



รายงานวิจัย

เรื่อง

ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ  
ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

**Variables Influencing the Acceptance of Electronic Payment for Small  
and Medium-Sized Entrepreneurs in Bangkok**

สุเมธ สันติกุล

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2562



รายงานวิจัย

เรื่อง

ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ  
ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

**Variables Influencing the Acceptance of Electronic Payment for Small  
and Medium-Sized Entrepreneurs in Bangkok**

สุเมธ สันติกุล

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2562

## คำนำ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษา “ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบลักษณะด้านประชากรศาสตร์ กับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร และทดสอบตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร จุดมุ่งหมายงานวิจัยเพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดและสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจที่จะศึกษาถึง ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้พัฒนาการศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในกรุงเทพมหานครให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเงินให้ได้ดียิ่งขึ้น

สุเมธ สันติกุล

ผู้วิจัย

พฤษภาคม 2566

## กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สอาด บรรณเจตฤทธิ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาเสียสละเวลาให้คำแนะนำเป็นอย่างดี นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนกระทั่งเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ขอขอบคุณอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านใน สาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้ให้ความช่วยเหลือที่อบอุ่น และให้คำแนะนำที่ดีอย่างเป็นกันเองเสมอมา รวมถึงขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่ช่วยประสานงาน อำนวยความสะดวกด้วยดีเสมอมา ขอขอบคุณครับ

ขอบคุณคุณพ่อ คุณแม่ น้องๆ รวมทั้งสมาชิกในครอบครัวทุกคนที่ได้ให้การสนับสนุน ส่งเสริมช่วยเหลือ พร้อมทั้งเป็นกำลังใจให้ตลอดมา

ขอบคุณ คุณพภัศรณณ์ แซ่มศักดิ์สิทธิ์ ที่เป็นกำลังใจในการทำงาน และเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต คุณพามาอยู่ในจุดที่ชีวิตดีมาก ๆ แบบที่ไม่เคยคิดขนาดนี้มาก่อน ขอขอบคุณมาก ๆ ครับ

และขอขอบคุณผู้มีส่วนช่วยเหลือทุกท่านที่มีได้เอ่ยถึงมา ณ ที่นี้ด้วย ผมโชคดีจริง ๆ ที่ได้รับการช่วยเหลือจากทุก ๆ คน ขอขอบคุณครับ

สุเมธ สันติกุล

หัวข้อวิจัย : ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก  
และขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย : สุเมธ สันติกุล

หน่วยงาน : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตบางเขน

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2565

## บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ อายุของสถานประกอบการ และรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ ส่วนผสมทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เพศหญิง มีอายุ 20-27 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคล รูปแบบของสถานประกอบการบริษัทจำกัด อายุของสถานประกอบการมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท

### ผลการศึกษาพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ อายุ อายุของสถานประกอบการ และรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ
2. ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการ กรุงเทพมหานคร

Research Title : Variables Influencing the Acceptance of Electronic Payment for  
Small and Medium-Sized Entrepreneurs in Bangkok

Name of Researchers : Sumet Santigul

Name of Institution : School of Business Administration Sripatum University,  
Bangkhen Campus

Year of Publication : B.E. 2565

### **ABSTRACT**

The purpose of this research is to study variables influencing the acceptance of electronic payment for small and medium-sized entrepreneurs in bangkok. The variable is demographic characteristics including gender, age, status, educational level, juristic person registration status, age and average annual income of the establishment, marketing mix, and external marketing environment of small and medium-sized entrepreneurs in bangkok.

Samples in this research are small and medium-sized entrepreneurs in bangkok, which is single female aged 20-27 years old, average monthly income 20,001-30,000 baht, educational level higher than bachelor's degree, juristic person registration status as limited company which establish more than 10 years, and average annual income less than or equal to 1,800,000 baht.

The results indicate that

1. Demographic characteristics influencing the acceptance of electronic payment for small and medium-sized entrepreneurs in bangkok include age, age of the establishment, and average annual income.

2. Marketing mix and external marketing environment influence the acceptance of electronic payment for small and medium-sized entrepreneurs in bangkok.

**Keywords** : Electronic Payment, Entrepreneur, Bangkok

## สารบัญ

คำนำ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
ภูมิหลัง.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
คำถามในการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
สมมติฐานการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
<b>2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>9</b>
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	9
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก.....	14
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์.....	16
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20
<b>3 ระเบียบวิธีวิจัย.....</b>	<b>21</b>
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	21

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	29
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>35</b>
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	36
ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร.....	40
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาด กลางในเขตกรุงเทพมหานคร.....	42
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร.....	43
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน.....	45
<b>5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>64</b>
สรุปผลการวิจัย.....	64
อภิปรายผลการวิจัย.....	67
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	73
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>75</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>77</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	78
ภาคผนวก ข ค่าคะแนน IOC.....	84
<b>ประวัติผู้วิจัย.....</b>	<b>88</b>



## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	37
2	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนผสมทางการตลาด ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร.....	40
3	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็น ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร.....	42
4	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร.....	43
5	แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามเพศ).....	45
6	แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามเพศ).....	46
7	แสดงค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุ).....	47
8	แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุ).....	47
9	แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่าง อายุกับการรับเงิน อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3.....	48
10	แสดงค่าความแปรปรวนของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพ).....	49
11	แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพ).....	49
12	แสดงค่าความแปรปรวนของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามระดับ การศึกษา).....	50
13	แสดงการทดสอบความแตกต่างของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามระดับการศึกษา).....	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ).....	52
15	แสดงการทดสอบความแตกต่างของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ).....	52
16	แสดงค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุของสถานประกอบการ).....	53
17	แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุ).....	54
18	แสดงค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ).....	54
19	แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ).....	56
20	แสดงการทดสอบความแตกต่างของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ).....	56
21	แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD.....	57
22	ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis.....	60
23	ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: Stepwise Method).....	61

## สารบัญภาพประกอบ

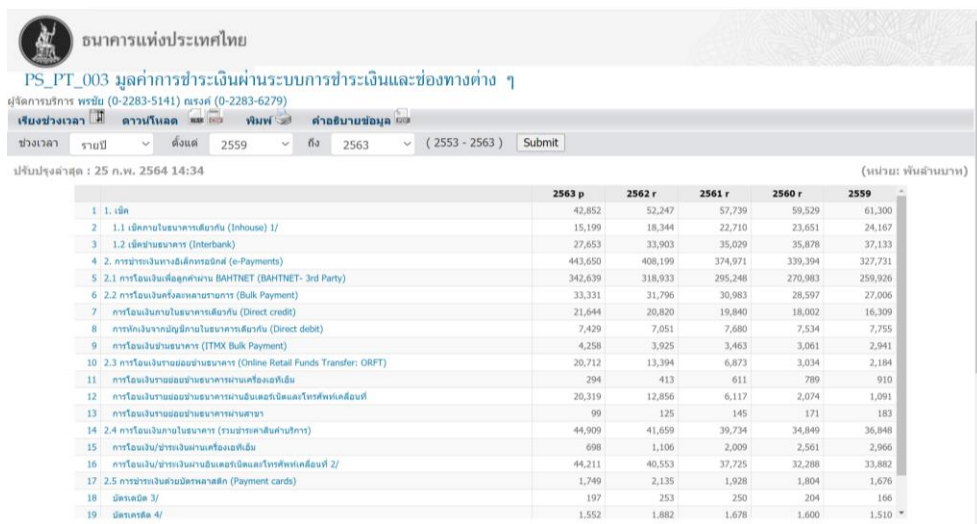
ภาพประกอบ		หน้า
1	มูลค่าการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่าง ๆ.....	1
2	จำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร.....	3
3	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	20

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

เนื่องจากในปัจจุบัน เทคโนโลยีทางการเงินทั่วโลก ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากยุคก่อนหน้าเป็นอย่างมาก หนึ่งในความเปลี่ยนแปลงทางการเงินที่สำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงจากการเงินในรูปแบบของการใช้จ่ายผ่านระบบ เงินสด (Cash) ไปสู่รูปแบบของเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) จากรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีปริมาณการใช้งานเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2563 มูลค่าการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ มีมูลค่ารวมทั้งปีอยู่ที่ 443,650 พันล้านบาท เติบโตขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 ที่มีมูลค่าการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งปีอยู่ที่ 327,713 พันล้านบาท ขึ้นมา 35.38% (ปริมาณการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่างๆ, 2564:เว็บไซต์ ธนาคารแห่งประเทศไทย [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th)) และเพราะเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องนี้เอง ทำให้ภาครัฐกิจ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่ใช้เงินสดในการจับจ่ายใช้สอย ไปสู่การใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ที่มากยิ่งขึ้น



ธนาคารแห่งประเทศไทย  
PS\_PT\_003 มูลค่าการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่าง ๆ  
ผู้จัดการบริการ พรชัย (0-2283-5141) โทรสาร (0-2283-6279)  
เรียงช่วงเวลา:            
ช่วงเวลา: รายปี ตั้งแต่ 2559 ถึง 2563 (2553 - 2563) Submit  
ปรับปรุงล่าสุด : 25 ก.พ. 2564 14:34 (หน่วย: พันล้านบาท)

	2563 p	2562 r	2561 r	2560 r	2559
1. เติบ	42,852	52,247	57,739	59,529	61,300
2 1.1 เงินภายในธนาคารสาขา (Inhouse) 1/	15,199	18,344	22,710	23,651	24,167
3 1.2 เงินข้ามธนาคาร (Interbank)	27,653	33,903	35,029	35,878	37,133
4 2. การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payments)	443,650	408,199	374,971	339,394	327,731
5 2.1 การโอนเงินผ่านธนาคาร BAHTNET (BAHTNET- 3rd Party)	342,639	318,933	295,248	270,983	259,926
6 2.2 การโอนเงินส่งต่อหลายธนาคาร (Bulk Payment)	33,331	31,796	30,983	28,597	27,006
7 การโอนเงินภายในธนาคารสาขา (Direct credit)	21,644	20,820	19,840	18,002	16,309
8 การหักเงินจากบัญชีภายในธนาคารสาขา (Direct debit)	7,429	7,051	7,680	7,534	7,755
9 การโอนเงินข้ามธนาคาร (TMX Bulk Payment)	4,258	3,925	3,463	3,061	2,941
10 2.3 การโอนเงินข้ามธนาคาร (Online Retail Funds Transfer: ORFT)	20,712	13,394	6,873	3,034	2,194
11 การโอนเงินข้ามธนาคารผ่านเคเอฟซีเอช	294	413	611	789	910
12 การโอนเงินข้ามธนาคารผ่านเคเอฟซีเอชและโทรศัพท์เคลื่อนที่	20,319	12,856	6,117	2,074	1,091
13 การโอนเงินข้ามธนาคารผ่านสาขา	99	125	145	171	183
14 2.4 การโอนเงินภายในธนาคาร (รวมสาขาตามสาขา)	44,909	41,659	39,724	34,849	36,848
15 การโอนเงิน/ชำระเงินผ่านตู้เอทีเอ็ม	698	1,106	2,009	2,561	2,966
16 การโอนเงิน/ชำระเงินผ่านเคเอฟซีเอชและโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2/	44,211	40,553	37,725	32,288	33,882
17 2.5 การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (Payment cards)	1,749	2,135	1,928	1,804	1,676
18 บัตรเครดิต 3/	197	253	250	204	166
19 บัตรเครดิต 4/	1,552	1,882	1,678	1,600	1,510

ภาพประกอบที่ 1 มูลค่าการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่าง ๆ

ที่มา : ปริมาณการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่าง ๆ

(2564 : เว็บไซต์ธนาคารแห่งประเทศไทย [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th))

