

การรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ (PromptPay)

ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง

Perception and trust to the decision-making process the PromptPay system of the Commercial Bank in Lampang Province

ณัฐภูมิรินทร์ ตาอินบุตร (Nattapumin Ta-inbut)*

นภาพรรณ เนตรประดิษฐ์ (Napawan Netpradit)

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

อีเมลผู้แต่งหลัก : Nattapumin.ta-inbut@ktb.co.th เบอร์โทร : 080-618-2204

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการรับรู้ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง รวมทั้งศึกษาการรับรู้และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดลำปางที่ยังไม่ได้ลงทะเบียนพร้อมเพย์ จำนวน 384 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและใช้สถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Enter

ผลการศึกษาพบว่า ระดับการรับรู้ ระดับความไว้วางใจ และระดับการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปางอยู่ในระดับมาก ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปางมากที่สุดคือ ความไว้วางใจ และรองลงมาคือ การรับรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การรับรู้; ความไว้วางใจ; การตัดสินใจ; พร้อมเพย์

Abstract

This independent study aimed on analyzing levels of awareness , perception and trust affecting the decision-making process in using the Promptpay system of the Commercial Bank in Lampang Province. Data was collected by using an online questionnaire with accidental sampling. The samples were 384 customers who did not applied to use the Promptpay system. Data was analyzed by using descriptive

statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation and Inferential statistics by multiple regression analysis.

The study results that the levels of awareness, trust and decision of the customer are at high level. Whereas the Inferential statistics by multiple regression analysis revealed that there are two factors, awareness and trust , which were estimated together and the statistically significant was 0.05.

Keyword : Trust; Perception; Decision; PromptPay

บทนำ

การให้บริการของธนาคารในปัจจุบันมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการอำนวยความสะดวก มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและรวดเร็วต่อผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคสามารถย่นธนาคารมาไว้บนมือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) หรือคอมพิวเตอร์ได้ มีการพัฒนาดิจิทัลโซลูชัน (Digital Solutions) ต่าง ๆ ให้เป็นได้มากกว่าผู้ให้บริการด้านธุรกรรมการเงินเหมือนเช่นในปัจจุบัน เช่น โอนเงิน จ่ายบิล เติมนเงินและธุรกรรมทางการเงิน อื่น ๆ โดยจะเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น (ศุภนิวรรณ จูตระกูล, 2559, ออนไลน์)

พร้อมเพย์เป็นบริการทางเลือกใหม่ให้ประชาชน ธุรกิจ และหน่วยงานต่าง ๆ ใช้ในการโอนเงินและรับเงิน เป็นบริการเพิ่มจากการโอนเงินแบบเดิม ซึ่งเป็นความไว้วางใจของผู้ใช้บริการต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินที่ให้ประชาชนเลือกใช้ได้และทำให้ผู้ใช้มีความสะดวกมากขึ้น โดยมาในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) หรือเดิมใช้ชื่อว่า เอนี่ ไอดี (Any Identification : Any ID) ซึ่งก็คือ การนำเลขบัตรประจำตัวประชาชนหรือเลขโทรศัพท์มือถือ ให้เป็นบัญชีธนาคาร ซึ่ง PromptPay นั้น จะช่วยทำให้การทำธุรกรรมด้านการเงินสะดวกมาก เป็นทางเลือกในการให้บริการรับ - โอนเงินระหว่างกันแบบใหม่โดยไม่ต้องใช้เลขที่บัญชีเงินฝากธนาคาร

กระแสการลงทะเบียนพร้อมเพย์ก็มีเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่ก็ยังมีประชาชนจำนวนอีกไม่น้อยที่ยังไม่ลงทะเบียนและไม่ใช้บริการผ่านระบบพร้อมเพย์ ประชาชนจำนวนมากยังไม่แน่ใจและหรือขาดความไว้วางใจในด้านเทคโนโลยี ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง เนื่องจากจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีประชากร และมีจำนวนบัญชีออมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์เป็นอันดับที่ 3 รองจากจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย (ข้อมูล ณ วันที่ 10

