ทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

Attitude and Perceived Risk Influencing the Acceptance of E-Payment Service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok

ชไมพร ขนาบแก้ว[1*] และกนกพร ชัยประสิทธิ์[2]
Chamaiporn Khanabkaew[1*] Kanokporn Chaiprasit[2]

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ

[1*,2] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
*Corresponding author e-mail: chamaiporn_k @mail.rmutt.ac.th
(Received: March 9, 2019; Revised: April 18, 2019; Accepted: April 27, 2019)

ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ independent samples t-test, One-Way ANOVA และ ค่าสหสัมพันธ์แบบ (multiple regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย พบว่า บุคคลที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ปัจจัยทัศนคติและปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ทัศนคติ, การรับรู้ความเสี่ยง, การยอมรับ E-Payment

Abstract

The objectives of this independent study were 1) to compare a differentiation of personal factors influenced the acceptance of E-Payment service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok. 2) to study the influence of attitudes factor and risk perceptions toward the acceptance of E-Payment service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok.

The sample group used in this study was 400 customers of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok. A questionnaire was used as a tool for primary data collection and simple random sampling method was used in this study. The statistics used were

frequency, percentage, means, standard deviation, independent samples t-test, One-Way ANOVA, and multiple regression analysis with the statistical significance level at .05.

The hypothesis test found that person with the differentiation in age, education level, and income had different attitudes toward the acceptance of E-Payment Service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok. Attitudes factor and perceived risk factor had positive influences on the acceptance of the E-Payment service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok with the statistical significance level at .05.

Key words: Attitude, Perceived Risk, Acceptance E-Payment

บทนำ

E-payment หรือคำเต็ม ๆ electronic payment คือการจ่าย-รับ หรือทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เทรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมที่ชอบความสะดวกสบาย ความรวดเร็วและมีความเป็นตัวเองสูง ภาคธุรกิจจำเป็นที่จะต้องปรับตัวรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า นายปิติ ตัณฑเกษม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ลูกค้าธุรกิจ ทีเอ็มบี หรือธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าจากแผนยุทธศาสตร์ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติหรือ national E-payment ธนาคารทหารไทย มองว่าทุกภาคส่วนควรตื่นตัวและให้ความสำคัญ เพราะโลกปัจจุบัน

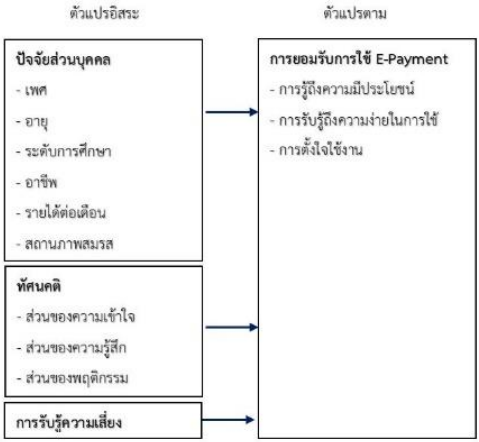
กำลังเดินไปข้างหน้าอย่างรวดเร็ว ดิจิทัลเป็นเรื่องที่อยู่ในชีวิตประจำวันของทุกคน ทุกระดับ ทุกภาคส่วน และในระบบเศรษฐกิจที่เป็นเส้นเลือดของประเทศ และธนาคารทหารไทย เป็นธนาคารแรก ๆ ที่ให้ความสำคัญเรื่องการยกระดับบริการและโซลูชั่นทางการเงินด้วยช่องทางดิจิทัลมาโดยตลอด หัวใจสำคัญในการเดินหน้าสู่ digital banking ของธนาคารทหารไทย นั้น ไม่ใช่แค่การนำเทคโนโลยีมาใช้เพียงอย่างเดียว แต่มุ่งเน้นยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ให้ความสำคัญสูงสุดกับการตอบโจทย์และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าอย่างตรงจุดเป็นอันดับแรก ก่อนส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่จะเปลี่ยนให้ชีวิตลูกค้าดีขึ้น ตลอดจนพร้อมที่จะเป็นพันธมิตรเคียงคู่ผู้ประกอบการในการก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างมั่นใจและปลอดภัย ธนาคารทหารไทย มองว่า national E-payment นั้นจะช่วยลูกค้าธุรกิจได้มาก ตั้งแต่การลดขั้นตอน ลดต้นทุนการจัดการเงินสด และเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม (ธนาคารทหารไทย, 2560) เพื่อให้ E-payment เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง รัฐและผู้ให้บริการรับชำระเงินจำเป็นที่จะต้องสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และภาคธุรกิจว่าระบบการชำระเงินแบบเสมือนจริงนี้มีความปลอดภัยในการใช้งานมากกว่าการใช้เงินสด ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านออนไลน์ และยิ่งในยุคการแข่งขันที่รุนแรงภายในอุตสาหกรรมธนาคารที่ทุกรายต่างพยายามรักษาฐาน ลูกค้าเดิมและเร่งขยายฐานลูกค้าใหม่เพื่อนำไปต่อยอดในธุรกิจให้ได้มากที่สุดนั้น เป็นเรื่องที่ธนาคารให้ความสำคัญ ดังนั้น ธนาคารจึงมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