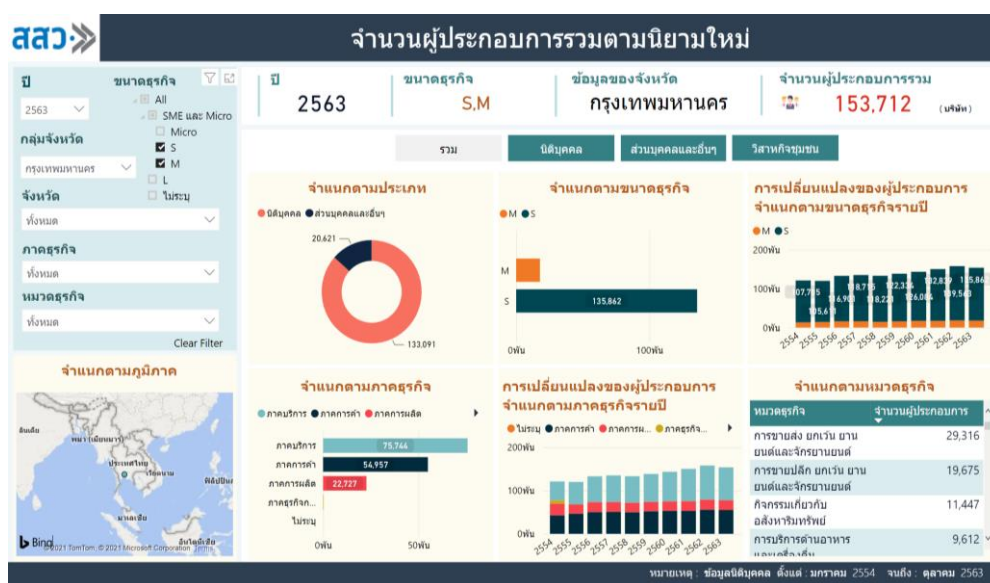
เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) คือ การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเก็บบันทึกมูลค่าเงินไว้ในชิปคอมพิวเตอร์ หรือบนบัญชีเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ให้บริการ เงินอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายนั้นมีอยู่หลากหลายประเภทให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม และความชื่นชอบของผู้ใช้บริการ อาทิเช่น บัตรเดบิต บัตรเครดิต โบนัสแบบค้ำประกัน เป็นต้น โดยเงินอิเล็กทรอนิกส์ในแต่ละประเภทนั้นจะมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกัน อาทิเช่น บัตรเดบิต ผู้ใช้บริการจะต้องจ่ายเงินล่วงหน้า หรือมีเงินอยู่ในบัญชีไว้กับผู้ให้บริการก่อนนำไปใช้ชำระเงิน หรือบัตรเครดิต เป็นบัตรที่ไม่จำเป็นต้องมีการจ่ายเงินล่วงหน้า ผู้ใช้บริการสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้า หรือค่าบริการต่าง ๆ ได้ก่อน แล้วผู้บริการค่อยชำระเงินให้กับทางสถาบันทางการเงินทีหลัง เป็นต้น ซึ่งเงินอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี ระหว่างปี พ.ศ. 2554 ถึงปี พ.ศ. 2559 อยู่ที่ 25% เนื่องจาก เงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Money) ช่วยให้ผู้ใช้สามารถจ่ายเงินค่าสินค้า หรือบริการได้สะดวกรวดเร็ว ไม่จำเป็นต้องพกเงินสดจำนวนมาก และยังสามารถโอนเงินให้กันระหว่างบัญชีได้อีกด้วย จึงตอบโจทย์ชีวิตของผู้ใช้บริการในยุคปัจจุบันที่เน้นความรวดเร็ว และคล่องตัวในการใช้ชีวิตที่มากขึ้น (ศูนย์คุ้มครองผู้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

และเนื่องจากความนิยมในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริการนั้นทำให้ผู้ประกอบการต่างต้องปรับตัวเข้ากับกระแสทางการเงินที่เปลี่ยนไป ด้วยการเพิ่มช่องทางการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้มากยิ่งขึ้นในทุกรูปแบบเท่าที่ผู้ประกอบการจะสามารถทำได้ แต่ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางนั้น ไม่ได้มีทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจที่เพียงพอเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ไม่สามารถรับชำระค่าสินค้า และค่าบริการ ผ่านช่องทางการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ครบทุกรูปแบบ หรือผู้ประกอบการบางรายอาจจะไม่สามารถรับชำระเงินผ่านช่องทางการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้เลย

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง โดยเริ่มศึกษาจากเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานคร นั้นเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย และเป็นเมืองที่มีขนาดเศรษฐกิจสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของประเทศ โดยอ้างอิงจาก GDP per Capita ของกรุงเทพมหานคร ที่มีสูงถึง 604,421 บาทต่อปี (ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. 2561, เว็บไซต์ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ : [www.nesdc.go.th](http://www.nesdc.go.th))

โดยกรุงเทพมหานครนั้นมีรายได้จากทั้งภาคธุรกิจ และภาคการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้มีการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นจำนวนมากตามไปด้วย ประกอบกับมีจำนวนผู้ประกอบการทั้งขนาดกลาง และขนาดเล็กเป็นจำนวนมากถึง 153,712 ราย

(ข้อมูลจากเว็บไซต์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : <http://www.sme.go.th/>) จึงมีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาวิจัยเพื่อใช้ต่อยอด และพัฒนาระบบเศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนาการประกอบธุรกิจให้เติบโตได้อย่างมั่นคง และยั่งยืน อีกทั้งภาครัฐยังสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยไปใช้ประกอบการพิจารณาส่งเสริมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์เพื่อผลักดันประเทศให้เข้าสู่สังคมไร้เงินสดต่อไปในอนาคต



ภาพประกอบที่ 2 จำนวนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร

ที่มา: ข้อมูลจากเว็บไซต์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : <http://www.sme.go.th/>)

### วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะด้านประชากรศาสตร์ กับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทดสอบตัวแปร ที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

### คำถามในการวิจัย

ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครมีอะไรบ้าง

### ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้พัฒนาการศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในกรุงเทพมหานครให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเงินให้ได้ดียิ่งขึ้น
2. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้พัฒนาระบบส่งเสริมผู้ประกอบการศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายการศึกษาในเรื่อง ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 148,080 ราย (ข้อมูลจากเว็บไซต์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : <http://www.sme.go.th/>)

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น และการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน และสำรองไว้ 40 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถาม (นราศรี ไวนิชกุล, 2548: 133)

$$n^2 = \frac{Z^2}{4B^2}$$

โดยที่  $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  แทน ค่าปกติมาตรฐานซึ่งขึ้นระดับความเชื่อมั่น

## B แทน ระดับความเชื่อมั่น

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ กำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 และกำหนดให้ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

ดังนั้นขนาดของตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณจึงเท่ากับ 385 คน และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ดี จึงสำรองไว้อีก 15 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มการปกครอง ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ

โดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มเขตจากกลุ่มการปกครองทั้ง 6 กลุ่มกลุ่มละ 1 เขตจะได้เขตที่เป็นเขตตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 6 เขต ได้แก่

- เขตสัมพันธวงศ์
- เขตจตุจักร
- เขตสวนหลวง
- เขตสาทร
- เขตธนบุรี
- เขตหนองแขม

2. ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากบริเวณแหล่งชุมชนต่างๆในแต่ละเขตที่ได้จากการสุ่ม โดยจะจงสถานที่ที่จะทำการเก็บข้อมูลในแต่ละเขตโดยเลือกพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง กระจายตัวอยู่ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและตรงตามความเป็นจริง

3. กำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในเขตทั้ง 6 เขตในขั้นตอนแรก ได้เขตละ 66 คนจำนวน 2 เขตและเขตละ 67 คน จำนวน 4 เขตมาทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างรวมได้จำนวนทั้งหมด 400 คน



4. ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่ได้กำหนดไว้แล้ว ให้ครบจำนวน 400 ชุด

#### ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

##### 1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

###### 1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

###### 1.2 อายุ

1.2.1 20 - 30 ปี

1.2.2 31 - 40 ปี

1.2.3 41 - 50 ปี

1.2.4 51 - 60 ปี

1.2.5 มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป

###### 1.3 สถานะภาพ

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน

1.3.3 หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

###### 1.4 ระดับการศึกษา

1.4.1 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

1.4.2 ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

###### 1.5 สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ

1.5.1 ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล

1.5.2 คณะบุคคล

1.5.3 ห้างหุ้นส่วนจำกัด

1.5.4 บริษัทจำกัด

- 1.6 อายุของสถานประกอบการ
  - 1.6.1 น้อยกว่า 1 ปี
  - 1.6.2 1 - 5 ปี
  - 1.6.3 5 - 10 ปี
  - 1.6.4 มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป
- 1.7 รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ
  - 1.7.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท
  - 1.7.2 1,800,001 บาท - 5,000,000 บาท
  - 1.7.3 5,000,001 บาท - 30,000,000 บาท
  - 1.7.4 30,000,001 บาท - 50,000,000 บาท
  - 1.7.5 50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท
  - 1.7.6 100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท
  - 1.7.7 500,000,001 บาท ขึ้นไป
2. ส่วนผสมทางการตลาด
  - 2.1 ผลิตภัณฑ์
  - 2.2 ราคา
  - 2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย
  - 2.4 การส่งเสริมการตลาด
3. สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกในการดำเนินธุรกิจ
  - 3.1 ปัจจัยทางการเมือง
  - 3.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ
  - 3.3 ปัจจัยทางสังคม
  - 3.4 ปัจจัยทางเทคโนโลยี

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย

1. การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขต

กรุงเทพมหานคร

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกมีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง** หมายถึง ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา และนิติบุคคล ที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 200 คน และมีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 200 ล้านบาท

**ส่วนผสมทางการตลาด** หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้ ทั้ง 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งองค์การทางธุรกิจจะต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

**สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกในการดำเนินธุรกิจ** หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ประกอบการหรือนักการตลาด ไม่สามารถควบคุมได้ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา โดยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งโอกาส และเป็นได้ทั้งอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

**การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์** หมายถึง การรับมูลค่าเงินที่บันทึกอยู่ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในรูปแบบบัตร (Card Based) และรูปแบบบนเครือข่าย (Network / Service Based)

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อในประเด็น ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับประชากร โดยคำว่า ประชากรศาสตร์นั้น ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Demography ซึ่งคนที้นำมาใช้ครั้งแรกคือ Achille Guillard (อาซิล กิลลาร์ด) ใช้ครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2398 โดยมีที่มาจากคำภาษากรีก 2 คำ คือ Demo ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า People และ Graphy ที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Writing Up เมื่อนำมารวมกันจึงได้ความหมายว่า การศึกษาเกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (พนิดา เทศนิยม, 2532)

คอตเลอร์ ได้กล่าวว่าโครงสร้างทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย คุณลักษณะหลายประการซึ่งองค์ประกอบด้านประชากรที่สำคัญ ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ภาษา และศาสนา เป็นต้น (P. Kotler, 2000)

องค์ประกอบด้านเพศพบว่า เพศชายและหญิง มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านการศึกษา การเข้าสู่แรงงาน อาชีพ รายได้ และคุณลักษณะอื่นๆ ทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เป็นต้น

องค์ประกอบด้านอายุของประชากร เป็นพื้นฐานของการวิเคราะห์ทางประชากรเกือบทุกด้าน เพราะอายุเป็นตัวเลขพื้นฐานที่สุดของคุณลักษณะส่วนบุคคล สัดส่วนของประชากรในแต่ละกลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีผลต่ออัตราการเกิด การตาย สมรสและย้ายถิ่นที่อยู่