กันยายน 2561)(ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้บริการพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง

ขอบเขต

การศึกษานี้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง โดยจำแนกขอบเขตได้ 4 ด้านดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง อายุระหว่าง 15 – 60 ปี และยังไม่ได้ลงทะเบียนพร้อมเพย์ จำนวน 344,601 คน (ข้อมูล ณ 31 มีนาคม 2561)(ธนาคารแห่งประเทศไทย)

3. ขอบเขตด้านเวลา

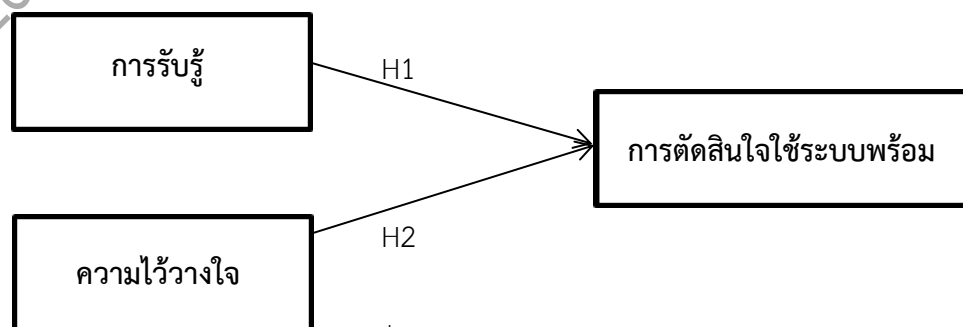
ระยะเวลาในการศึกษา เริ่มตั้งแต่ เดือน มกราคม – มิถุนายน 2561

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

กรอบความคิด/สมมติฐานการวิจัย

การรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

H₁ : การรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์

H₂ : ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเปิดบัญชีกับธนาคารใดบ้าง คำถามมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับการรับรู้ ระดับความไว้วางใจ และระดับการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้านาคาพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ตามวิธีของ บุญชม ศรีสะอาด (2553)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการพร้อมเพย์ เป็นคำถามปลายเปิด

โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ในด้านเนื้อหา ภาษา ข้อความ ความหมาย และโครงสร้าง รวมทั้งการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับสิ่งที่ต้องการศึกษา (Item Objective Congruence : IOC) โดยใช้แนวคิดการรับรู้ของ กฤษณา ศักดิ์ศรี (2530) ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้เกิดจากการใช้ประสาทสัมผัสด้วยตา เกิดจากการเห็นและรับทราบข้อมูลแล้วนำข้อมูลที่ได้ไปคิดวิเคราะห์ ความไว้วางใจของ พสุ เดชะรินทร์ (2547) ที่ได้ให้ความหมายของความไว้วางใจ หมายถึง ความไว้นั่นเชื่อใจที่เรามีต่อบุคคลอื่นว่าเขาจะปฏิบัติต่อเราด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต สามารถพึ่งพิงได้ รวมถึงการไม่เอาเปรียบเรา และมีความจริงใจต่อเรา และการตัดสินใจของ Oppenheim (1966) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจมีลำดับขั้นตอนของการตัดสินใจ โดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุป โดยตระหนักถึงปัญหาหรือสถานการณ์ พิจารณาไตร่ตรองทางเลือก เลือกทางที่มีปัญหาน้อยที่สุดบนพื้นฐานทางเลือก ยอมรับกับผลที่ตามมา โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

IOC > .50 หมายความว่า คำถามนั้นวัดตรงวัตถุประสงค์การวิจัย

IOC < .50 หมายความว่า คำถามนั้นวัดไม่ตรงวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่างเนื้อหากับสิ่งที่ต้องการศึกษา ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องรวมทั้งฉบับเป็น 0.95 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของการวิจัย (content validity) โดยการประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากนั้น นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ แล้วนำไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะวิจัย จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างจริงด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ผ่าน Open Source ชื่อ Google Forms และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ทดลองใช้ (try-out) มาทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability analysis) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (cronbach's coefficient of alpha) ตามที่ Nunnally (1978, pp. 245-246) ได้เสนอแนะไว้คือมีค่า 0.70 ขึ้นไป ซึ่งในงานวิจัย ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.886 – 0.920 และหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (discriminant power) โดยใช้เทคนิค Item total correlation ตามเกณฑ์ของของ Brenan (1972, pp. 289-303) ซึ่งควรมีค่า 0.20 ขึ้นไป และงานวิจัยนี้ได้ค่าเท่ากับ 0.621 – 0.805

