะตามมา (Parasuraman & Colby, 2014) จากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่าความพร้อมด้านเทคโนโลยีนั้นส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Elliott et al., 2013) สอดคล้องกับผลงานวิจัยเทคโนโลยี self-service ซึ่งพบว่าความพร้อมด้านเทคโนโลยีนั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยีเช่นกัน (Lin & Hsieh, 2007)

สมมติฐานที่ 1 (H1): ความพร้อมด้านเทคโนโลยีส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน

การจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อเทคโนโลยีของภาครัฐได้นั้น เกิดจากการที่ประชาชนสามารถรับรู้ได้ว่าหน่วยงานของรัฐที่ให้บริการนั้นมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งความเชื่อมั่นของประชาชนจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ บริการของภาครัฐนั้น ถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถให้บริการการธุรกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Bélanger & Carter, 2008) สอดคล้องกับงานวิจัยที่บอกถึง การที่ระบบสามารถให้บริการได้ตลอดเวลา นั้น จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่น (Schlosser,

White & Lloyd, 2006) นอกจากนี้ภาครัฐยังต้องทำให้ประชาชนให้ความไว้วางใจ ด้วยการบำรุงรักษาข้อมูลในระบบบริการของรัฐว่าสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ (Wang, 2008) ซึ่งความเชื่อมั่นต่อระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพนั้น จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับภาครัฐที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ กับประชาชน (Colesca, 2009)

สมมติฐานที่ 2 (H2): ความมั่นใจในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของหน่วยงานส่งผลทางบวกต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

การที่หน่วยงานของรัฐมีภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงที่ดี ส่งผลให้ประชาชนเกิดการยอมรับในชื่อเสียงและเชื่อมั่นในการให้บริการของหน่วยงาน ซึ่งพบว่าภาครัฐที่มีการดำเนินงานบริการที่ดี ทำให้ประชาชนเชื่อถือและยอมรับ (Ristig, 2009) รวมทั้งการที่ประชาชนนั้นจะยอมรับ และเชื่อมั่นในบริการใหม่ ๆ ที่รัฐบาลมีส่วนร่วมในการให้บริการนั้น มีส่วนมาจากการที่ประชาชนไว้วางใจในหน่วยงานของภาครัฐ รวมทั้งส่งผลไปถึงความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ด้วย (Colesca, 2009)

สมมติฐานที่ 3 (H3): ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานส่งผลทางบวกต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

ความกังวลเกี่ยวกับภาวะความเป็นส่วนตัวนั้น เป็นผลมาจากการที่ประชาชนไม่สามารถควบคุมให้การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นถูกจำกัดการใช้ข้อมูลได้ ดังนั้นความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวจึงส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการโดยภาครัฐ เพราะประชาชนไม่สามารถควบคุมได้ (Colesca, 2009) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานนั้นมีความกังวลเกี่ยวกับวิธีการนำข้อมูลไปใช้และการเข้าถึงข้อมูลจากบุคคลที่สามโดยไม่ได้รับการอนุญาต (Milne, 2000)

สมมติฐานที่ 4 (H4): ความกังวลเกี่ยวกับภาวะความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ คือ ภาพลักษณ์ของรัฐบาลในเรื่องการให้บริการเกี่ยวกับเทคโนโลยี การทำธุรกรรม และระบบการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ของภาครัฐ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาการใช้งานระบบการให้บริการข้อมูลของภาครัฐ โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัย 2 ตัวด้วยกันคือ กระบวนการเทคโนโลยีที่สามารถให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการด้านข้อมูลกับประชาชน และนโยบายของรัฐบาลด้านเทคโนโลยีที่ประชาชนรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยในการใช้งานระบบการให้บริการภาครัฐ พบว่าปัจจัยทั้งสองตัวเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนเกิดความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Avgerou, 2006) รวมทั้งงานวิจัย ที่บ่งชี้ว่าประชาชนที่มีความเชื่อมั่นต่อรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ จะส่งผลให้เกิดการใช้งานบริการด้านเทคโนโลยีของรัฐบาล (Colesca, 2009)

สมมติฐานที่ 5 (H5): ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน

การรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ความเป็นไปได้ที่อาจจะเกิดความสูญเสีย ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความกังวลเกี่ยวกับภาวะส่วนตัว (Dinev & Hart, 2006) จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการทำธุรกรรมออนไลน์นั้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความกังวลเกี่ยวกับภาวะส่วนตัวได้อย่างชัดเจน (Dinev et al., 2006)

สมมติฐานที่ 6 (H6): ความกังวลเกี่ยวกับภาวะส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยง

ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ เกิดมาจากความไว้วางใจของประชาชน ซึ่งเมื่อประชาชนนั้นมีความไว้วางใจในรัฐบาล จะส่งผลให้ความกังวลที่เกิดจากการรับรู้ว่าจะเกิดผลกระทบทางลบต่อตัวเองนั้นลดน้อยลง สอดคล้องกับผลการศึกษาเกี่ยวกับความกังวลเกี่ยวกับภาวะส่วนตัวของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่ความเชื่อมั่นนั้นส่งผลทางลบต่อการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้งานทางอินเทอร์เน็ต (Malhotra et al., 2004)

สมมติฐานที่ 7 (H7): ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางลบต่อการรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบ เพราะเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีความเป็นไปได้ที่จะเกิดความผิดพลาดและส่งผลเสียที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจใช้งานระบบ หรือการรับรู้ถึงผลเสียที่จะเกิดตามมาจากหากข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผย สอดคล้องกับผลการศึกษาผลกระทบของความเสี่ยงและสิ่งจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการยินยอมเปิดเผยข้อมูลผ่านการทำธุรกรรมออนไลน์โดยพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงนั้นเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ผู้ทำธุรกรรมออนไลน์ใช้ในการตัดสินใจที่จะเปิดเผยข้อมูล (Dinev & Hart, 2006) รวมทั้งงานวิจัยที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการยินยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงที่มากขึ้นนั้นจะทำให้มีการยินยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลลดลง (Malhotra et al., 2004)

สมมติฐานที่ 8 (H8): การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจใช้งาน

อิทธิพลทางสังคมนั้นเกิดจากการที่มนุษย์อยู่ร่วมกันเป็นสังคม เมื่อบุคคลได้รับรู้ และเข้าใจถึงพฤติกรรม รวมทั้งเห็นดีเห็นงามด้วยและไม่มีการต่อต้านจากกลุ่มบุคคลหรือสังคมที่มีอิทธิพลต่อตนเอง จะส่งผลให้บุคคลนั้นกระทำพฤติกรรมที่เหมือนกัน หรือมีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้นๆ สอดคล้องกับงานวิจัย ที่ศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์ไร้สาย โดยอธิบายความสัมพันธ์ของอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อความเชื่อของบุคคลว่าหากคนรอบตัว เช่น เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลในครอบครัวเห็นด้วยกับตนที่จะใช้บริการข้อมูลผ่านอุปกรณ์ไร้สายจะส่งผลให้ผู้ใช้เชื่อมั่นได้ว่าการใช้บริการนั้นจะก่อให้เกิดประโยชน์กับตนเอง (Hong et al., 2008)

สมมติฐานที่ 9 (H9): อิทธิพลทางสังคมส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน

อิทธิพลของสื่อ่นั้นสามารถทำได้โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ทางโทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ หรือทางหนังสือพิมพ์ จากงานวิจัยในอดีตพบว่าอิทธิพลของสื่อ่นั้นส่งผลในทางอ้อม ต่อความตั้งใจใช้งานอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Campbell and Keller (2003) ที่พบว่า อิทธิพลของสื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งข่าวสาร และข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ (Venkatesh & Brown, 2001)

สมมติฐานที่ 10 (H10): อิทธิพลของสื่อส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน

4. วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้จัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งในหน่วยงานภาครัฐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และบุคคลทั่วไป โดยผู้ที่ทำแบบสอบถามดังกล่าวคือ ประชาชนทั่วไปที่ใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ในปัจจุบัน และผู้ที่มีความตั้งใจจะใช้บริการพร้อมเพย์ในอนาคต จำนวน 160 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือทั้งในรูปแบบของกระดาษและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งก่อนการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว งานวิจัยนี้ได้นำแบบสอบถามที่พัฒนามาจากงานวิจัยในอดีต ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คนเพื่อวิเคราะห์แบบสอบถามเบื้องต้นและปรับปรุงข้อคำถามในแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมแล้วจึงทำการเก็บข้อมูลจริง ซึ่งสามารถเก็บได้จริง จำนวน 221 กลุ่มตัวอย่าง แล้วจึงได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาประมวลผลข้อมูลเพื่อหาค่าทางสถิติ

5. ผลการวิจัย

5.1 การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) ข้อมูลสุดโต่ง (Outliners) การกระจายแบบปกติ (Normal) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) ซึ่งจากการทดสอบพบว่า ข้อมูลไม่มีส่วนใดขาดหาย ไม่มีปัญหาด้านข้อมูลสุดโต่ง มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุและภาวะร่วมเส้นตรง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดทั้งหมด แต่อย่างไรก็ตาม มีเพียงบางตัวแปรเท่านั้นที่ไม่ได้มีการกระจายแบบปกติ แต่มีความเบ้ต่างจากเกณฑ์มาตรฐานไม่มากนัก ทางผู้วิจัยจึงยังคงใช้ข้อมูลดังกล่าววิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