องค์ประกอบด้านสถานภาพ ศึกษาถึงสถานภาพการสมรส ตลอดจนสิ้นสุดการสมรส โดย การหย่าร้างหรือม่าย การทราบถึงสัดส่วนของประชากรที่เป็น โสดหรือสมรส สามารถใช้เป็น เครื่องวัด ความแตกต่างทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมได้ในระหว่างประเทศ

องค์ประกอบด้านการศึกษา ระดับการศึกษาเป็นดัชนีแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจและ สังคมของประเทศ

องค์ประกอบด้านอาชีพ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลประกอบเพื่อเลี้ยงชีพตน และ ครอบครัว สถานะด้านอาชีพของประชากรเป็นเรื่องที่ต้องศึกษาอย่างละเอียด ทั้งนี้เพราะตัวเลขด้าน อาชีพจะแสดงถึงการมีงานทำ การว่างงาน รวมถึงสถานะด้านอาชีพเป็นองค์ประกอบอย่างสำคัญต่อ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

องค์ประกอบด้านรายได้เป็นการแสดงถึงคุณลักษณะในเชิงเศรษฐกิจของประชากรจาก การศึกษา ทำให้ทราบว่าประชากรจำนวนเท่าใดในประเทศที่ทำงานและไม่ทำงาน

บุญเลิศ เลี้ยวประไพ และจรรยา เศรษฐบุตร (2524) ได้กล่าวไว้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง วิทยาศาสตร์แห่งประชากร เป็นการศึกษาถึงวัฒนธรรมธรรมชาติทางสังคม การเมือง ปรัชญา ศีลธรรมของมนุษย์ รวมไปถึงศึกษาการกระจาย โครงสร้างและการเปลี่ยนแปลงขนาดของ ประชากร ซึ่งประชากรศาสตร์ถูกนำไปใช้ศึกษาในสาขาวิชาอื่นๆอีกด้วย ประชากรศาสตร์นั้น ประกอบด้วย สถานภาพสมรส ครอบครัว เชื้อชาติ ศาสนา สถานภาพการจ้างงาน อาชีพ และรายได้

ปณิศา มีจินดา (2553) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ เป็นการแบ่งส่วนทางการตลาดเพื่อใช้ในการ กำหนดเป้าหมายทางการตลาด โดยใช้ข้อมูลของประชากรในด้านต่างๆเป็นตัวช่วย ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ขนาดของครอบครัว และสถานภาพทางการสมรส

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) กล่าวว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นหลักเกณฑ์ ที่ถูกใช้บ่อยมากในการใช้แบ่งส่วนทางการตลาด และให้กำหนดเป้าหมายทางการตลาด ข้อมูล ทางด้านประชากรศาสตร์ที่ีจะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถ ใช้กำหนดเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกันลักษณะประชากรศาสตร์ที่ สำคัญมี ดังนี้

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่สำคัญที่ถูกใช้ในการแบ่งส่วนทางการตลาด และยังถูกใช้ในการ กำหนดเป้าหมายทางการตลาดอีกด้วย เช่น ในอดีตเพศหญิงจะเป็นเป้าหมายหลักของ เครื่องสำอางประเภทต่างๆ ทั้งน้ำหอม ครีมกันแดด ครีมทาผิว ฯลฯ แต่ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ก็จะถูกกลุ่มตลาดเพศชายมากยิ่งขึ้น หรือรองเท้าฟุตบอลที่เมื่อก่อนนี้ออกแบบมาเพื่อผู้ชายเป็นหลัก โดยเน้นสี โทนเข้ม เช่น สีดำ สีน้ำเงิน แต่ในปัจจุบันกลับมีสีให้เลือกเยอะขึ้นทั้งสีขาว สีเหลือง มีแม้กระทั่งสีชมพู และยังมีรองเท้าฟุตบอลที่ออกแบบมาสำหรับผู้หญิงอีกด้วย

2. อายุ (Age) เนื่องจากว่าอายุเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นักการตลาดจึงใช้เกณฑ์ทางด้านอายุในการแบ่งส่วนตลาด และใช้ในการกำหนดตลาดเป้าหมาย เพราะผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก็จะแตกต่างกันตามไปด้วย เช่น วัยรุ่นอายุ 17 - 27 ปี จะอ่านนิตยสาร a day แต่เมื่ออายุมากขึ้นกว่านี้ก็จะหยุดอ่าน เป็นต้น

3. สถานภาพการสมรส (Marital Status) หรือที่เรียกกันว่า “ลักษณะครอบครัว” เป็นตัวแปรที่ถูกใช้ในการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดมาโดยตลอด เพราะสถานภาพทางการสมรสมีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยจะสังเกตได้ว่าคนโสดจะซื้อยาสระผมแบบขวดเล็ก แต่ถ้ามีครอบครัวแล้วจะซื้อในขนาดที่ใหญ่ขึ้น ยิ่งถ้าอาศัยอยู่ในครอบครัวขนาดใหญ่จะซื้อยาสระผมขวดใหญ่ที่สุดเลย หรืออย่างเช่นในสมัยนี้ที่ผู้ชายโสดจะเลือกอาศัยอยู่ในคอนโด ถ้ามีครอบครัวจะอาศัยอยู่บ้าน เป็นต้น

4. รายได้ การศึกษาและอาชีพ (Income Education and Occupation) ทั้ง 3 ตัวนี้เป็นตัวแปรที่สำคัญมากในการแบ่งส่วนตลาด และเป็นตัวแปรที่นักการตลาดให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพราะถึงแม้ว่ารายได้จะหมายถึงกำลังซื้อ เป็นตัวแปรที่บ่งบอกถึงศักยภาพในการซื้อสินค้า แต่การใช้จ่ายใช้สอยต่างๆก็ไม่ได้มาจากรายได้เพียงอย่างเดียว รสนิยม “และการนำไปใช้งาน” ก็เป็นตัวแปรที่สำคัญในการซื้อของผู้บริโภค โดยที่รสนิยมและการนำไปใช้งานนั้นส่วนเกี่ยวข้องกับ “การศึกษา และอาชีพ” ดังนั้นตัวแปรทั้ง 3 ตัวนี้จึงเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญมาก ๆ ในการกำหนดการซื้อของผู้บริโภค

จากแนวคิด และทฤษฎีที่กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้นสรุปได้ว่า ประชากรศาสตร์นั้นแปลว่าศาสตร์แห่งการเรียนรู้เกี่ยวกับประชากร ซึ่งถูกนำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับศาสตร์ต่าง ๆ มากมาย รวมไปถึงการนำไปใช้ทางด้านการตลาด โดยนำมาใช้แบ่งส่วนตลาดและกำหนดเป้าหมายทางการตลาด ซึ่งผู้วิจัยจะนำลักษณะประชากรศาสตร์มาใช้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน โดยได้มีการตั้งข้อคำถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อมูลของสถานประกอบการของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครเพิ่มเข้ามาด้วย

## 2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) รวมแล้วเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาต่อยอดทางตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Carmela Milano, 2020)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หรือสินค้า เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ พัฒนา และออกแบบมาให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักในตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย สินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้า

2. ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าในรูปแบบของเงินตรา ซึ่งลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ การให้บริการ กับราคา ว่ามีความเหมาะสมกับสิ่งที่ตนต้องการ จึงมีกลไกทางการตลาดกำหนดราคาให้ถูกต้องเหมาะสม มีความยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการดึงดูดให้เกิดความสนใจ

3. สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นช่องทาง หรือสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาด หรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะต้องตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ซึ่งการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องครอบคลุม เหมาะสม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อแจ้งให้ทราบรายละเอียด ข้อมูลสินค้าที่มีความสนใจ ให้เกิดความสนใจใคร่อยากรู้ต่อสินค้า ซึ่งการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertisement) เป็นการสร้างการรับรู้ ผ่านสื่อเพื่อสร้างความตระหนักรู้ และสนใจให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จนเกิดความต้องการ

4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการนำเสนอความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์โดยผ่านสื่อหลายๆช่องทาง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ทศนคติที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการเผยแพร่วิธีการ หรือเทคนิคต่างๆ โดยเสริมเข้ากับการใช้โฆษณา ซึ่งจะช่วยในการส่งเสริมการขาย เช่น โบร์ชัวร์ แค็ตตาล็อก แผ่นพับ

4.4 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ขายไปยังลูกค้าโดยตรง ซึ่งผู้ขายสามารถรับรู้ และประเมินผลจากผิรับสารได้ทันที ทำให้พนักงานขายมีแรง อธิบาย แนะนำ และชักชวนให้ผู้ที่สนใจ เข้ามาซื้อสินค้า

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) และการตลาดเชื่อมตรง หรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising)

สมชาติ กิจยรรยง (2561, หน้า 226) ให้ความหมายของส่วนผสมทางการตลาดไว้ว่า ส่วนผสมทางการตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้า และการบริการมีการเคลื่อนย้ายสถานะจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยการแสวงหา วิเคราะห์ สํารวจ เพื่อผลักดันผลลัพธ์ทางการผลิตไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้เกิดการทดลองใช้ มีการซื้อซ้ำ ซื้อเพิ่มขึ้น และซื้อต่อเนื่องไปตามความต้องการ โดยมีรายละเอียดของส่วนประกอบดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอขายสินค้าให้เกิดความน่าสนใจ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่น ๆ หรือนำไปต่อยอดในการประกอบธุรกิจ ถึงแม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบเดียวในส่วนผสมทางการตลาด แต่ก็เป็นตัวสำคัญที่จะต้องพิจารณาในส่วนอื่น ๆ อีกทั้ง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การรับประกันผลิตภัณฑ์ และการรับประกันผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Pricing) เป็นจำนวนเงินที่ต้องชำระเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ต้องการ หรืออาจจะเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้าจะได้รับรู้ ซึ่งราคาที่คุ้มค่าจะต้องเหมาะสมกับจำนวนเงินที่จ่ายออกไป และต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้า และสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมกับธุรกิจ หรือบริษัท ซึ่งบริษัทจะไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การกำหนดราคาควรพิจารณาจากต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่ต้องการ และราคาของกลุ่มแข่งขัน ดังนั้นบริษัทควรเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคา

3. ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) เป็นช่องทางกระจายสินค้าให้ครอบคลุม และทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ซึ่งช่องทางจัดจำหน่ายเป็นการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า โดยผ่าน หรือไม่ผ่านคนกลางก็ได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขาย กับผู้บริโภค ซึ่งนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น ต่อผู้บริโภค โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์นี้ มุ่งหวังที่จะสามารถครองใจลูกค้าหรือผู้บริโภคให้สูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง หรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการชักจูง เตือนความจำของตลาดกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้า และผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อความรู้สึก จนเกิดการตัดสินใจซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 26) ยังได้ให้ความหมายของส่วนผสมทางการตลาดไว้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง ตัวกระตุ้น หรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่อาจกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค คือ ความใหม่ ความสลับซับซ้อนและคุณภาพที่คนรับรู้ได้ของ



ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และสลับ ซับซ้อนอาจต้องมีการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ถ้าเรารู้เรื่องเหล่านั้นแล้วในฐานะนักการตลาดเราควรจะเสนอทางเลือกที่ง่ายกว่า ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยเพื่อให้ผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเสาะแสวงหาทางเลือกอย่างกว้างขวางในการพิจารณา ส่วนในเรื่องของรูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค หีบห่อที่สะดุดตาอาจทำให้ ผู้บริโภคเลือกไว้เพื่อพิจารณา ประเมินเพื่อการตัดสินใจซื้อ ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าเช่นกัน

2. ราคา (Price) ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อก็ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำ นักการตลาดจึงควรคิดราคาน้อยลดต้นทุนการซื้อ หรือทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจด้วยลักษณะอื่น ๆ สำหรับการตัดสินใจอย่างกว้างขวางผู้บริโภคมักพิจารณาราคาละเอียด โดยถือเป็นอย่างหนึ่งในลักษณะทั้งหลายที่เกี่ยวข้องสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย ราคาสูงไม่ทำให้การซื้อน้อยลง นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภคซึ่งก็ติดตามด้วยการซื้อ