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง อายุระหว่าง 15 – 60 ปี มีปัญหาคับธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง และยังไม่ได้ลงทะเบียน พร้อมเพย์ จำนวน 344,601 คน (ข้อมูล ณ เดือน มีนาคม 2561) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ที่มีอายุระหว่าง 15 – 60 ปี และยังไม่ได้ลงทะเบียนพร้อมเพย์ จำนวน 384 คนโดยวิธีการเปิดตาราง ของ Krejcie Morgan (1970) โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ความเชื่อมั่นที่ 95%

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้กระจายแบบสอบถามช่วงระหว่างวันที่ 21 พฤษภาคม – 11 มิถุนายน 2561 โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกแบบ กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Judgmental or Purposive Sampling) ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตบน Open Source ชื่อ Google Forms และส่งต่อไปยัง Facebook ในกลุ่มของผู้ใช้บริการกลุ่ม Lampang City, หน้า Page Facebook ของผู้ศึกษาและกลุ่มเพื่อนที่ทำธนาคารของผู้ศึกษา โดยได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาทั้งสิ้น 384 ชุด และนำมาสรุปผลการวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้ระบบ พร้อมเพย์ของลูกค้ายธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง โดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) นำคะแนนที่ได้

มาหาค่าเฉลี่ยและใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 หน้า 82 - 83)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

จากนั้นเป็นการวิเคราะห์การรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง โดยใช้สถิติอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Enter

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการพร้อมเพย์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ยังไม่ได้ลงทะเบียนพร้อมเพย์และยังไม่เคยใช้บริการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ จำนวน 384 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 และมีบัญชีกับธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ ระดับความไว้วางใจ และระดับการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระดับการรับรู้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมของระดับการรับรู้การใช้ระบบพร้อมเพย์ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทราบว่าการลงทะเบียนพร้อมเพย์สามารถลงได้ 2 วิธีคือ ลงทะเบียนผ่านหมายเลขบัตรประชาชนและเบอร์โทรศัพท์มือถือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.02 รองลงมาคือท่านเคยได้ยินว่าการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์จะไม่เสียค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.03 และท่านเคยได้ยินว่าการลงทะเบียนพร้อมเพย์

โดยหมายเลขบัตรประชาชนสามารถลงได้แค่ 1 บัญชีธนาคารเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.16 ตามลำดับ

ระดับความไว้วางใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมของระดับความไว้วางใจการใช้ระบบพร้อมเพย์ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านเชื่อว่าการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ทำให้เงินไปถึงผู้รับโดยปลอดภัย ครบถ้วนและสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 รองลงมาคือท่านเชื่อว่าธนาคารมีหน้าที่คอยดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าที่ใช้บริการพร้อมเพย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 และท่านเชื่อว่าเมื่อลงทะเบียนพร้อมเพย์แล้วจะได้รับสิทธิคืนภาษีเร็วกว่าผู้ที่ไม่ลงทะเบียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.09 ตามลำดับ

ระดับการตัดสินใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมของระดับการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านเลือกใช้ระบบพร้อมเพย์โดยพิจารณาจากประโยชน์ที่ท่านได้รับมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 รองลงมาคือท่านเลือกใช้ระบบพร้อมเพย์โดยพิจารณาจากข้อมูลที่ได้รับและจากการสอบถามจากผู้ใช้งานจริง และท่านเลือกใช้ระบบพร้อมเพย์เมื่อพิจารณาแล้วว่าการโอนเงินเป็นเรื่องที่ง่าย แคมีเบอร์โทรศัพท์ของผู้รับโอนก็สามารถโอนเงินไปยังผู้รับโอนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 และ 0.94 และท่านเลือกใช้ระบบพร้อมเพย์และยอมรับความเสี่ยงหากเกิดปัญหาในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นโดยรวมของการรับรู้ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับการรับรู้/ ความไว้วางใจ/ การตัดสินใจ
1. การรับรู้การใช้ระบบพร้อมเพย์	3.91	0.80	มาก
2. ความไว้วางใจการใช้ระบบพร้อมเพย์	3.69	0.77	มาก
3. การตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์	3.95	0.78	มาก