5.2 การประเมินความเที่ยงและความตรงของแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้ทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้การทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ที่มีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research และได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity) ด้วยการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากกว่า 0.5 ดังแสดงค่าสถิติของแต่ละข้อคำถามที่ผ่านเกณฑ์ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน น้ำหนักองค์ประกอบ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบราค
ของตัวแปรทั้งหมด

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	น้ำหนัก องค์ประกอบ
ปัจจัย 1: ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) - การมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Optimism) (% of variance = 73.298, Cronbach's alpha = 0.816)			
ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น	4.53	0.560	0.821
ท่านคิดว่าการใช้เทคโนโลยีทำให้ท่านสามารถควบคุมชีวิตประจำวันได้มากขึ้น เช่น ท่านนำเทคโนโลยีมาช่วยจัดการตารางงาน ทำให้มีประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น	4.44	0.611	0.907
ท่านคิดว่าเทคโนโลยีช่วยให้ท่านมีอิสระในการใช้ชีวิตและทำงานได้มากขึ้น	4.42	0.639	0.838
ปัจจัย 1: ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) - ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) (% of variance = 65.321, Cronbach's alpha = 0.732)			
คนอื่น ๆ มักขอให้ท่านแนะนำเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ	3.84	0.757	0.808
ท่านมักเป็นคนแรกๆ ที่ได้ทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ	3.76	0.687	0.838
ท่านสามารถเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีได้โดยไม่ต้องขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น	3.86	0.734	0.777
ปัจจัย 1: ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) - ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) (% of variance = 62.810, Cronbach's alpha = 0.700)			
ท่านไม่สามารถควบคุมเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้เป็นไปตามที่ท่านต้องการได้	2.75	0.883	0.703
ท่านมีความรู้สึกที่ท่านถูกเทคโนโลยีคุกคาม เช่น หากท่านไม่สามารถใช้งานเทคโนโลยีได้ จะทำให้ท่านรู้สึกล้าหลังทางด้านเทคโนโลยีกว่าคนอื่น ๆ	2.58	0.887	0.872
ท่านคิดว่าท่านถูกครอบงำโดยเทคโนโลยี เช่น ท่านถูกบังคับให้ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ	2.62	0.831	0.794

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หน้าหน้าองค์ประกอบ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบราค
ของตัวแปรทั้งหมด (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	น้ำหนัก องค์ประกอบ
ปัจจัย 1: ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) - ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัย (Insecurity) (% of variance = 63.677, Cronbach's alpha = 0.712)			
เมื่อต้องทำธุรกรรม ท่านชอบที่จะติดต่อกับคนมากกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์	2.68	0.696	0.707
ท่านรู้สึกไม่มั่นใจกับการทำธุรกรรมด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มี การยืนยันเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ลายเซ็น	2.88	0.707	0.861
ท่านรู้สึกไม่ปลอดภัย เมื่อต้องทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์	2.87	0.701	0.818
ปัจจัย 2: ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) (% of variance = 86.174, Cronbach's alpha = 0.918)			
ท่านเชื่อว่าเทคโนโลยีที่สนับสนุนระบบพร้อมเพย์ เชื่อถือได้	3.71	0.850	0.942
ท่านเชื่อว่าเทคโนโลยีที่สนับสนุนระบบพร้อมเพย์ นี้มีความ ถูกต้อง และรวดเร็วในการให้บริการ	3.86	0.853	0.938
ท่านมีความมั่นใจในคุณภาพของเทคโนโลยีที่หน่วยงานของรัฐ ให้บริการระบบพร้อมเพย์	3.59	0.980	0.904
ปัจจัย 3: ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) (% of variance = 81.301, Cronbach's alpha = 0.884)			
ความมั่นใจของท่านในหน่วยงานที่กำกับดูแลระบบพร้อมเพย์ จะ เพิ่มขึ้นจากการให้บริการที่มีคุณภาพ และชื่อเสียงที่ดีของ หน่วยงาน	3.84	0.938	0.880
การมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในระบบพร้อม เพย์	3.95	0.867	0.922
ท่านมีความรู้สึกเชื่อมั่นในธนาคารแห่งประเทศไทยที่เป็นผู้กำกับ ดูแลระบบพร้อมเพย์	3.80	0.889	0.903
ปัจจัย 4: ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) (% of variance = 89.623, Cronbach's alpha = 0.961)			
ท่านคิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลของท่านอาจถูกเปิดเผยให้แก่บุคคล หรือหน่วยงาน โดยไม่ได้รับความยินยอมจากท่าน	3.46	1.121	0.943
ท่านคิดว่าอาจมีผู้ที่ไม่ได้รับอนุญาตจากรัฐ เข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของท่าน	3.46	1.081	0.957
ท่านคิดว่าข้อมูลการใช้งานระบบพร้อมเพย์ของท่านอาจจะถูก นำไปใช้แสวงหาผลประโยชน์โดยรัฐโดยไม่ได้รับอนุญาต	3.41	1.167	0.950
ข้อมูลของท่านอาจถูกขโมยขณะที่ท่านใช้บริการระบบพร้อมเพย์	3.22	1.147	0.937