3. ช่องทางการจำหน่าย (Place หรือ Distribution) กลยุทธ์ของนักการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่า สินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อก็จะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอที่อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ เช่น สินค้าที่มีของแถมในร้านเสริมสวยชั้นดีในห้างสรรพสินค้าทำให้สินค้ามีชื่อเสียงมากกว่านำไปไว้บนชั้นวางของในซูเปอร์มาร์เก็ต

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไปอาจเตือนใจให้ผู้บริโภครู้ว่าเขามีปัญหา สินค้าของนักการตลาดสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้มันสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้าของกลุ่มแข่ง เมื่อได้ข่าวสารหลักการซื้อเป็นการยืนยันว่า การตัดสินใจซื้อของลูกค้าถูกต้อง

จากที่กล่าวมาจึงสามารถสรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำการตลาด และเป็นส่วนที่สำคัญการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยจึงมีการนำส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาวิจัยนี้ เพื่อศึกษาหาตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

### 3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก

นัสทยา ชุ่มบุญชู (2556: 69) กล่าวว่าสภาพแวดล้อมทางการตลาด หมายถึงสิ่งแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ และสิ่งแวดล้อมที่ควบคุมได้ ประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมภายนอก (External Factors) แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม

1.1 สิ่งแวดล้อมภายนอกระดับมหภาค ประกอบด้วย ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคมและ วัฒนธรรม การเมือง และกฎหมาย เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

1.2 สิ่งแวดล้อมภายนอกระดับจุลภาค ประกอบด้วย ลูกค้า คู่แข่ง และเทคโนโลยี

2. สิ่งแวดล้อมที่ควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมภายใน (Internal Factors) ได้แก่ ปัจจัยทางการตลาด

สาคร สุขศรีวงศ์ (2550: 60-69) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางการตลาด สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน

สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมมหภาค และสภาพแวดล้อมทางตรง

สภาพแวดล้อมมหภาค คือสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ทุกแห่งในสังคม โดยไม่ส่งผลกระทบต่อเฉพาะองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางการเมือง และกฎหมาย สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ

สภาพแวดล้อมทางตรง คือสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขั้น ผู้จัดหาปัจจัยการผลิต แรงงาน หน่วยงานของรัฐ

สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) ประกอบด้วย ระบบงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในองค์กร สิ่งอำนวยความสะดวก วัฒนธรรมองค์กร

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก เป็นปัจจัยที่ผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกสามารถเป็นดี ทั้งปัจจัยที่ช่วย ส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้เป็นอย่างดี สามารถสนับสนุนให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโตขึ้นได้ และในขณะเดียวกัน สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกก็สามารถสร้างผลกระทบในแง่ลบให้กับ ธุรกิจได้เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยจึงได้มีการนำสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก มาเป็นปัจจัยในการ ทำการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยได้เลือกใช้ปัจจัยทางด้านสังคมปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัย ทางด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี มาใช้ทำการศึกษาวิจัยตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงิน อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การรับมูลค่าเงินที่บันทึกอยู่ในสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งในรูปแบบบัตร (Card Based) และรูปแบบบนเครือข่าย (Network / Service Based)

(Kotler, อ้างถึงใน ชนวรรณ แสงสุวรรณ, 2547) กล่าวไว้ว่า การเข้ามาของระบบอิเล็กทรอนิกส์ ได้เพิ่มความสามารถให้บริษัทอย่างมหาศาลในการดำเนินธุรกิจให้รวดเร็วยิ่งขึ้น มีความแน่นอนขึ้นในช่วงเวลาและพื้นที่ที่กว้างออกไป โดยใช้ต้นทุนที่น้อยลงและด้วยความสามารถที่จัดทำตามคำสั่งและเจาะจงตัวลูกค้าได้ บริษัทต่าง ๆ จำนวนนับไม่ถ้วน ได้จัดตั้งเว็บไซต์ของตนขึ้นมา เพื่อแจ้งข่าวสารและส่งสินค้าและบริการระบบอินเทอร์เน็ตถูกสร้างขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งข่าวสารและรับข่าวสารจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัท

ปัจจุบันการบริการธนาคารออนไลน์มีบทบาทสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัยให้กับผู้ใช้บริการในการทำธุรกรรม ซึ่งอาจจะมากกว่าการเดินทางไปใช้บริการที่สาขาของธนาคาร แต่ทั้งนี้บริการดังกล่าวยังมีความเสี่ยงที่สำคัญที่ผู้บริโภคเป็นกังวล คือ การโจรกรรมข้อมูลออนไลน์ หรือที่รู้จักกันว่า Hacker ยกตัวอย่างเช่น ถ้าคุณใช้บริการของธนาคารที่เมือง Birmingham คุณก็มีความวิตกกังวลแก่กลัวว่าใครในเมืองจะมาโจรกรรม ซึ่งอาจจะมาในรูปของลูกค้ำหรือพนักงานธนาคาร แต่ทั้งนี้ถ้าคุณใช้บริการของธนาคารออนไลน์ คุณอาจจะพบว่ามิใครบางคนบนโลกนี้ที่พร้อมจะโจรกรรมทรัพย์สินของคุณ (Rob Rachwald, 2008)

จากการศึกษาวิจัยของ จิณดา แก้วแทน ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี ซึ่งได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน ซึ่งได้มีการใช้ปัจจัยทางด้าน การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการตั้งใจใช้งาน เป็นข้อคำถามสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษาวิจัย ทางผู้วิจัยได้เห็นว่า เป็นข้อคำถามที่มีคุณภาพ จึงได้มีการใช้รูปแบบของข้อคำถามในลักษณะเดียวกัน เพื่อการศึกษาวิจัยที่มีประสิทธิภาพ และสามารถต่อ ยอดจากการศึกษาวิจัยเดิมได้

#### 5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) กล่าวว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นหลักเกณฑ์ที่ถูกใช้บ่อยมากในการใช้แบ่งส่วนทางการตลาด และให้กำหนดเป้าหมายทางการตลาด ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ที่ จะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถให้กำหนดเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกันลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญมี ดังนี้

- เพศ (Sex)
- อายุ (Age)
- สถานภาพการสมรส (Marital Status)
- รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income Education and Occupation)

ซึ่งผู้วิจัย ได้มีการนำลักษณะประชากรศาสตร์ มาปรับใช้กับงานวิจัย โดยมีการประยุกต์ใช้เพื่อให้เหมาะสมกับงานวิจัยที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อ สินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีการใช้งาน E-Wallet แตกต่างกันไป

ณัฐพิมล พุทธิพนาวาศ (2550) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อธุรกิจที่จะนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และระดับรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีผลต่อสิ่งกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ให้เห็นความสะดวกรวดเร็ว ความหลากหลายในการใช้งาน ขยายสถานที่ในการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปยังที่ๆ ผู้สนใจใช้ให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีการให้ส่วนลด / แต้ม / สิทธิพิเศษจากการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ธนัญญา พุ่มอ้อม (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้าน เพศ และอายุ มีความสัมพันธ์ทางลบกับการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่ความรู้ทางการเงิน ระดับการศึกษา รายได้ สถานะภาพแรงงาน การใช้งานอินเทอร์เน็ต และที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

Churchill G.A. & Peter J.R. (1998: 22) อ้างถึงใน กัญฉนิพัทธ์ วงศ์สุเมธรัตน์ (2549: 65) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การนำเครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ร่วมกันเพื่อสร้างสรรคคุณค่าให้กับลูกค้า และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เครื่องมือหรือองค์ประกอบหลักของส่วนผสมทางการตลาดมี 4 อย่างคือ ผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2558) กล่าวไว้ว่า ส่วนผสมทางการตลาดเป็นตัวแปรทางการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งองค์กรทางธุรกิจจะต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ส่วนผสมทางการตลาดนั้นประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการ รวมถึงแนวทางการคิด ที่นักการตลาดจะต้องมุ่งเน้นเพื่อหาผลิตภัณฑ์มาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

- ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคยินดีจ่าย เพื่อแลกกับสิ่งที่ต้องการ โดยควรคำนึงถึงความพึงพอใจและความรู้สึกคุ้มค่าของผู้บริโภค

- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ภายใต้งื่อนไขทางด้านสถานที่ที่มีความเหมาะสมต่อการซื้อของผู้บริโภค

- การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้คุณประโยชน์ และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงกระตุ้นความต้องการ และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ฉัฐพงศ์ กริยาผล (2559) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการด้านการตลาด ควรวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งผลให้พนักงานเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากยิ่งขึ้น

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2558) ได้กล่าวไว้ว่า สภาพแวดล้อมทางการตลาด คือ ปัจจัยที่ผู้ประกอบการหรือนักการตลาด ไม่สามารถควบคุมได้ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา โดยปัจจัยต่างๆ เหล่านี้สามารถเป็นได้ทั้งโอกาส และเป็นได้ทั้งอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ และการประกอบกิจกรรมทางการตลาด โดยประกอบไปด้วย

- ปัจจัยทางการเมือง
- ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ
- ปัจจัยทางด้านสังคม
- ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี

อรจิรา โยมสินธุ์ (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัญหาทางกฎหมายในการทำงานและการชำระเงินผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ข้อกฎหมายที่ว่าด้วยการทำธุรกรรมทางการเงิน และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ของประเทศไทยนั้น ยังไม่ครอบคลุม ต่อการแก้ปัญหาเรื่องการควบคุมและการกำกับดูแล ผู้ให้บริการ และยังไม่เหมาะสมเพียงพอต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งส่งผลถึงการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ฉลองขวัญ บุญรักษา (2549) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการยอมรับและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อเครื่องให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อเครื่องให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์

## 6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพประกอบที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้เพื่อให้มีการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ขอบเขตของเนื้อหาของผู้วิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 148,080 ราย

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น และการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ เนื่องจากทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน และสำรองไว้ 40 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถาม (นราศรี ไวนิชกุล, 2549: 133)



$$n^2 = \frac{Z^2}{4B^2}$$

โดยที่  $n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  แทน ค่าปกติมาตรฐานซึ่งขึ้นระดับความเชื่อมั่น

$B$  แทน ระดับความเชื่อมั่น

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ กำหนดให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96 และกำหนดให้ระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16$$

ดังนั้นขนาดของตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณจึงเท่ากับ 385 คน และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรที่ดี จึงสำรวจไว้อีก 15 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 คน

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกตามการแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มการปกครอง ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนใต้ และกลุ่มกรุงธนเหนือ

โดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มเขตจากกลุ่มการปกครองทั้ง 6 กลุ่มกลุ่มละ 1 เขตจะได้เขตที่เป็นเขตตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 6 เขตได้แก่

- เขตสัมพันธวงศ์
- เขตจตุจักร
- เขตสวนหลวง
- เขตสาทร
- เขตธนบุรี
- เขตหนองแขม

2. ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากบริเวณแหล่งชุมชนต่างๆในแต่ละเขตที่ได้จากการสุ่ม โดยเจาะจงสถานที่ที่จะทำการเก็บข้อมูลในแต่ละเขตโดยเลือกพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง กระจายตัวอยู่ ซึ่งจะทำได้ข้อมูลที่หลากหลายและตรงตามความเป็นจริง

3. กำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในเขตทั้ง 6 เขตในขั้นตอนแรก ได้เขตละ 66 คนจำนวน 2 เขตและเขตละ 67 คน จำนวน 4 เขตมาทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างรวม ได้จำนวนทั้งหมด 400 คน

4. ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการแจกแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่ได้กำหนดไว้แล้ว ให้ครบจำนวน 400 ชุด