2. ทัศนคติที่ดีมีผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. การรับรู้ความเสี่ยงมีผลเชิงลบต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 149 สาขา (ธนาคารทหารไทย, 2561) โดยจะเลือกวิธีการจับสลาก มา 4 สาขา ประกอบด้วย สาขาพหลโยธิน สาขา ม.เกษตรศาสตร์ สาขาบางเขน และสาขาจตุจักร การสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควต้า ตามจำนวนของสาขาที่จับสลากได้ ด้วยการกำหนดสัดส่วนของกลุ่ม ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1997) โดยกำหนดระดับค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย คือ 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง โดยสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คนต่อสาขา

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่

2.1 ปัจจัยส่วนบุคล ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 6 ตัวแปร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ

2.2 ปัจจัยด้านทัศนคติ

2.3 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ได้แก่ การยอมรับการใช้ E-payment

3. ระยะเวลาในการวิจัย 6 เดือน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถามจะครอบคลุมปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง และปัจจัยด้านการยอมรับ โดยมีขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล พิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า จากนั้นทำการกำหนดเป็นรายข้อคำถาม แบ่งออกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ โดยมาตรวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (nominal scale) และมาตรวัดแบบอันดับ (ordinal scale)

ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติเป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดทัศนคติที่มีต่อการยอมรับการใช้ E-Payment โดยแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับสำหรับการวัดความคิดเห็นของลูกค้าต่อตัวแปรทัศนคติ

ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงเป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อการยอมรับการใช้ E-payment โดยแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับ สำหรับการวัดความคิดเห็นของลูกค้าต่อตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง

ทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, 1990) และค่ายอมรับได้ที่ค่าความเชื่อมั่น .70 ขึ้นไป โดยค่าความเชื่อมั่นหลังจากได้มีการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่ารวม เท่ากับ .959

5. การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล และการนำสถิติที่เกี่ยวข้องมาใช้ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานเกี่ยวกับภูมิหลังของบุคคล เพื่อทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งการวิเคราะห์จะใช้สถิติพื้นฐานบรรยายเพื่อให้ทราบค่าร้อยละ (percentage) และความถี่ (frequency)

5.2 การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานเกี่ยวกับตัวแปร ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ทั้ง 2 ปัจจัย เพื่อให้ทราบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งการวิเคราะห์ จะใช้สถิติพื้นฐานบรรยายเพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard divination) ของตัวแปรแต่ละตัวที่ทำการศึกษาในส่วนนี้จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป นอกจากนั้นการกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบ โดยกำหนดระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นออกเป็น 5 ระดับ

5.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อการการยอมรับการใช้ E-Payment จะใช้สถิติเปรียบเทียบ t-test สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง ไม่เกิน 2 กลุ่ม และใช้ F-test สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม พร้อมทั้งพิจารณาความแปรปรวนด้วยการพิจารณาค่า test of homogeneity of variances หากพบว่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการพิจารณาสถิติ ANOVA ต่อไป และทำการพิจารณาเปรียบเทียบด้วยสถิติ LSD

5.4 วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีต่อปัจจัย การยอมรับการใช้ E-payment โดยการตรวจสอบ ภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (multicollinearity) จะใช้ค่า variance inflation factor (VIF) หรือ ค่า tolerance ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้ ค่า VIF ที่เหมาะสมควรน้อยกว่า 10 ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มี

ความสัมพันธ์กันเอง (Black, 2006) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (tolerance) หาก ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ > .1 หรือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ > 0 (Pedhazur, 1997) แสดงว่า ไม่เกิดภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง สามารถใช้วิธีทดสอบพหุระดับถดถอยสมการ (regression) แบบปกติ (enter) ที่ระดับความเชื่อมั่น (confidence interval) ร้อยละ 95

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็น ร้อยละ 59.0 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 อายุ 60 ปีขึ้นไปและต่ำกว่า 20 ปี อย่างละจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และระดับปริญญาเอก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.29 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .506 ด้านความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และค่าส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน .617 ด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.17 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .530