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หน้าหน้าองค์ประกอบ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบราค
ของตัวแปรทั้งหมด (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	น้ำหนัก องค์ประกอบ
ปัจจัย 5: ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) (% of variance = 80.732, Cronbach's alpha = 0.881)			
ท่านมั่นใจว่าบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านใช้บริการจะไม่ส่งผลเสียต่อท่าน	3.64	0.765	0.905
ท่านคิดว่ารัฐบาลจะไม่กระทำการในลักษณะที่เป็นอันตรายต่อท่าน เมื่อท่านใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาล	3.71	0.741	0.873
ท่านมีความรู้สึกมั่นใจในการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาล	3.61	0.761	0.917
ปัจจัย 6: การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) (% of variance = 82.239, Cronbach's alpha = 0.926)			
ท่านคิดว่าการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์นั้น อาจไม่ปลอดภัย	2.84	0.968	0.841
ท่านคิดว่าข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในระบบพร้อมเพย์ อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อท่าน	2.98	0.904	0.938
ท่านคิดว่าบัญชีพร้อมเพย์ของท่าน อาจถูกนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต	2.99	1.019	0.899
ท่านคิดว่าการใช้งานระบบพร้อมเพย์ อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อท่าน	2.83	0.935	0.945
ปัจจัย 7: อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) (% of variance = 87.491, Cronbach's alpha = 0.928)			
บุคคลรอบข้างที่มีความสำคัญกับท่าน (เช่น ครอบครัว เพื่อน ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน) ใช้พร้อมเพย์	3.33	1.086	0.914
บุคคลรอบข้างที่มีความสำคัญกับท่าน คิดว่าท่านควรใช้พร้อมเพย์	3.19	1.119	0.961
บุคคลรอบข้างที่มีความสำคัญกับท่าน แนะนำท่านว่า ท่านต้องใช้พร้อมเพย์	3.08	1.138	0.930

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หน้าหน้าองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบราคของตัวแปรทั้งหมด (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	น้ำหนักองค์ประกอบ
ปัจจัย 8: อิทธิพลของสื่อ (Media Influence) (% of variance = 89.186, Cronbach's alpha = 0.939)			
ท่านเชื่อว่าการได้เห็นการโฆษณาพร้อมเพย์ทางสื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับพร้อมเพย์	3.40	0.985	0.953
ท่านเชื่อว่าการได้เห็นการโฆษณาพร้อมเพย์ทางสื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกสนใจเกี่ยวกับพร้อมเพย์	3.41	0.999	0.957
ท่านเชื่อว่าการได้เห็นการโฆษณาพร้อมเพย์ทางสื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกอยากใช้พร้อมเพย์	3.29	1.030	0.922
ปัจจัย 9: ความตั้งใจใช้งาน (Intention to use) (% of variance = 82.965, Cronbach's alpha = 0.896)			
ท่านมีความตั้งใจจะทดลองใช้พร้อมเพย์ (ภายในปีนี้)	3.91	1.080	0.941
ท่านวางแผนจะใช้พร้อมเพย์ในอนาคต (ภายในปีนี้ หรือปีหน้า)	3.91	0.989	0.894
พร้อมเพย์เป็นสิ่งที่ท่านเลือกใช้เมื่อต้องการโอนเงิน	3.77	1.123	0.896

5.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 58.10) ช่วงอายุเฉลี่ยต่ำกว่า 20 ปีขึ้นไป โดยช่วงอายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 26 – 30 ปี (ร้อยละ 39.40) มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.10) ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ รับราชการและรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 69.40) โดยมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 35.60) และส่วนมากเป็นผู้ที่เคยใช้ธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ (ร้อยละ 92.50)

5.4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

งานวิจัยนี้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยจากกรอบแนวคิดการวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical regression) ผลลัพธ์ที่ได้แสดงในภาพที่ 3 และตารางที่ 2 โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงคะแนนมาตรฐาน (Standardized Score) โดยสามารถวิเคราะห์ผลทางสถิติได้ดังนี้

5.4.1 ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) และความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) ส่งอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 60.9 ($R^2 = 0.609$) รายละเอียดของอิทธิพลแต่ละปัจจัยมีดังนี้

5.4.1.1 ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.499 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ที่กล่าวว่า ความมั่นใจในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของหน่วยงานส่งผลทางบวกต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Colesca (2009) ที่กล่าวว่าความเชื่อมั่นต่อระบบ

เทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพนั้น จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับภาครัฐที่ให้บริการด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ แก่ประชาชน