## 2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) และให้เลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุด ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Question) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ ใน มินญา โอปลอด, 2557) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่

1.1 ชาย

1.2 หญิง

ข้อ 2 อายุเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ ใน มินญา โอปลอด, 2557) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ผู้ที่สามารถจดทะเบียนนิติบุคคลเพื่อจัดตั้งบริษัทได้ คุณพินิจของเจ้าที่มีความเห็นว่า ควรมีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่บรรลุนิติภาวะแล้ว การวิจัยในครั้งนี้จึงได้ใช้หลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นเกณฑ์สำหรับการทำการวิจัย โดยแบ่งช่วยอายุได้ ดังนี้

- 20 - 30 ปี
- 31 - 40 ปี
- 41 - 50 ปี
- 50 - 60 ปี
- 61 ปี ขึ้นไป

ข้อ 3 สถานภาพเป็นคำถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ ใน มินญา โอปลอด, 2557) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดได้ ดังนี้

- โสด
- สมรส / อยู่ด้วยกัน
- หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

ข้อ 4 ระดับการศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ ใน มินญา โอปลอด, 2557) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งได้กำหนดไว้ ดังนี้

- ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี
- ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า
- สูงกว่าระดับปริญญาตรี

ข้อ 5 สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ ใน มินญา โอปลอด, 2557) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งได้กำหนดไว้ ดังนี้

- ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล
- คณะบุคคล
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด
- บริษัทจำกัด

ข้อ 6 อายุของสถานประกอบการ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ Identification Information

(พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ ใน มิณญา โอปลดอด, 2557) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งได้กำหนดไว้ ดังนี้ข้อ

- น้อยกว่า 1 ปี
- 1 - 5 ปี
- 5 - 10 ปี
- มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป

ข้อ 7 รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multichotomous Question) ซึ่งเป็นข้อมูลแบบ Identification Information (พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ ใน มิณญา โอปลดอด, 2557) อ้างอิงจาก เกณฑ์การกำหนดประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งได้กำหนดไว้ ดังนี้

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท
- 1,800,001 บาท - 5,000,000 บาท
- 5,000,001 บาท - 30,000,000 บาท
- 30,000,001 บาท - 50,000,000 บาท
- 50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท
- 100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท
- 500,000,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจำนวน 5 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 4 ระดับ คือ

- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาหาระดับคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตรคำนวณในการกำหนดความสำคัญของปัจจัย ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2538 ใน วิชชุดา ว่องเจริญพิชผล, 2554)

$$\begin{aligned}
 \text{พิสัย} &= \text{ค่าสูงสุดของข้อมูล} - \text{ค่าต่ำสุดของข้อมูล} \\
 &= 4 - 1 \\
 &= 3
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 3 / 4 \\ &= 0.75\end{aligned}$$

ซึ่งจะทำให้สามารถแสดงคะแนนเฉลี่ยได้ ดังนี้

3.26 - 4.00	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.51 - 3.25	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
1.76 - 2.50	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย
1.00 - 1.75	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบจำนวน 4 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 4 ระดับ คือ

- ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย
- ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วย
- ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาหาระดับคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตรคำนวณในการกำหนดความสำคัญของปัจจัย ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2538 ใน วิชชุดา ว่องเจริญพิชผล, 2554)

$$\begin{aligned}\text{พิสัย} &= \text{ค่าสูงสุดของข้อมูล} - \text{ค่าต่ำสุดของข้อมูล} \\ &= 4 - 1 \\ &= 3\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 3 / 4 \\ &= 0.75\end{aligned}$$

ซึ่งจะทำให้สามารถแสดงคะแนนเฉลี่ยได้ ดังนี้

3.26 - 4.00	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.51 - 3.25	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย
1.76 - 2.50	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย
1.00 - 1.75	แสดงว่า	มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกคำตอบจำนวน 8 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มี 4 ระดับ คือ

ระดับ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็น เห็นด้วย

ระดับ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็น ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เมื่อรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาหาระดับคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตรคำนวณ ในการกำหนดความสำคัญของปัจจัย ดังนี้ (กัลยา วาณิชชัชบัญชา, 2538 ใน วิชชุตา ว่องเจริญพิชผล, 2554)

$$\begin{aligned} \text{พิสัย} &= \text{ค่าสูงสุดของข้อมูล} - \text{ค่าต่ำสุดของข้อมูล} \\ &= 4 - 1 \\ &= 3 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น} \\ &= 3 / 4 \\ &= 0.75 \end{aligned}$$

ซึ่งจะทำให้สามารถแสดงคะแนนเฉลี่ยได้ ดังนี้

3.26 - 4.00 แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2.51 - 3.25 แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย

1.76 - 2.50 แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วย

1.00 - 1.75 แสดงว่า มีความคิดเห็นในระดับ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจ พื้นฐานในการวิจัย และใช้ช่วยออกแบบสอบถาม ตลอดจนช่วยให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีแหล่งที่มาของข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆ จาก ตำราเรียน หนังสือ บทความทางวิชาการ เอกสารที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูล ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ประกอบการสร้างแบบสอบถาม

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จนครบตามจำนวน โดยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

#### 4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบหมดแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาดำเนินการ ดังนี้

##### การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม โดยจะคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือมีข้อผิดพลาดออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ถูกต้อง และครบถ้วนมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึก และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆของแบบสอบถาม และใช้ทดสอบสมมติฐานต่างๆที่ได้ตั้งไว้

##### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ อายุของสถานประกอบการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ ดังต่อไปนี้

##### การทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์แบบ Independent t-test และ One Way Anova

**สมมติฐานข้อที่ 2** ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์แบบ Multiple Regression Analysis

## 5. การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ มีดังนี้

### 1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตร ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คนอื่น ๆ, 2548: 289 ใน มินญา โอปlood, 2557)

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์

f แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในข้อนั้น

n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544:33)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ  $\bar{X}$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544: 60)

$$S.D. = \frac{\sqrt{nX^2 - (\sum X^2)}}{n(n-1)}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X^2)$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง



2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ

หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 449)

$$\alpha = \frac{\overline{kCovariance} / \overline{variance}}{1+(k-1)\overline{Covariance} / \overline{variance}}$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

$K$  แทน จำนวนคำถาม

$\overline{Covariance}$  แทน ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ

$\overline{Variance}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

3.1 การทดสอบสมมติฐานทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติ t-test แบบ Independent Sample ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544: 173-174)

3.1.1 กรณีไม่ทราบค่าความแปรปรวน (Variance) ของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม และให้สมมติไว้ก่อนว่าไม่เท่ากัน ( $S_1^2 \neq S_2^2$ )

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ t มีองศาความเป็นอิสระ = df

$$V = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\left[ \frac{S_1^2/n_1}{n_1 - 1} \right] + \left[ \frac{S_2^2/n_2}{n_2 - 2} \right]}$$

เมื่อ  $t$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

$\bar{X}_1$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$\bar{X}_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$S_1^2$  แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$S_2^2$  แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$n_1$  แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

$n_2$  แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2

$V$  แทน องศาความเป็นอิสระ

3.1.2 กรณีไม่ทราบค่าความแปรปรวน (Variance) ของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม แต่ทราบค่าความแปรปรวนเท่ากัน ( $S_1^2 = S_2^2$ )

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ  $t$  มีองศาความเป็นอิสระ  $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ  $\bar{X}_i$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่  $i$  โดยที่  $i = 1, 2$

$S_p$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจาก 2 กลุ่ม

$n_i$  แทน ขนาดตัวอย่างกลุ่มที่  $i$

$S_i^2$  แทน ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่  $i$  โดยที่  $i = 1, 2$

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

3.2 สถิติการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานในด้านอายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2544:224) สูตรการวิเคราะห์สำหรับค่า F-test กรณีค่าความแปรปรวนเท่ากัน สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ	$F$	แทน	ค่าสถิติในการพิจารณา F-Distribution
	$MS_B$	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	$MS_W$	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

กำหนดให้ค่าความอิสระ (Degree of Freedom) ระหว่างกลุ่ม =  $k - 1$  ภายในกลุ่ม =  $n - k$  โดยรวมทั้งสิ้น =  $n - 1$

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown Forsythe ( $\beta$ ) ซึ่งจะถูกใช้ในกรณีที่มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ซึ่งมีสูตรดังนี้ (Hartung, 2001: 300 ใน วิชชุตตา ว่องเจริญพิชผล, 2554)

$$\beta = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่ค่า	$MS_w$	=	$\sum_{i=1}^k \left(1 - \left(1 - \frac{n}{N}\right) S_i^2\right)$
เมื่อ	$\beta$	แทน	ค่าสถิติในการพิจารณา Brown Forsythe
	$MS_B$	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	$MS_W$	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม Brown Forsythe
	$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่าง
	$N$	แทน	ขนาดของประชากร
	$S_i^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

ในกรณีที่ถ้าหากว่าผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่ม กรณีที่ค่า  $f$  นั้น มีความแตกต่างอย่างมีระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ จะต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่า คู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกัน โดยใช้วิธี LSD. ซึ่งมีสูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545:161)

$$LSD. = t_t - \frac{\alpha}{2} ; n - k \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

โดย  $n_i \neq n_j$   
 $r = n - k$

เมื่อ  $LSD.$  แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่  $i$  และ  $j$

$MSE$  แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน

$MS_W$  แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม Brown Forsythe

$k$  แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบ

$n$  แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

$\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่น

หรือสูตรวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Keppel, 1983: 153-155 ใน มินญา โอปลอก, 2557) ซึ่งมีสูตรสำหรับการคำนวณ ดังนี้

เมื่อ  $\bar{d}_D$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett Test

$\bar{q}_D$  แทน ค่าจากตาราง Critical Values of The Dunnett Test

$MS_{\frac{S}{A}}$  แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$S$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.3 สถิติ Paired t- test ใช้สำหรับทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มประชากรที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน โดยที่เป็นกลุ่มประชากรกลุ่มเดียวกัน แต่ไม่ได้รับการวัด 2 ครั้ง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 250 ใน มินญา โอปลอก, 2557)

$$t = \frac{\bar{d}}{\sigma d \sqrt{N}}$$

โดย  $\bar{d} = \frac{\sum d}{N}$

- เมื่อ  $t$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution  
 $d$  แทน ผลต่างระหว่างข้อมูลแต่ละคู่  
 $\bar{d}$  แทน ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างข้อมูลแต่ละคู่  
 $\sigma d$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลต่างระหว่างข้อมูลแต่ละคู่  
 $N$  แทน จำนวนคู่ของกลุ่มประชากร

3.4 การวิเคราะห์สมการเชิงซ้อน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) สมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงสามารถเขียนได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 302)

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + e; i = 1, 2, \dots, N$$

- เมื่อ  $Y_i$  แทน ตัวแปรตาม  
 $X$  แทน ตัวแปรอิสระ  
 $\beta_0$  แทน ค่าคงที่ของสมการถดถอย  
 $e$  แทน ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากตัวอย่างระหว่างค่าจริง  $Y$  และค่าที่ได้จากสมการ  $y$  (hat)  
 $\beta_1$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระตัวที่  $i$  ( $X$ )

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
Min	แทน	ค่าต่ำสุด (Minimum)
Max	แทน	ค่าสูงสุด (Maximum)
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t-Distribution
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
Prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน	Least Significant Difference
$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
$H_1$	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ อายุของสถานประกอบการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

**ส่วนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

**ส่วนที่ 4** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

**ส่วนที่ 5** ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ อายุของสถานประกอบการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ได้ดังนี้