พบว่าระดับความคิดเห็นโดยรวมด้านการรับรู้การใช้ระบบพร้อมเพย์อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 ระดับความคิดเห็นด้านความไว้วางใจ

การใช้ระบบพร้อมเพย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 และด้านการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง โดยใช้สถิติอนุมานได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Enter

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์		t	p-value	Collinearity Statistics VIF
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน			
	การถดถอย	มาตรฐาน			
ค่าคงที่ (α)	0.860	0.144	5.975	0.000	
การรับรู้	0.327	0.044	7.456	0.000**	1.743
ความไว้วางใจ	0.491	0.046	10.796	0.000**	1.743
F=241.619 p=0.000 AdjR²=0.557 R²=0.559					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (multicollinearity test) โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF มีค่าเท่ากับ 1.743 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน (Lee, Chang F., John C. Lee and Alice C., 2000, p.704)

สมการ Y (การตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์) = 0.860 + 0.327 (การรับรู้) + 0.491 (ความไว้วางใจ)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แบบ Enter พบว่า ด้านความไว้วางใจมีผลต่อการยอมรับมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.491 เนื่องจากผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์เชื่อว่าการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ทำให้เงินไปถึงผู้รับโดยปลอดภัย ครอบคลุมและสมบูรณ์ รวมทั้งมีความเชื่อว่าธนาคารมีหน้าที่คอยดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าที่ใช้บริการพร้อมเพย์ และยังมีความเชื่อว่าการลงทะเบียนพร้อมเพย์สามารถยกเลิกหรือแก้ไขตามความประสงค์ของผู้ใช้บริการได้ และส่วนด้านการรับรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 0.327 เนื่องจากผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ทราบว่าลงทะเบียนพร้อมเพย์สามารถลงได้ 2 วิธีคือ ลงทะเบียนผ่านหมายเลขบัตรประชาชน และเบอร์โทรศัพท์มือถือ รวมทั้งทราบว่าโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์จะไม่เสียค่าธรรมเนียม และผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์เห็นเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ โดยสามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ได้ร้อยละ 55.90 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สัมประสิทธิ์การถดถอย	t	p-value	สรุปผล
H1 : การรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์	0.327	7.456**	0.000**	สนับสนุน
H2 : ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์	0.491	10.796**	0.000**	สนับสนุน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.327 และค่า t เท่ากับ 7.456 ซึ่งสนับสนุนตามสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.491 และค่า t เท่ากับ 10.796 ซึ่งสนับสนุนตามสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้การใช้ระบบพร้อมเพย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาโดยเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ท่านทราบว่าการลงทะเบียนพร้อมเพย์สามารถลงได้ 2 วิธีคือ ลงทะเบียนผ่านหมายเลขบัตรประชาชน และเบอร์โทรศัพท์มือถือ ทราบว่าการโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์จะไม่เสียค่าธรรมเนียม เห็นเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ กฤษณา ศักดิ์ศรี (2530) ที่ได้กล่าวว่าการรับรู้เกิดจากการใช้ประสาทสัมผัสด้วยตา เกิดจากการเห็นและนำไปสู่การรับทราบข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้ไปคิดวิเคราะห์จนเกิดเป็นการรับรู้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัญชัยอุปะเตีย (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้ เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน และการรับรู้ว่ายางต่อการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ระดับความไว้วางใจการใช้ระบบพร้อมเพย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาโดยเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า เชื่อว่าการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ทำให้เงินไปถึงผู้รับโดยปลอดภัย ครบถ้วน และสมบูรณ์ เชื่อว่าธนาคารมีหน้าที่คอยดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าที่ใช้บริการพร้อมเพย์