5.4.1.2 ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.280 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ที่กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของหน่วยงานส่งผลทางบวกต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Colesca (2009) และ Ristig (2009) ที่กล่าวว่า การที่ประชาชนนั้นจะยอมรับ และเชื่อมั่นในบริการใหม่ ๆ ที่รัฐบาลมีส่วนร่วมในการให้บริการนั้น มีส่วนมาจากการที่ประชาชนไว้วางใจในหน่วยงานของภาครัฐ รวมทั้งส่งผลไปถึงความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

5.4.1.3 ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.113 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 ที่กล่าวว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางลบต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Colesca (2009) และ Milne (2000) ที่กล่าวว่า การที่ประชาชนไม่สามารถควบคุมให้การใช้ข้อมูลส่วนบุคคลนั้นถูกจำกัดการใช้ข้อมูลได้ ดังนั้นความกังวลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวจึงส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการโดยภาครัฐ เพราะประชาชนไม่สามารถควบคุมได้ รวมทั้งประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับวิธีการนำข้อมูลไปใช้และการเข้าถึงข้อมูลจากบุคคลที่สามโดยไม่ได้รับการอนุญาต

5.4.2 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) และความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) ส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ความเสี่ยง โดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 55.3 ($R^2 = 0.553$) รายละเอียดของอิทธิพลแต่ละปัจจัยมีดังนี้

5.4.2.1 ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยง ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.686 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 6 ที่กล่าวว่า ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dinev and Hart (2006) และ Dinev et al. (2006) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงคือการรับรู้ความเป็นไปได้ที่อาจเกิดความสูญเสีย ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความกังวลเกี่ยวกับภาวะส่วนตัว และจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการทำธุรกรรมออนไลน์นั้นแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความกังวลเกี่ยวกับภาวะส่วนตัวได้อย่างชัดเจน

5.4.2.2 ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยง ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.119 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 7 ที่กล่าวว่า ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางลบต่อการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Malhotra et al. (2004) ที่กล่าวว่า ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ เกิดมาจากการไว้วางใจของประชาชน ซึ่งเมื่อประชาชนนั้นมีความไว้วางใจในรัฐบาล จะส่งผลให้ความกังวลที่เกิดจากการรับรู้ว่าจะเกิดผลกระทบทางลบต่อตัวเองนั้นลดน้อยลง

5.4.2.3 ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.059 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4.2.4 ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.033 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4.2.5 ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และการรับรู้ความเสี่ยง ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.013 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4.3 ความตั้งใจใช้งาน (Intention to use Prompt Pay) ผลทางสถิติแสดงให้เห็นว่า ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และอิทธิพลของสื่อ (Media Influence) ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งาน โดยมีความผันแปรของตัวแปรตามเท่ากับร้อยละ 43.8 ($R^2 = 0.438$) รายละเอียดของอิทธิพลแต่ละปัจจัยมีดังนี้

5.4.3.1 ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้งาน ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.145 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ที่กล่าวว่าความพร้อมด้านเทคโนโลยีส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman and Colby (2014), Elliott et al. (2013), Lin and Hsieh (2007) ที่กล่าวว่าบุคคลที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีนั้นมีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และความพร้อมด้านเทคโนโลยีนั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี

5.4.3.2 ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้งาน ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.235 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 5 ที่กล่าวว่าความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Avgerou (2006) และ Colesca (2009) ที่กล่าวว่า รัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ คือภาพลักษณ์ของรัฐบาลในเรื่องการให้บริการเกี่ยวกับเทคโนโลยี และระบบการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน โดยความเชื่อมั่นเกิดจาก กระทรวงเทคโนโลยีที่สามารถให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการแก่ประชาชน และนโยบายของรัฐบาลด้านเทคโนโลยีที่ประชาชนรับรู้ได้ถึงความปลอดภัยในการใช้งานระบบการให้บริการภาครัฐ จึงทำให้ประชาชนที่มีความเชื่อมั่นต่อรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ เกิดการใช้งานบริการด้านเทคโนโลยีของรัฐบาล

5.4.3.3 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้งาน ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.170 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 8 ที่กล่าวว่าการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Malhotra et al. (2004) และ Dinev and Hart (2006) ที่กล่าวว่าการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการใช้งานระบบ เพราะเมื่อผู้ใช้งาน รับรู้ว่ามีความเป็นไปได้ที่อาจเกิดความผิดพลาดและส่งผลเสียที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจใช้งานระบบ หรือการรับรู้ถึงผลเสียที่จะเกิดตามมาหากข้อมูลส่วนตัวถูกเปิดเผย ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงว่าข้อมูลส่วนบุคคลอาจถูกเปิดเผยนั้นทำให้ความตั้งใจที่จะทำธุรกรรมออนไลน์ลดลง