**ตารางที่ 1** แสดงความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 400)		
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	130	32.5
หญิง	270	67.5
<b>อายุ</b>		
20 - 30 ปี	25	6.3
31 - 40 ปี	88	20.0
41 - 50 ปี	172	43.0
51 - 60 ปี	96	24.0
61 ปีขึ้นไป	19	4.7
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	156	39.0
สมรส/ อยู่ด้วยกัน	221	55.3
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	23	5.7
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	27	6.7
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	184	46.0
สูงกว่าปริญญาตรี	189	47.3
<b>สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ</b>		
ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล	159	39.8
คณะบุคคล	5	1.2
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	44	11.0
บริษัทจำกัด	192	48.0



ตารางที่ 1 (ต่อ)

(n = 400)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>อายุของสถานประกอบการ</b>		
น้อยกว่า 1 ปี	35	8.7
1 - 5 ปี	81	20.3
5 - 10 ปี	93	23.2
มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป	191	47.8
<b>สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ</b>		
ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล	159	39.8
คณะบุคคล	5	1.2
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	44	11.0
บริษัทจำกัด	192	48.0
<b>รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท	158	39.5
1,800,001 บาท - 5,000,000 บาท	73	18.2
5,000,001 บาท - 30,000,000 บาท	55	13.8
30,000,001 บาท - 50,000,000 บาท	4	1.0
50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท	10	2.5
100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท	27	6.8
300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท	34	8.5
500,000,001 บาท ขึ้นไป	39	9.7

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามตัวแปรดังนี้

#### เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5

### อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 - 50 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ อายุ 50 - 60 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

### สถานภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ โสด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และ หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

### ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาคือ ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 และ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

### สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด 192 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน 159 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.8 ห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 44 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 11.0 และ คณะบุคคล จำนวน 5 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

### อายุของสถานประกอบการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานประกอบการที่มีอายุมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 191 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ อายุ 5 - 10 ปี จำนวน 93 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 23.3 อายุ 1 - 5 ปี จำนวน 81 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 20.3 และ อายุน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 35 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

### รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท จำนวน 158 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อปี 1,800,001 บาท - 5,000,000 บาท จำนวน 73 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.3 รายได้เฉลี่ยต่อปี 5,000,001 บาท - 30,000,000 บาท จำนวน 55 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 13.8 รายได้เฉลี่ยต่อปี 500,000,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 39 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 9.8 รายได้เฉลี่ยต่อปี 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท จำนวน 34 คิดเป็นร้อยละ 8.5 รายได้เฉลี่ยต่อปี 100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท จำนวน 27 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 6.8 รายได้เฉลี่ยต่อปี 50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท จำนวน 10 แห่ง คิดเป็นร้อยละ

2.5 และรายได้เฉลี่ยต่อปี 30,000,001 บาท - 50,000,000 บาท จำนวน 4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 2** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

(n = 400)

ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
<b>ผลิตภัณฑ์</b>			
1. สินค้า หรือบริการของคุณสามารถรับชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ได้	4.28	1.265	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>ราคา</b>			
2. สินค้า หรือบริการของคุณ มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่ สามารถรับชำระเงินเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้	4.31	1.153	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
3. สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ มีหน้าร้าน สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้	4.08	1.359	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่าย แบบออนไลน์ ที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ การส่งเสริมการตลาด	2.82	1.458	ปานกลาง
5. สินค้า หรือบริการของคุณ มีการส่งเสริมการตลาดใน รูปแบบที่ สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้	3.95	1.231	เห็นด้วย
<b>ส่วนผสมทางการตลาดฯ โดยรวม</b>	<b>4.09</b>	<b>1.131</b>	<b>เห็นด้วยอย่างยิ่ง</b>

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม พบว่า ผลการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวม ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า

ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ข้อที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านราคา สินค้า หรือบริการของคุณ สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของคุณ สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีหน้าร้าน สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านการส่งเสริมการตลาดสินค้า หรือบริการของคุณ มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าหรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ ที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.82 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

(n = 400)

สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
<b>ปัจจัยทางการเมือง</b>			
1. สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณ รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	3.78	1.387	เห็นด้วย
<b>ปัจจัยทางเศรษฐกิจ</b>			
2. สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณ รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	4.23	1.082	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>ปัจจัยทางสังคม</b>			
3. ความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณ รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	4.40	.934	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>ปัจจัยทางเทคโนโลยี</b>			
4. การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณ รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	4.51	.788	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก โดยรวม</b>	<b>4.23</b>	<b>.902</b>	<b>เห็นด้วยอย่างยิ่ง</b>

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

### ปัจจัยทางเทคโนโลยี

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51

### ปัจจัยทางสังคม

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.40

### ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23

### ปัจจัยทางการเมือง

ผลการวิเคราะห์ พบว่า สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78

**ส่วนที่ 4** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

(n = 400)

ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
<b>การรับรู้ประโยชน์</b>			
1. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว	4.71	.602	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถรับชำระเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.72	.575	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ลดค่าใช้จ่ายในการทำ ธุรกรรมผ่านสถาบันทางการเงิน	4.60	.714	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน</b>			
4. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่เรียนรู้ได้ง่าย	4.40	.801	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง	4.36	.850	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n = 400)

ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	SD.	ระดับความคิดเห็น
6. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	4.64	.616	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การตั้งใจใช้งาน			
7. คุณจะรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปอย่างต่อเนื่อง	4.50	.755	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
8. คุณจะแนะนำผู้อื่นให้รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	4.56	.756	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.56 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

#### การรับรู้ประโยชน์

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถรับชำระเงินได้ทุกที่ทุกเวลาอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.72 รองลงมาคือ การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับความสะดวก และรวดเร็วให้ความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.71 และ การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมผ่านสถาบันทางการเงิน อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ

#### การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.64 รองลงมาคือ การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเรื่องที่เรียนรู้ได้ง่าย อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.40 และ การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.36

#### การตั้งใจใช้งาน

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตั้งใจใช้งาน คุณจะแนะนำผู้อื่นให้รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดย

มีค่าเฉลี่ย 4.54 และ คุณจะได้รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.50

### ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 1.1** ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$  ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**ตารางที่ 5** แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามเพศ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม (จำแนกตามเพศ)	Levene's Test for Equality of Variances	
	F	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	17.284	0.001

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามเพศ) สามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของประชากรทั้งสองกลุ่มแตกต่างกัน จึงใช้ค่าสถิติ Independent Sample t-test จาก Equal variances not assumed ในการทดสอบสมมติฐาน



ตารางที่ 6 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามเพศ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม	เพศ	t-test for Equality of Means for Equality of F Sig Variances				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
		การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	ชาย	4.63	0.439	1.662
	หญิง	4.54	0.630			

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามเพศ) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 1.2.** ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 7 แสดงค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม (จำแนกตามอายุ)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	8.361	4	395	0.001

จากตารางที่ 7 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ สามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม (จำแนกตามอายุ)	Statistic (a)	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	Brown-Forsythe 5.433**	4	116.068	0.001

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง อายุกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 9

**ตารางที่ 9** แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่าง อายุกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์  
โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

อายุ	$\bar{X}$	(n = 400)	
		41 - 50 ปี	61 ปี ขึ้นไป
		4.47	4.30
31-40 ปี	4.77	0.30** (0.001)	0.47* (0.015)

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

ช่วงอายุ 31 - 40 ปี กับ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่า ช่วงอายุ 41 - 50 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30

ช่วงอายุ 31 - 40 ปี กับ ช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่า ช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.47

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 1.3** ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันได้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$  ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 10 แสดงค่าความแปรปรวนของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพ)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	1.744	2	397	0.176

จากตารางที่ 10 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.176 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Anova ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพ)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	1.393	2	0.696	2.109	0.123
	ภายในกลุ่ม	131.105	397	0.330		
	รวม	132.497	399			

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Anova ในการทดสอบพบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.123 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก

( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 1.4** ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$  ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 12** แสดงค่าความแปรปรวนของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามระดับการศึกษา)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามระดับการศึกษา)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	3.730	2	397	0.025

จากตารางที่ 12 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามระดับการศึกษา)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามระดับการศึกษา)	Statistic (a)	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	Brown-Forsythe 1.502	2	63.382	0.230

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Anova ในการทดสอบพบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.230 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 1.5** ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$  ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 14 แสดงค่าความแปรปรวนของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพการจดทะเบียน นิติบุคคลของสถานประกอบการ)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	4.134	3	396	0.07

จากตารางที่ 14 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์สามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.07 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Anova ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามสถานภาพ)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	1.911	3	0.637	1.932	0.124
	ภายในกลุ่ม	130.586	396	0.330		
รวม		132.498	399			

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Anova ในการทดสอบพบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.124 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 16** ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$  : ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 16** แสดงค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุของสถานประกอบการ)

(n = 400)				
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุของสถานประกอบการ)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	16.515	3	396	0.001

จากตารางที่ 16 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามอายุ สามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe ดังตารางที่ 17



ตารางที่ 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามอายุของ สถานประกอบการ)	Statistic (a)	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	Brown-Forsythe 7.096**	3	112.645	0.001

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติ Brown-Forsythe ในการทดสอบ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ ต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ ต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงผลเปรียบเทียบรายคู่ความแตกต่างระหว่าง อายุของสถานประกอบการ

กับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

(n = 400)

อายุของสถาน ประกอบการ	$\bar{X}$		
		1 - 5 ปี	5 - 10 ปี
		4.74	4.70
มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป	4.47	-0.27** (0.002)	-0.23** (0.001)

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ระหว่างอายุของสถานประกอบการกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

ช่วงอายุของสถานประกอบการ 1 - 5 ปี กับ ช่วงของสถานประกอบการ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไปมีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุของสถานประกอบการ 1 - 5 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า ช่วงอายุของสถานประกอบการ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

ช่วงอายุของสถานประกอบการ 5 - 10 ปีกับ ช่วงของสถานประกอบการ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุของสถานประกอบการ 5 - 10 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า ช่วงอายุของสถานประกอบการ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.23

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 17 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกันสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนี้

$H_0$  : ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยจะทำการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 19 แสดงค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี  
ของสถานประกอบการ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี ของสถานประกอบการ)	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	2.019	4	395	0.091

จากตารางที่ 18 พบว่า ผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์  
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ สามารถอธิบายได้ดังนี้

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.091 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความ  
แปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เมื่อค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน  
จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Anova ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ย  
ต่อปีของสถานประกอบการ)

(n = 400)

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ (จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อปีของสถานประกอบการ)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์	ระหว่างกลุ่ม	8.024	7	1.146	3.610	0.001
	ภายในกลุ่ม	124.437	392	0.318		
<b>รวม</b>		<b>133.497</b>	<b>399</b>			

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง อายุกับการรับเงิน  
อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติ Anova ในการทดสอบ พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01  
นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาด  
เล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการแตกต่างกัน  
มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับ  
สมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน ในรายกลุ่มใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อหาค่าเฉลี่ยกลุ่มใดบ้างที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงผลเปรียบเทียบรายกลุ่มความแตกต่างระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

(n = 400)

รายได้เฉลี่ยต่อปี ของสถานประกอบการ	$\bar{X}$	300,000,001 บาท -	500,00,001 บาท
		500,000,000 บาท	ขึ้นไป
		4.91	4.34
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000บาท	4.55	-0.36** (0.001)	0.21* (0.036)
1,800,001 บาท - 5,000,000 บาท	4.50	-0.41** (0.001)	
5,000,001 บาท - 30,000,000 บาท	4.63	-0.28* (0.021)	0.29* (0.015)
50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท	4.31	-0.60* (0.03)	
100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท	4.71		0.37** (0.008)
300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท	4.91	-	0.57** (0.001)