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการ E-payment อาจจะต้องมีความรู้พื้นฐานทางด้านระบบเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 3.93 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .908 การใช้บริการ E-payment มีความเสี่ยงที่ส่งผลให้สูญเสียทางด้านการเงิน (เช่น ค่าธรรมเนียม เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .895 การใช้บริการ E-payment มีความเสี่ยงที่ส่งผลให้สูญเสียทางด้านข้อมูลส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.69 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .881 การใช้บริการ E-payment มีความเสี่ยงที่ส่งผลให้สูญเสียทางเวลา (กรณีการทำธุรกรรมผิดพลาด) มีค่าเฉลี่ย 3.64 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .905

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้ E-payment เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ระดับการตัดสินใจที่จะใช้บริการ E-Payment อย่างต่อเนื่องในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.38 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .814 ระดับการตัดสินใจที่จะเลือกรูปแบบการใช้บริการ E-payment เพราะรับรู้ถึงความมีความง่ายในการใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.21 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717 ระดับการตัดสินใจที่จะเลือกรูปแบบการใช้บริการ E-payment เพราะรับรู้ถึงความมีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.17 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .696

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ พบว่า

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ

	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้	อาชีพ	สถานภาพ
การยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย	-	.008	.001	.001	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เนื่องจากพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่โดยใช้สถิติ LSD มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม อายุ เป็นรายคู่

(I) อายุ	(J) อายุ	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	60 ปีขึ้นไป	- .595	.235	.012*
20 – 29 ปี		- .630	.173	.000*
30 - 39 ปี		- .505	.176	.004*
40– 49 ปี		- .502	.187	.008*
50 - 59 ปี		- .681	.206	.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .595 อายุ 20 – 29 ปี มีค่าเฉลี่ยต่อการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .630 อายุ 30 - 39 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.505 อายุ 40– 49 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.501 อายุ 50 - 59 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-Payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.681

ตารางที่ 3 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.251	.081	.002*
	ปริญญาโท	-.397	.098	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment

น้อยกว่า ปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .251 ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า ปริญญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .397

ตารางที่ 4 ตารางแสดงเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับรายได้เป็นรายคู่

(I) รายได้	(J) รายได้	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ไม่เกิน 10,000	20,001 – 30,000	-.395	.132	.003*
	30,001 – 40,000	-.309	.142	.030*
	50,001 ขึ้นไป	-.360	.160	.025*
10,000 – 20,000	20,001 – 30,000	-.312	.079	.000*
	30,001 – 40,000	-.226	.094	.017*
	50,001 ขึ้นไป	-.277	.119	.021*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านระดับรายได้ แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 6 คู่ ได้แก่ ระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 20,001 – 30,000 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.395 ระดับรายได้ ไม่เกิน 10,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 30,000-40,000 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.309 ระดับรายได้ ไม่เกิน 10,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 50,001 ขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.360 ระดับรายได้ 10,000 – 20,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 20,001

– 30,000 ขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.312 ระดับรายได้ 10,000 – 20,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 30,001 – 40,000 ขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.226 ระดับรายได้ 10,000 – 20,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 50,001 ขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.277

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยทัศนคติ และ การรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติ multiple linear regression ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยเชิงพหุ ปัจจัยทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม

การยอมรับการใช้ E-Payment	unstandardized coefficients		standardized coefficients	t	Sig.	tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	.514	.203		2.529	.012		
ด้านทัศนคติ	.947	.041	.739	22.987	.000*	.909	1.101
ด้านการรับรู้ความเสี่ยง	-.121	.028	-.140	-4.353	.000*	.909	1.101
R = .792, R Square = .628, Adjusted R Square =.626, F = 334.537, Sig = .000							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคาร

ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทัศนคติมีอิทธิพล ในเชิงบวกกับการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพล ในเชิงลบ กับการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ .792 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ 62.8 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 37.2 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .386 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยง มีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ .05 ทั้ง 2 ปัจจัย ด้านทัศนคติมีค่า Beta = .739 และ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีค่า Beta = -.140

สรุปการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติที่ดีมีผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทัศนคติมีผลต่อการยอมรับการใช้

E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงมีผลเชิงลบต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครในเชิงลบ

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลวรรณ สุวรรณรักษ์ (2559) อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของธนาคาร ด้านพฤติกรรมการใช้งาน รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี (2559) ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาอิทธิพลของทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ปัจจัยทัศนคติ มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ในเชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิญาดา แก้วแทน (2557) ทัศนคติมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนมากที่สุด และมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก คือถ้าผู้ใช้บริการมีทัศนคติมากขึ้น การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ก็จะมากขึ้น โดยทัศนคติของผู้บริโภคมีผลต่อพฤติกรรมยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน เพราะเห็นว่าการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนเป็นวิธีการ ที่ทันสมัย ทำให้ชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากขึ้น และเป็นประสบการณ์ที่ดีน่าสนใจ

สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชฎา สายสนั่น ณ อยุธยา (2558) ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับบริการของธนาคารส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ หากผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ทราบถึงขีดความสามารถของธนาคาร ประกอบกับการใช้บริการธนาคารออนไลน์มีคำอธิบายขั้นตอนการใช้งานที่เข้าใจง่ายและไม่มีความยุ่งยาก ก็ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของภัคจิรา นิลเกษม (2556) ปัจจัยด้านทัศนคติโดยรวมมีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเตอร์เน็ตของลูกค้าธนาคาร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนั้นธนาคารต้องรักษามาตรฐานที่มีความสำคัญต่อลูกค้า รวมถึงการสร้างทัศนคติของลูกค้าธนาคารให้เกิดขึ้นในเชิงบวก เช่นการพัฒนาระบบ

อินเตอร์เน็ตให้สามารถใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อนและมีความทันสมัยตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้หลากหลายมากขึ้น

2. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับการใช้ E-Payment ในเชิงลบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา ศรีแสง (2556) ได้ทำการศึกษาการยอมรับการใช้งานของระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงของระบบ E-payment มีผลกระทบในแง่ลบต่อความตั้งใจที่จะนำระบบมาใช้ โดยความเสี่ยงคือปัจจัยที่สามารถอธิบายถึง การตัดสินใจใช้งานธนาคารผ่านระบบอินเตอร์เน็ต กรณีที่ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ความเสี่ยงมากจะทำให้เกิดความไม่สบายใจกังวลใจและไม่กล้าที่จะใช้งานระบบนั้น หมายความว่าความตั้งใจใช้งานจะเกิดในระดับต่ำ เช่น กรณีเกิดการโจรกรรมบัญชีในระบบออนไลน์ได้สร้างกระแสให้ผู้คนเกิดความกังวลและหยุดการใช้งานระบบบัญชีออนไลน์ชั่วคราวจนกว่าการรับรู้ความเสี่ยงจะลดลง ซึ่งลดลงได้โดยเช่นทางธนาคารประกาศนโยบายความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพขึ้นใหม่ หรือการรับประกันในความปลอดภัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยทัศนคติ มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ในเชิงบวก ดังนั้น ผู้ให้บริการรับชำระเงินจำเป็นที่จะต้องสร้างทัศนคติที่ดีในการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านธนาคารและผู้ให้บริการควรพัฒนาด้านโครงสร้าง อุปกรณ์ด้าน ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ แอพพลิเคชั่น ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และภาคธุรกิจว่าระบบการชำระเงินแบบเสมือนจริงนี้มีความปลอดภัยในการใช้งานมากกว่าการใช้เงินสด ทั้งในแง่ระบบ

ป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งความเชื่อมั่นที่เพิ่มมากขึ้น จะนำมาซึ่งจำนวนธุรกรรมที่สูงขึ้น ท้ายที่สุด การใช้ E-payment ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นจะดันให้เศรษฐกิจขยายตัวตามไปในยุคดิจิตอลนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อการยอมรับการใช้งาน E-payment ดังนั้นผู้ให้บริการควรที่จะนำเสนอรูปแบบความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการทำงานของการรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้า และจะต้องทำการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างสม่ำเสมอพร้อมทั้งทดสอบความผิดพลาดเพื่อที่จะให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพลดความเสี่ยงในการให้บริการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับการใช้งาน E-payment มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จิญาดา แก้วแทน. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิสก์ ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: กรณีศึกษา ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ชลธิชา ศรีแสง. (2556). **การยอมรับการใช้งานของระบบชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน)**. ค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชวิศา พุ่มดนตรี. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). (2560). **พลิกธุรกิจ ก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัล 2017**. กรุงเทพฯ: ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน).

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). (2561). **บทสรุปผลประกอบการ**. กรุงเทพฯ: ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน).

ภัคจิรา นิลเกษม. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเตอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิมลวรรณ สุวรรณรักษ์. (2559). **การเปรียบเทียบการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารเอกชนกับธนาคารของรัฐในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อัญชฎา สายสนั่น ณ อยุธยา. (2558). **การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Black, K. (2006). **Business Statistics for Contemporary DecisionMaking**. (4th ed.). USA: John Wiley and Sons.

Cochran, W. G. (1997). **Sampling Techniques**. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.

Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of Psychological Testing**. (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.

Pedhazur, E. J. (1997). **Multiple Regression in Behavioral Research: Explanation and Prediction**. (3rd ed.). Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.