5.4.3.4 อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้งาน ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.258 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 9 ที่กล่าวว่าอิทธิพลทางสังคมนั้นเกิดจากการที่มนุษย์อยู่ร่วมกันเป็นสังคม เมื่อบุคคลได้รับรู้ และเข้าใจถึงพฤติกรรม รวมทั้งเห็นดีเห็นงามด้วย และไม่มีการต่อต้านจากกลุ่มบุคคลหรือสังคมที่มีอิทธิพลต่อตนเอง จะส่งผลให้บุคคลนั้นกระทำพฤติกรรมที่เหมือนกัน หรือมีแนวโน้มที่จะทำพฤติกรรมนั้นๆ

5.4.3.5 อิทธิพลของสื่อ (Media Influence) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้งาน ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.292 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 10 ที่กล่าวว่าอิทธิพลของสื่อส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Venkatesh and Brown (2001) และ Campbell and

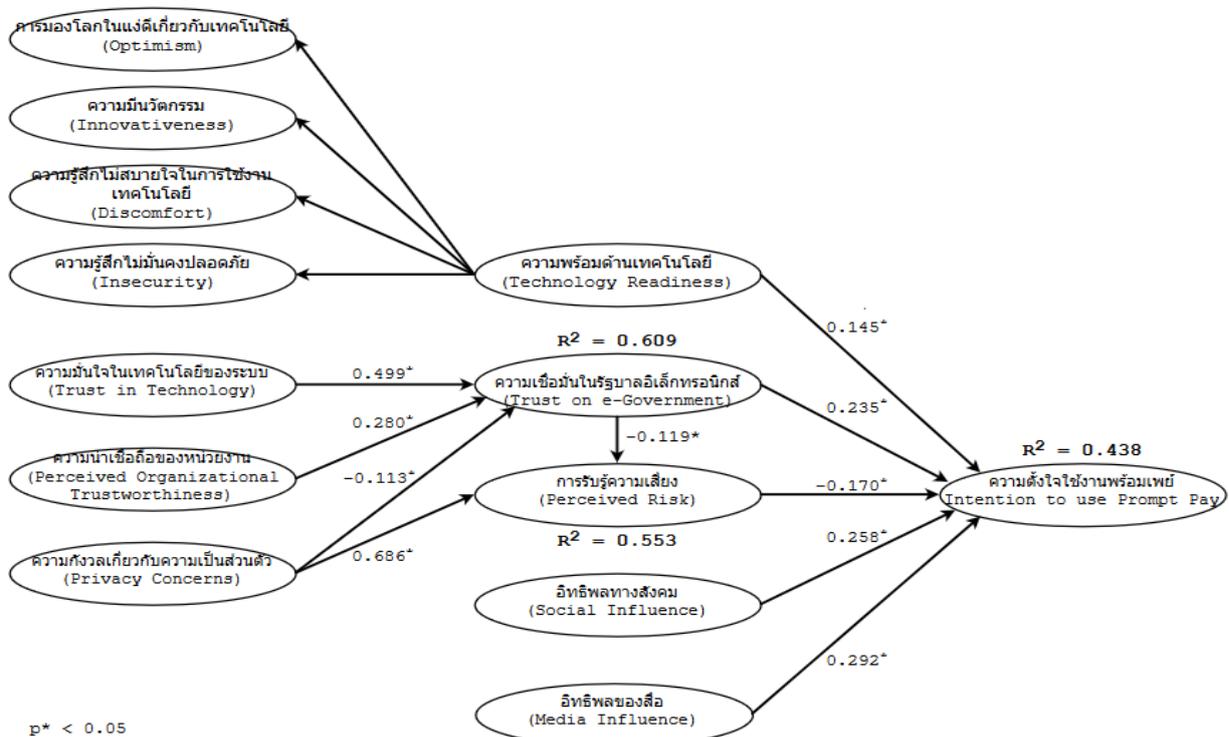
Keller (2003) ที่กล่าวว่าสื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งข่าวสาร และข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ

5.4.3.6 ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology) ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.117 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4.3.7 ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness) ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.065 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4.3.8 ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และการรับรู้ความเสี่ยง ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.143 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4.3.9 ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government) ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านการรับรู้ความเสี่ยง ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.020 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรแฝงในกรอบแนวคิดการวิจัย (แสดงเป็นคะแนนมาตรฐาน)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ							
			ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technology Readiness)	ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ (Trust in Technology)	ความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน (Perceived Organizational Trust Worthiness)	ความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns)	ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government)	การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)	อิทธิพลของสื่อ (Media Influence)
ความตั้งใจใช้งาน (Intention to use Prompt Pay)	0.438	ทางตรง	0.145*	-	-	-	0.235*	-0.170*	0.258*	0.292*
		ทางอ้อม	-	0.117*	0.065*	-0.143	0.020	-	-	-
ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (Trust on e-Government)	0.609	ทางตรง	-	0.499*	0.280*	-0.113*	-	-	-	-
		ทางอ้อม	-	-	-	-	-	-	-	-
การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)	0.553	ทางตรง	-	-	-	0.686*	-0.119*	-	-	-
		ทางอ้อม	-	-0.059	-0.033	0.013	-	-	-	-
		โดยรวม	-	-0.059	-0.033	0.699*	-0.119*	-	-	-