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ กับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD



รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท มีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.60

รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 500,00,001 บาท ขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 500,00,001 บาท ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 500,00,001 บาท ขึ้นไป มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 500,00,001 บาท ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.57

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานข้อที่ 2** ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

$H_0$  : ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกไม่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

$H_1$  : ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกมีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter โดยใช้

ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานรอง  $H_1$  ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 22

**ตารางที่ 22** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	83.653	6	13.942	112.178**	0.001
Residual	48.845	393	0.124		
<b>Total</b>	<b>132.497</b>	<b>399</b>			

\*\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ดังตารางที่ 23

**ตารางที่ 23** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: Stepwise Method)

(n = 400)

ตัวแปรพยากรณ์	การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร				
	B	SE(b)	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.370	0.108		21.987**	0.001
ปัจจัยทางเทคโนโลยี (X <sub>8</sub> )	0.476	0.046	0.651	10.325**	0.001
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X <sub>3</sub> )	0.085	0.024	0.201	3.626**	0.001
ปัจจัยทางสังคม (X <sub>7</sub> )	-0.087	0.038	-0.141	-2.304**	0.022
ปัจจัยทางราคา (X <sub>2</sub> )	0.043	0.026	0.087	1.682**	0.003
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (X <sub>6</sub> )	-0.105	0.029	-0.197	-3.632**	0.001
ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด (X <sub>4</sub> )	0.086	0.031	0.183	2.766**	0.006

r = .795  
R<sup>2</sup> = .631  
Adjusted R<sup>2</sup> = .626  
SE = .3525

\*\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยทางเทคโนโลยี (X<sub>8</sub>) ปัจจัยทางช่องทางการจัดจำหน่าย (X<sub>3</sub>) ปัจจัยทางสังคม (X<sub>7</sub>) ปัจจัยทางราคา (X<sub>2</sub>) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (X<sub>6</sub>) และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด (X<sub>4</sub>) สามารถพยากรณ์ พฤติกรรมรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานรอง H<sub>1</sub> และปฏิเสธสมมติฐานหลัก H<sub>0</sub> มีอิทธิพลในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 62.60 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการปัจจัยที่ผลในการพยากรณ์พฤติกรรมกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร (Y) ได้ดังนี้



$$Y = 2.370 + 0.476 (X_8) + 0.085 (X_3) + (0.087) (X_7) + 0.043 (X_2) \\ + (0.105) (X_6) + 0.086 (X_4)$$

### ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ( $X_8$ ) ช่องทางการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) ปัจจัยทางราคา ( $X_2$ ) และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.476 0.085 0.043 0.086 และ 0.242 ตามลำดับ

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ปัจจัยทางสังคม ( $X_7$ ) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ( $X_6$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.087 และ -0.105 ตามลำดับ

ซึ่งหมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ( $X$ ) เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ( $Y$ ) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

หากมี สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ด้านปัจจัยทางเทคโนโลยี ( $X_8$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ( $Y$ ) เพิ่มขึ้น 0.476 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่

หากมี ส่วนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ( $Y$ ) เพิ่มขึ้น 0.085 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่

หากมี สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ด้านปัจจัยทางสังคม ( $X_7$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ( $Y$ ) ลดลง 0.087 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่

หากมี ส่วนผสมทางการตลาด ด้านปัจจัยทางราคา ( $X_2$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ( $Y$ ) เพิ่มขึ้น 0.043 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่

หากมี สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ ( $X_0$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร (Y) ลดลง 0.105 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่

หากมี ส่วนผสมทางการตลาด ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร (Y) เพิ่มขึ้น 0.086 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คงที่

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อต้องการทราบถึงการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเปรียบเทียบจากลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ อายุของสถานประกอบการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ อีกทั้งยังวิเคราะห์ อิทธิพลของส่วนผสมทางการตลาด สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ให้สอดคล้องกับตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลสนับสนุนวิธีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ตลอดจนนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ธุรกิจขนาดเล็กลงต่อไปได้

#### สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 20-27 ปี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคล รูปแบบของสถานประกอบการบริษัทจำกัด อายุของสถานประกอบการมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท

#### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนผสมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเห็นกับส่วนผสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งด้านราคาสินค้า หรือบริการของคุณ สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.31 ให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของคุณ สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ความสำคัญเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีหน้าร้าน

สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านการส่งเสริมการตลาดสินค้า หรือบริการของคุณ มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าหรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ ที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.82 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.23 ในด้านปัจจัยทางเทคโนโลยีพบว่า การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 ด้านปัจจัยทางสังคมพบว่า ความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 ด้าน ปัจจัยทางการเมือง สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน มีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.78

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ย 4.56 ในด้านการรับรู้ประโยชน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถรับชำระเงินได้ทุกที่ทุกเวลาอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.72 ด้านการรับรู้ประโยชน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.64 ด้านการตั้งใจใช้งาน คุณจะทำแนะนำผู้อื่นให้รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมี 4.54

### ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ อายุของสถานประกอบการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ แตกต่างกัน มี

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เพศ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร มีช่วงอายุ 31-40 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่า ช่วงอายุ 41-50 ปี และมากกว่า ช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพ กับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ แตกต่าง

กัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุของสถานประกอบการ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุของสถานประกอบการการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยช่วงอายุของสถานประกอบการ 1-5 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่า ช่วงอายุของสถานประกอบการ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และช่วงอายุของสถานประกอบการ 5-10 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่า ช่วงอายุของสถานประกอบการ มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ น้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 2 ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกมีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ( $X_8$ ) ช่องทางการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) ปัจจัยทางสังคม ( $X_7$ ) ปัจจัยทางราคา ( $X_2$ ) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ( $X_6$ ) และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ )

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่องตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นสำคัญมาอภิปรายได้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ อายุของสถานประกอบการ รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ แตกต่างกัน มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

1.1 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเหมาะสมทางธุรกิจของสถานประกอบการในแต่ละที่ ซึ่งในแต่ละสถานประกอบการก็จะพิจารณาเลือกรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามความเหมาะสมของการดำเนินในสถานประกอบการ ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครเพศหญิง หรือเพศชาย ที่จะมีสถานประกอบการที่เหมาะสมกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิวัฒน์ ชันชเขตต์ และสิงหะ นวิสุข (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนวัยทำงาน ในเขตภาคกลาง ประเทศไทย ที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครรับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรจะส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชาย และเพศหญิง อย่างควบคู่กันไป ไม่ควรที่จะส่งเสริมรับเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมุ่งเป้าไปที่เพศใดเพศหนึ่งเพียงเท่านั้น และถ้ามีการส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเป้าหมายไปที่เพศใดเพศหนึ่งอย่างชัดเจน ก็ควรที่จะค่อย ๆ ลดการส่งเสริมรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบนี้ลง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.2 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้ประกอบการที่มีอายุ 31- 40 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่า ช่วงอายุ 41 - 50 ปี และมากกว่า ช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไป เนื่องจาก ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี เป็นช่วงวัยที่มีประสบการณ์ในการทำงาน และมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาประมาณหนึ่งแล้ว สามารถปรับตัวเปิดรับรูปแบบวิธีการทำธุรกิจใหม่ ๆ รวมถึงเปิดรับรูปแบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ง่าย ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ในช่วงอายุ 41 - 50 ปี และ ช่วงอายุ 61 ปี ขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพิมล พุทธิพนาวศ (2550) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อธุรกิจที่จะนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครรับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรจะส่งเสริม

ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี มากเป็นพิเศษ เพราะเป็นช่วงอายุที่มีประสบการณ์ มีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินธุรกิจ และเป็นช่วงอายุที่ร่วมสมัย สามารถปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ง่าย ซึ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี จะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.3 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเหมาะสมทางธุรกิจของสถานประกอบการในแต่ละที่ ซึ่งในแต่ละสถานประกอบการก็จะพิจารณาเลือกรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ตามความเหมาะสมของการดำเนินในสถานประกอบการในทุก ๆ ด้าน ซึ่งไม่ได้จำกัดเฉพาะ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพ โสด สมรส หรือหย่าร้าง แต่เพียงเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ พิษชาภา ไบศรี ศึกษาเรื่องการตัดสินใจใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ e-Money (Electronic Money) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพ ที่แตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรจะส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งสถานภาพ โสด สมรส หรือหย่าร้าง อย่างควบคู่กันไป ไม่ควรที่จะส่งเสริมรับเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมุ่งเป้าไปที่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพใดสถานภาพหนึ่งเพียงเท่านั้น และถ้ามีการส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเป้าหมายไปที่สถานภาพใดสถานภาพหนึ่งอย่างชัดเจน ก็ควรที่จะค่อยๆ ลดการส่งเสริมรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบนี้ลง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.4 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องมีทักษะ หรือองค์ความรู้เฉพาะทางผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ก็สามารถรับเงิน



อิเล็กทรอนิกส์ได้ จึงทำให้ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ณัฐพิมล พุทธิพนาเวช (2550) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อธุรกิจที่จะนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และระดับรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีผลต่อ สิ่งกระตุ้นให้เกิดการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ให้เห็นความสะดวกรวดเร็ว ความหลากหลายในการใช้งาน ขยายสถานที่ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ไปยังที่ ๆ มีผู้สนใจใช้ให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีการให้ส่วนลด แต้ม สิทธิพิเศษจากการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรจะส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ในทุกๆระดับการศึกษาในระดับที่เท่า ๆ กัน ไม่ควรที่จะส่งเสริมรับเงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างมุ่งเป้าไปที่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาในระดับใดมากเป็นพิเศษ และถ้ามีการส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเป้าหมายไปที่ระดับการศึกษาในระดับใดมากเป็นพิเศษอย่างชัดเจน ก็ควรที่จะค่อย ๆ ลดการส่งเสริมรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบนี้ลง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.5 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคล แตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นสามารถทำได้ทั้งผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคล และไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล กล่าวคือ ไม่ว่าจะเป็นการประกอบธุรกิจที่อยู่ในรูปแบบของนิติบุคคลหรือไม่ก็ตาม ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ก็สามารถรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ อรจิรา โยมสินธุ์ (2548) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัญหาทางกฎหมายในการทำงาน และการชำระเงินผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ข้อกฎหมายที่ว่าด้วยการทำธุรกรรมทางการเงิน และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ของประเทศไทย นั้น ยังไม่ครอบคลุม ต่อการแก้ปัญหาเรื่องการควบคุม และ การกำกับดูแล ผู้ให้บริการ และยังไม่เหมาะสมเพียงพอต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งส่งผลถึงการไม่ใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น สามารถส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ในทุก ๆ สถานประกอบการได้โดย ไม่จำเป็นที่จะต้องเน้นไปที่ผู้ประกอบการรูปแบบใดเป็นพิเศษ เพราะการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้มีความแตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.6 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ แตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน โดยจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ 1-5 ปี และ พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ 5-10 ปี มีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าพบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการมากกว่า 10 ปี ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะ การปรับเปลี่ยนการดำเนินงานในด้านการรับเงินของในแต่ละองค์กรจะมีความยาก และความง่ายที่แตกต่างกัน โดยปกติแล้วองค์กรที่มีอายุน้อยกว่าจะสามารถปรับตัว และเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานได้รวดเร็วกว่าองค์กรที่มีอายุเก่าแก่กว่า ซึ่งสอดคล้องกับ ฌัฐพิมล พุทธิพนาวาศ (2550) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อธุรกิจที่จะนำเงินอิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ และระดับรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีผลต่อสิ่งกระตุ้นให้เกิดการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ และผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการทำการตลาด และการประชาสัมพันธ์ ให้เห็นความสะดวกรวดเร็ว ความหลากหลายในการใช้งาน ขยายสถานที่ในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ไปยังที่ ๆ มีผู้สนใจใช้ให้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนมีการให้ส่วนลด แต้ม สิทธิพิเศษจากการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรจะส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุของสถานประกอบการ 5 - 10 ปี มากเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่รับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

