

# ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของการทำธุรกรรมออนไลน์และประสบการณ์จาก การซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานระบบพร้อมเพย์ ของผู้บริโภคชาวไทย

ศิวะ ทิพศิลา<sup>1</sup>

ผศ. ดร.ลีลา เตี้ยงสูงเนิน<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความตั้งใจที่จะใช้งานระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคชาวไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงของการทำธุรกรรมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคชาวไทยและ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยประสบการณ์จากการซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคชาวไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และการสุ่มแบบกระจายต่อเนื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 450 คน เป็นผู้ที่ยังไม่ได้สมัครใช้งานระบบพร้อมเพย์และมีประสบการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์จำนวน 320 คนซึ่งตรงกับตัวอย่างที่ต้องการในงานวิจัยครั้งนี้ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพรรณนา ซึ่งใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วจึงทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้เทคนิคการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการศึกษาพบว่า จากค่าเฉลี่ยสามารถเรียงลำดับการรับรู้ความเสี่ยงในแต่ละด้านจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ การรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเสียเวลา การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา การรับรู้ความเสี่ยงด้านร่างกาย และการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม ตามลำดับ และยังพบว่าการรับรู้ความเสี่ยงของการทำธุรกรรมออนไลน์ที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจใช้งานระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคชาวไทย ในทางตรงกันข้ามประสบการณ์จากการซื้อสินค้าออนไลน์นั้นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ประสบการณ์จากการซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการแปรผันของความตั้งใจที่จะใช้งานระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคชาวไทย มากกว่าการรับรู้ความเสี่ยงของการทำธุรกรรมออนไลน์

## 1. บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคสมัยแห่งนวัตกรรมและเทคโนโลยี ทั่วโลกมีการคิดค้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับทุกกิจกรรมของการดำรงชีวิต ในแง่มุม

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

<sup>2</sup> ที่ปรึกษาสารนิพนธ์หลัก