* p < 0.05

6. สรุปผลการวิจัย

6.1 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่าประชากรที่ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศชาย (ร้อยละ 41.9) เพศหญิง (ร้อยละ 58.1) อายุระหว่าง 21-45 ปี (ร้อยละ 89.4) ระดับการศึกษาปริญญาตรี และปริญญาโท (ร้อยละ 97.5) อาชีพรับราชการ (ร้อยละ 69.4) รายได้ต่อเดือน 10,000 – 40,000 บาท (ร้อยละ 76.3) และเคยทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ เช่น การโอนเงิน เช็คยอดเงินในบัญชี หรือจองตั๋วเครื่องบิน ด้วย แอปพลิเคชัน บน สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต เป็นต้น (ร้อยละ 92.5) โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์นั้นได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ความเสี่ยง อิทธิพลทางสังคม และอิทธิพลของสื่อ และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจาก ความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ และความน่าเชื่อถือของหน่วยงาน ซึ่งสรุปได้ว่าความตั้งใจที่จะใช้บริการพร้อมเพย์นั้นเกิดขึ้นจากประชาชนเชื่อว่าเทคโนโลยีที่สนับสนุนระบบพร้อมเพย์ มีความถูกต้อง รวดเร็ว เชื่อถือได้ และหน่วยงานที่กำกับดูแลระบบพร้อมเพย์นั้นมีชื่อเสียงที่ดี มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับทำให้ประชาชนรู้สึกมั่นใจ รวมทั้งประชาชนมีความเชื่อมั่นในบริการอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาลว่าจะไม่ทำอันตรายต่อผู้ใช้งาน ประกอบกับประชาชนนั้นได้รับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมงาน ที่สนับสนุนให้ใช้งานพร้อมเพย์ รวมถึงการได้เห็นโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ ที่กระตุ้นให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับพร้อมเพย์ด้วย

6.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการพร้อมเพย์สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปเป็นแนวทางสำหรับปรับปรุง พัฒนา และประชาสัมพันธ์แนวทางการใช้บริการพร้อมเพย์ ดังนี้

1. หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการใช้พร้อมเพย์นั้นจะนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถควบคุมชีวิตประจำวันได้มากขึ้น รวมทั้งช่วยให้มีอิสระในการใช้ชีวิตและทำงานได้มากขึ้น
2. หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องแสดงให้เห็นประชาชนเชื่อว่าเทคโนโลยีของระบบพร้อมเพย์เชื่อถือได้ มีความถูกต้อง และรวดเร็วในการให้บริการ
3. หน่วยงานที่กำกับดูแลพร้อมเพย์ต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับระบบพร้อมเพย์ เพราะผู้ใช้บริการจะเพิ่มขึ้นจากชื่อเสียงที่ดี คุณภาพ และการมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ
4. หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องลดความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของประชาชนในเรื่องของ ความกังวลที่ข้อมูลส่วนตัวอาจถูกเปิดเผย หรือถูกขโมย จากหน่วยงานหรือผู้ไม่ได้รับอนุญาต รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นว่าข้อมูลส่วนตัวจะไม่ถูกนำไปใช้แสวงหาผลประโยชน์โดยรัฐ และจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใช้ระบบพร้อมเพย์
5. หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับพร้อมเพย์ เพื่อให้เกิดความสนใจและอยากใช้งานพร้อมเพย์ และเลือกใช้บริการพร้อมเพย์เป็นทางเลือกในการโอนเงินมากขึ้น

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อเนื่อง

ทางผู้วิจัยขอเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยนี้ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 99.4 เป็นวัยทำงาน ดังนั้นการวิจัยต่อเนื่องจึงควรศึกษากลุ่มอื่นที่ไม่ใช่วัยทำงาน ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งเสริมการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนั้นอาจจะเป็นนักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มผู้สูงอายุ ที่เกษียณจากการทำงานแล้ว เป็นต้น เนื่องจากในอนาคตกลุ่มผู้สูงอายุจะมีจำนวนมากขึ้น เพราะสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2548 ประเทศไทยมีผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด แต่ในอีก 30 ปีข้างหน้า ผู้สูงอายุจะเพิ่มเป็นร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมด และกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะเข้ามาใช้บริการพร้อมเพย์มากขึ้น จึงควรศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการพร้อมเพย์

2. การวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบส่งอิทธิพลทางตรงต่อความเชื่อมั่นในรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.499 และมีความผันแปรของตัวแปรตาม (R^2) เท่ากับร้อยละ 60.9 ($R^2 = 0.609$) ซึ่งมีค่าค่อนข้างสูง จึงควรศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตระหนักถึงความความมั่นใจในเทคโนโลยีของระบบ

3. การวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยง ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.686 และมีความผันแปรของตัวแปรตาม (R^2) เท่ากับร้อยละ 55.3 ($R^2 = 0.553$) ซึ่งมีค่าค่อนข้างสูง จึงควรศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตระหนักถึงความความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว

บรรณานุกรม

- จันทร์จา วิลาศรี. (2557). การศึกษาอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภนวิวรรณ จุตระกูล. (2559). สัมภาษณ์ KBank ตอบทุกคำถาม กับการโอนเงินผ่านระบบ PromptPay / Any ID. ดึงข้อมูลวันที่ 30 ธันวาคม 2559 สืบค้นจาก <https://www.blognone.com/node/82835>.
- National e-Payment. (2559). คู่มือการประชาสัมพันธ์โครงการการให้ความรู้และส่งเสริมการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์. ดึงข้อมูลวันที่ 30 ธันวาคม 2559 สืบค้นจาก http://www.epayment.go.th/home/app/handbill_21092559.
- Avgerou, C. (2006). E-government and trust in the state: lessons from electronic tax systems in Chile and Brazil. LSE Department of Information Systems Working Paper Series 146, 30-31.
- Bélanger, F., & Carter, L. (2008). Trust and risk in e-government adoption. *The Journal of Strategic Information Systems*, 17(2), 165-176.
- Campbell, M. C., & Keller, K. L. (2003). Brand familiarity and advertising repetition effects. *Journal of Consumer Research*, 30(2), 292-304.
- Chen, S. C., & Li, S. H. (2010). Consumer adoption of e-service: Integrating technology readiness with the theory of planned behavior. *African Journal of Business Management*, 4(16), 3556-3563.
- Colesca, S. E. (2009). Increasing e-trust: A solution to minimize risk in e-government adoption. *Journal of applied quantitative methods*, 4(1), 31-44.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of informationsystems success: a ten-year update. *Journal of management information systems*, 19(4), 9-30.
- Dinev, T., Bellotto, M., Hart, P., Russo, V., Serra, I., & Colautti, C. (2006). Privacy calculus model in e-commerce – a study of Italy and the United States. *European Journal of Information Systems*, 15(4), 389-402.
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). An Extended Privacy Calculus Model for E-Commerce Transactions. *Information Systems Research*, 17(1), 61-80.
- Dinev, T., & Hart, P. (2006). Internet privacy concerns and social awareness as determinants of intention to transact. *International Journal of Electronic Commerce*, 10(2), 7-29
- Elliott, K. M., Mark C. H., & Juan, M. (2013). Consumers' Intention to Use Self-Scanning Technology: The Role of Technology Readiness and Perceptions Toward Self-Service Technology. *Academy of Marketing Studies Journal*, 17(1), 129-143.
- Hong, S. J., Thong, J. Y., Moon, J. Y., & Tam, K. Y. (2008). Understanding the behavior of mobile data services consumers. *Information Systems Frontiers*, 10(4), 431-445.

- Kim, H. b., Kim, T. T., & Shin, S. W. (2009). Modeling roles of subjective norms and eTrust in customers' acceptance of airline B2C eCommerce websites. *Tourism management*, 30(2), 266-277.
- Lin, J. S. C., & Hsieh, P. L. (2007). The influence of technology readiness on satisfaction and behavioral intentions toward self-service technologies. *Computers in Human Behavior*, 23(3), 1597-1615.
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (UIPC): The construct, the scale, and a causal model. *Information Systems Research*, 15(4), 336-355.
- Meijer, A. (2014). Comment on paper 'Transparency and trust in the European pharmaceutical sector'. *Journal of Risk Research*, 19(9), 1104-1106.
- Milne, G. R. (2000). Privacy and ethical issues in database/interactive marketing and public policy: A research framework and overview of the special issue. *Journal of Public Policy & Marketing*, 19(1), 1-6.
- Parasuraman, A., & Colby, L. C. (2014). An Updated and Streamlined Technology Readiness Index: TRI 2.0. *Journal of Service Research*, 18(1), 59-74.
- Ristig, K. (2009). The impact of perceived organizational support and trustworthiness on trust. *Management Research News*, 32(7), 659-669.
- Schlosser, A. E., White, T. B., & Lloyd, S. M. (2006). Converting web site visitors into buyers: how web site investment increases consumer trusting beliefs and online purchase intentions. *Journal of Marketing*, 70(2), 133-148.
- Venkatesh, V., & Brown, S. A. (2001). A longitudinal investigation of personal computers in homes: adoption determinants and emerging challenges. *MIS quarterly*, 25(1), 71-102.
- Wang, Y. S. (2008). Assessing e-commerce systems success: a respecification and validation of the DeLone and McLean model of IS success. *Information Systems Journal*, 18(5), 529-557.