1.7 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ แตกต่างกันมีการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการมากกว่า จะมีความคล่องตัวในการเปิดรับรูปแบบการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ดีกว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการน้อยกว่า เนื่องจากรายได้ที่มากกว่านั้น สามารถทำให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในด้านการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มาช่วยดำเนินการในส่วนนี้ได้ทำให้สามารถรับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคได้มากกว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการน้อยกว่า ธนัญญา พุ่มอ้อม (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ทางด้าน เพศ และอายุ มีความสัมพันธ์ทางลบกับการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ ในขณะที่ความรู้ทางการเงิน ระดับการศึกษา รายได้ สถานะภาพแรงงาน การใช้งานอินเทอร์เน็ต และที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรจะส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการในระดับสูง มากเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่รับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

2. ส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะส่วนผสมทางการตลาด และสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ล้วนแต่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร จะเลือกรับเงินอิเล็กทรอนิกส์หรือไม่รับเงินอิเล็กทรอนิกส์ องค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นย่อมมีอิทธิพลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพงศ์ กริยาผล ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานใน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ

ด้านการตลาด ควรวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ที่จะส่งผลให้พนักงานเลือกใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านความสอดคล้อง และปัจจัยด้านบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากยิ่งขึ้น และ อรจิรา โยมสินธุ์ ศึกษาเรื่องปัญหาทางกฎหมายในการทำงาน และการชำระเงินผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ข้อกฎหมายที่ว่าด้วยการทำธุรกรรมทางการเงิน และกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ของประเทศไทย นั้น ยังไม่ครอบคลุม ต่อการแก้ปัญหาเรื่องการควบคุมและการกำกับดูแล ผู้ให้บริการ และยังไม่เหมาะสมเพียงพอต่อการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งส่งผลถึงการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

ดังนั้น ถ้าต้องการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น ควรจะส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มีส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ และส่งเสริมในช่วงเวลาที่สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก อยู่ในจังหวะที่เหมาะสมในการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร รับเงินอิเล็กทรอนิกส์จากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการศึกษาวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยข้างต้นทำให้ทราบถึงตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนารูปแบบการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสมกับผู้ประกอบการให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 1. ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัย พบว่า การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 31 - 40 ปี มีอายุของสถานประกอบการ 1 - 5 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท มีการการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ในกลุ่มอื่น ๆ ทำให้สามารถสร้างกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์เบื้องต้นขึ้นมาได้ และสามารถนำไปทดสอบส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ในกลุ่มนี้ได้ว่าสามารถเพิ่มปริมาณของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง

ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่รับเงินอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญหรือไม่ ซึ่งถ้าสามารถหากกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีศักยภาพได้ จะทำให้สามารถส่งเสริมภาพรวมของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยโดยรวมได้

## 2. ด้านส่วนผสมทางการตลาด

จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนผสมทางการตลาด ในด้านปัจจัยทางราคา ปัจจัยทางช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถนำไปช่วยวิเคราะห์ได้ว่า การส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจะส่งเสริมไปยังผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีส่วนผสมทางการตลาดในรูปแบบใด อันจะเป็นการสร้างกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีศักยภาพได้ จะทำให้สามารถส่งเสริมภาพรวมของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยโดยรวมได้

## 3. ด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก

จากผลการวิจัย พบว่า สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก ในด้าน ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถนำไปช่วยวิเคราะห์ได้ว่า การส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ควรจะส่งเสริมในช่วงที่สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอก อยู่ในสถานะใดที่เหมาะสม อันจะเป็นการสร้างกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีศักยภาพได้ จะทำให้สามารถส่งเสริมภาพรวมของการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยโดยรวมได้

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งต่อไป ควรมีการนำข้อมูลไปต่อยอดเพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริม การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร เพิ่มเติมด้วย

## บรรณานุกรม

- ขันธเขตต์ และสิงหะ ฉวีสุข. (2562). การยอมรับระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตภาคกลาง ประเทศไทย. วารสารการบริหาร และการจัดการ คณะการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร. 9(1).
- จิตยาภา แก้วแทน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ฉลองขวัญ บุญรักษา. (2549). พฤติกรรมการยอมรับและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อเครื่องให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชยาภรณ์ กิตติพิทักษ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์(E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). การจัดการการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ธัญญา พุ่มอิม. (2557). ปัจจัยในการเลือกใช้เครื่องมือการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพงศ์ กริยาผล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานในกรุงเทพมหานคร. (Unpublished Master' thesis), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐพิมล พุทธิพนาวศ. (2550). ความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภคต่อเงินอิเล็กทรอนิกส์. วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัสทยา ชุ่มบุญชู. (2560). ทฤษฎีการจัดการการตลาดเชิงกลยุทธ์ขั้นสูงและแนวคิดเชิงปฏิบัติ, พฤติกรรมผู้บริโภค. วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. 3(2).
- พิชชาภา ไบศรี. (2564). การตัดสินใจใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ e-Money (Electronic Money) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล (2558). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่9). ปทุมธานี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- สมชาติ กิจจรยง. (2561). กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ: Smart life.
- สาคร สุขศรีวงศ์ (2550).การจัดการ:จากมุมมองนักบริหาร.พิมพ์ครั้งที่ 3.กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรจิรา โยมสินธุ์. (2548).ปัญหาทางกฎหมายในการทำงานและการชำระเงินผ่านระบบเงินอิเล็กทรอนิกส์โดยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด.สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสยาม
- Carmela Milano.(2020).The Marketing mix Master the 4Ps of marketing.50Minutes.Kindle edition
- Churchill G.A. & Peter J.R. (1998: 22). Caution in the Use of Difference Scores in Consumer Research. Journal of Consumer Research, Volume 19, Issue 4, March 1993, Pages 655–662.
- Rachwald R (2008) Is banking online dafer than banking on the corner? Computer Fraud and Security 3: 11-22.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**แบบสอบถามเพื่อการวิจัย**  
**เรื่อง ตัวแปรที่มีผลต่อการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ**  
**ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร**

**คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

**ส่วนที่ 3** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาด

ภายนอก

**ส่วนที่ 4** ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

---

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่เป็นจริงมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

**1. เพศ**

ชาย

หญิง

**2. อายุ**

20 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

50 – 60 ปี

61 ปี ขึ้นไป

**3. สถานภาพ**

โสด

สมรส / อยู่ด้วยกัน

หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

**4. ระดับการศึกษา**

ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า

สูงกว่าปริญญาตรี

**5. สถานภาพการจดทะเบียนนิติบุคคลของสถานประกอบการ**

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่ได้จดทะเบียนนิติบุคคล | <input type="checkbox"/> คณะบุคคล    |
| <input type="checkbox"/> ห้างหุ้นส่วนจำกัด        | <input type="checkbox"/> บริษัทจำกัด |

**6. อายุของสถานประกอบการ**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 1 - 5 ปี             |
| <input type="checkbox"/> 5 - 10 ปี     | <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป |

**7. รายได้เฉลี่ยต่อปีของสถานประกอบการ**

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,800,000 บาท
- 1,800,001 บาท - 5,000,000 บาท
- 5,000,001 บาท - 30,000,000 บาท
- 30,000,001 บาท - 50,000,000 บาท
- 50,000,001 บาท - 100,000,000 บาท
- 100,000,001 บาท - 300,000,000 บาท
- 300,000,001 บาท - 500,000,000 บาท
- 500,00,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ  
ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร  
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>ผลิตภัณฑ์</b>					
1. สินค้า หรือบริการของคุณ สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้					
<b>ราคา</b>					
2. สินค้า หรือบริการของคุณ มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้					
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
3. สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีหน้าร้าน สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้					
4. สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ ที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้					
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>					
5. สินค้า หรือบริการของคุณ มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบที่สามารถรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของ  
 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร  
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขต กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
<b>ปัจจัยทางการเมือง</b>					
1. สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
<b>ปัจจัยทางเศรษฐกิจ</b>					
2. สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
<b>ปัจจัยทางสังคม</b>					
3. ความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					
<b>ปัจจัยทางเทคโนโลยี</b>					
4. การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบันมีส่วนที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด เพียงช่องเดียว

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
<b>การรับรู้ประโยชน์</b>					
1. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว					
2. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถรับชำระเงินได้ทุกที่ทุกเวลา					
3. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมผ่านสถาบันทางการเงิน					
<b>การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน</b>					
4. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเรื่องที่เรียนรู้ได้ง่าย					
5. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง					
6. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง					
<b>การตั้งใจใช้งาน</b>					
7. คุณจะรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปอย่างต่อเนื่อง					
8. คุณจะแนะนำผู้อื่นให้รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์					

ภาคผนวก ข  
ค่าคะแนน IOC

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ  
 ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร  
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ส่วนผสมทางการตลาดของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าคะแนน IOC
<b>ผลิตภัณฑ์</b>	
1. สินค้า หรือบริการของคุณ สามารถรับชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ได้	1
<b>ราคา</b>	
2. สินค้า หรือบริการของคุณ มีราคาอยู่ในเกณฑ์ที่ สามารถรับชำระเงินเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้	0.67
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย</b>	
3. สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัด จำหน่ายที่มีหน้าร้าน สามารถรับชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ได้	1
4. สินค้า หรือบริการของคุณ มีช่องทางการจัด จำหน่ายแบบออนไลน์ ที่สามารถรับชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ได้	1
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>	
5. สินค้า หรือบริการของคุณ มีการส่งเสริม การตลาดในรูปแบบที่ สามารถรับชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ได้	0.67



ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของ  
 ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร  
 คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

สภาพแวดล้อมทางการตลาดภายนอกของ ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลาง ในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าคะแนน IOC
<b>ปัจจัยทางการเมือง</b>	
1. สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน มีส่วน ที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	0.67
<b>ปัจจัยทางเศรษฐกิจ</b>	
2. สถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีส่วน ที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	0.67
<b>ปัจจัยทางสังคม</b>	
3. ความนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีส่วนที่ ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	1
<b>ปัจจัยทางเทคโนโลยี</b>	
4. การพัฒนาของเทคโนโลยีในปัจจุบัน มีส่วน ที่ทำให้คุณรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	1

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ  
ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 4 กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

การรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ ขนาดเล็กและขนาดกลางในเขต กรุงเทพมหานคร	ค่าคะแนน IOC
<b>การรับรู้ประโยชน์</b>	
1. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับความสะดวก และรวดเร็ว	1
2. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถรับชำระเงินได้ทุกที่ทุกเวลา	1
3. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมผ่านสถาบันทางการเงิน	0.67
<b>การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน</b>	
4. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเรื่องที่เรียนรู้ได้ง่าย	1
5. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตัวเอง	1
6. การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง	0.67
<b>การตั้งใจใช้งาน</b>	
7. คุณจะรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปอย่างต่อเนื่อง	1
8. คุณจะแนะนำผู้อื่นให้รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์	1

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	นายสุเมธ สันติกุล
วัน เดือน ปีเกิด	30 เมษายน 2533
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1147 / 22 หมู่ 1 ถ.พนมสารคาม-บ้านสร้าง ต.พนมสารคาม อ.พนมสารคาม จ.ฉะเชิงเทรา 24120
อาชีพปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2551	มัธยมศึกษาตอนปลาย จาก โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์ ฉะเชิงเทรา
พ.ศ. 2555	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว จาก มหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. 2557	ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง
พ.ศ. 2559	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะสังคมศาสตร์ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