เชื่อว่าการลงทะเบียนพร้อมเพย์สามารถยกเลิกหรือแก้ไขตามความประสงค์ของผู้ใช้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ พสุ เดชะรินทร์ (2547) ได้ให้ความหมายของความไว้วางใจว่า หมายถึง ความไว้นั่นเชื่อใจที่เรามีต่อบุคคลอื่นว่า เขาจะปฏิบัติต่อเราด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต สามารถพึ่งพิงได้ รวมถึงการไม่เอาเปรียบเรา มีความจริงใจ และสามารถให้ความไว้วางใจให้บุคคลนั้นปฏิบัติหน้าที่หรือทำงานแทนเราได้ โดยคิดว่าบุคคลนั้นเป็นตัวแทนของเรา เหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิดา หม่อมปลัด (2556) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความไว้วางใจ ด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับ ด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมการเงินบนมือถือ และด้านความสะดวกในการใช้งานธุรกรรมการเงินบนมือถือ

ระดับการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาโดยเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ท่านเลือกใช้ระบบพร้อมเพย์โดยพิจารณาจากประโยชน์ที่ท่านได้รับ เลือกใช้ระบบพร้อมเพย์โดยพิจารณาจากข้อมูลที่ได้รับและจากการสอบถามจากผู้ใช้งานจริง เลือกใช้ระบบพร้อมเพย์เมื่อพิจารณาแล้วว่าการโอนเงินเป็นเรื่องที่ง่ายแถมมีเบอร์โทรศัพท์ของ ซึ่งสอดคล้องกับ Oppenheim (1966) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจมีลำดับขั้นตอนของการตัดสินใจ โดยใช้หลักเหตุผลและมีกฎเกณฑ์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุป โดยตระหนักถึงปัญหาหรือสถานการณ์พิจารณาไตร่ตรองทางเลือก เลือกทางที่มีปัญหาน้อยที่สุดบนพื้นฐานทางเลือก ยอมรับกับผลที่ตามมา มีประเมินผลการตัดสินใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤทัยภัทร ท้าวอง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1 ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าธนาคารมีกระบวนการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน โดยขั้นตอนที่มีระดับการตัดสินใจมากที่สุดคือ ขั้นตอนการประเมินหลังการซื้อ รองลงมาคือ ขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการและขั้นตอนประเมินทางเลือก ตามลำดับ

ดังนั้น สรุปได้ว่า ความไว้วางใจมีผลต่อการยอมรับมากที่สุด เนื่องจากผู้บริการธนาคารพาณิชย์ เชื่อว่าการโอนเงินผ่านพร้อมเพย์ทำให้เงินไปถึงผู้รับโดยปลอดภัย ครอบคลุมและสมบูรณ์ รวมทั้งมีความเชื่อว่าธนาคารมีหน้าที่คอยดูแลรับผิดชอบต่อลูกค้าที่ใช้บริการพร้อมเพย์ และยังมีความเชื่อว่าการลงทะเบียนพร้อมเพย์สามารถยกเลิกหรือแก้ไขตามความประสงค์ของผู้ใช้บริการได้ และส่วนด้านการรับรู้ ผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ทราบว่าการลงทะเบียนพร้อมเพย์สามารถลงได้ 2 วิธีคือ ลงทะเบียนผ่านหมายเลขบัตรประชาชนและเบอร์โทรศัพท์มือถือ รวมทั้งทราบว่า การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์จะไม่เสียค่าธรรมเนียม และผู้บริการธนาคารพาณิชย์เห็นเพื่อนหรือบุคคลรอบข้างโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ โดยสามารถพยากรณ์การตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ได้ร้อยละ 55.90 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์การรับรู้ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์มีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.327 และค่า t เท่ากับ 7.456 ซึ่งสนับสนุนตามสมมติฐาน ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบพร้อมเพย์ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.491 และค่า t เท่ากับ 10.796 ซึ่งสนับสนุนตามสมมติฐาน ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรับรู้ เรื่องการลงทะเบียนพร้อมเพย์ โดยหมายเลขบัตรประชาชนสามารถลงได้แค่ 1 บัญชีธนาคารเท่านั้น น้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่าประชาชนทั่วไปยังมีการรับรู้หรือรับทราบเกี่ยวกับการลงทะเบียนพร้อมเพย์น้อย ดังนั้นธนาคารพาณิชย์ควรทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของธนาคาร หรือมีโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าอ่านที่สาขาของธนาคารเพื่อจะทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้และทราบถึงวิธีลงทะเบียนที่ถูกต้องเกี่ยวกับพร้อมเพย์

2. ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความไว้วางใจน้อย โดยเชื่อว่าเมื่อลงทะเบียนพร้อมเพย์แล้วจะได้รับสิทธิคืนภาษีเร็วกว่าผู้ที่ไม่ลงทะเบียน แสดงให้เห็นว่าลูกค้ายังไม่มีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในการลงทะเบียนพร้อมเพย์ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐหรือกรมสรรพากรควรจะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ให้มากกว่าเดิม เพื่อเป็นการให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ ไว้วางใจและลงทะเบียนพร้อมเพย์กันมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจลงทะเบียนพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดลำปาง เนื่องจากความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ และเชื่อมั่นในระบบก่อนการตัดสินใจลงทะเบียนพร้อมเพย์ ดังนั้นผู้ที่สนใจจะทำการวิจัยครั้งต่อไปควรจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจของธนาคารพาณิชย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทะเบียนพร้อมเพย์

2. ระดับการรับรู้ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทะเบียนพร้อมเพย์ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การลงทะเบียนพร้อมเพย์ด้วยหมายเลขประจำตัวประชาชนสามารถลงได้ 1 ธนาคารเท่านั้นนั้นหมายความว่าประชาชนจำนวนมากที่ยังไม่รับทราบข้อมูล และรู้ว่าจะสามารถลงทะเบียนได้แค่ 1 ธนาคารเท่านั้น อาจเกิดจากการรับรู้ข้อมูลที่ผิดหรือข้อมูลที่คลาดเคลื่อน ดังนั้นผู้ที่สนใจ

จะทำการต่อยอดงานวิจัยครั้งนี้ควรรหาศึกษาองค์ประกอบใดบ้างของการรับรู้ ที่จะส่งผลต่อการลงทะเบียนพร้อมเพย์ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์

เอกสารอ้างอิง

กฤษณา ศักดิ์ศรี. (2530). **จิตวิทยาการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: นิยมวิทยา.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). **บริการพร้อมเพย์**. สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/PromptPay> (2561, มกราคม 5)

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

พสุ เดชะรินทร์. (2547). **Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาวิดา หม่อมปลัด. (2556). **ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการต่อเทคโนโลยีการทำ**

ธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ

สาขาวิชาระบบสารสนเทศคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ฤทัยภัทร ทำว่อง. (2557). **การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน**

สมาร์ทโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1. การค้นคว้าอิสระ

สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.

ศุภนิวรรณ จุตระกูล. (2559). **อนาคตของธนาคารกับบทบาทที่เปลี่ยนไป**. สืบค้นจาก

<https://www.mangozero.com/the-future-of-mobile-banking> (2561, มกราคม 21)

สัณชัย อุปะเดย์. (2553). **ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับประสิทธิภาพของอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการ**

ตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่

กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Brenan, R. L., (1972). A generalized upper – lower item discrimination index.

Education and Psychological Measurement, pp. 289 - 303.

Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research

Activities. **Educational and Psychological Measurement**, pp. 607 - 610

Lee, Chang F., John C. Lee and Alice C. (2000). **Statistics for Business and Financial**

Economics. (2nd ed). Singapore : World Scientific, p. 704.

Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric theory** (2nd ed.). New York: McGraw-Hill,

pp. 245 - 246

Oppenheim, A. N. (1966), **Questionnaire design and attitude measurement**.

(2nd ed.). New York : Basic Book