



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน
Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี



โดย
นายณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน
Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี



โดย
นายณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING INTENTION TO USE ELECTRONIC SERVICE VIA
MOBILE BANKING OF GOVERNMENT SAVING BANK IN RATCHABURI PROVINCE



By

MR. Nattapol SUTTISAKSRI

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2020

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี
โดย	ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผนก ก แบบ ก 2
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรินทร์ เทวตา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

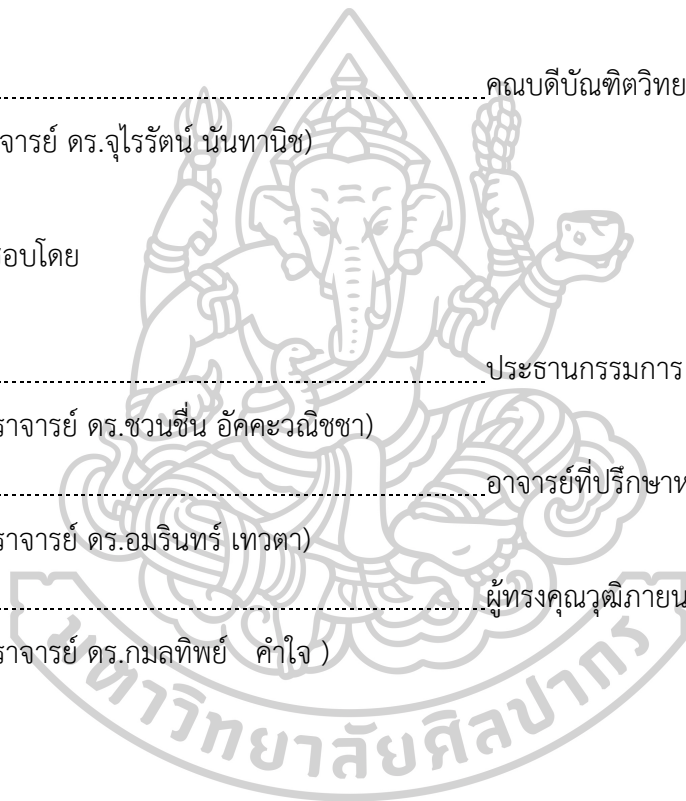
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคระวงษ์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ)



61602307 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : ความไว้วางใจ, การยอมรับเทคโนโลยี, ความตั้งใจใช้บริการ, การใช้งานจริง

นาย ญัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรินทร์ เทวตา

เนื้อหาการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทาง อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 400 โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ขึ้นไป นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความไว้วางใจ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Mobile Banking รวมถึงมีอิทธิพลเชิงบวกการใช้บริการจริง



61602307 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : Trust, Technology Acceptance, Intention, Actual Use

MR. NATTAPOL SUTTISAKSRI : FACTORS AFFECTING INTENTION TO USE ELECTRONIC SERVICE VIA MOBILE BANKING OF GOVERNMENT SAVING BANK IN RATCHABURI PROVINCE THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR AMARIN TAWATA, Ph.D.

The purpose of this paper was to identify the main factors that influence the usage. The samples of this Factors affecting intention to use electronic service via mobile banking of Government saving bank in ratchaburi provience study were Government saving Bank's customers to use electronic service via mobile banking of Government saving bank in ratchaburi provience purposive sampling was used with a total of 400 respondents.

In this study, a questionnaire was used to collect the required information. The statistics used for data analysis were percentage , frequency , mean , standard deviation and test the hypothesis by analyzing multiple linear regression analysis. Out of the total respondents, most were female aged between 21-30 years, Single and with Bachelor's Degree with work Government officer and State enterprises an average monthly salary of 10,001- 20,000 Baht. Factors such as trust , perceived ease of use and perceived usefulness were positively related with intention to use electronic service Moreover, intention to use electronic service was positively influenced the actual usage

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในปรึกษา ช่วยเหลือ ตรวจสอบ และชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัยส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ ถูกต้อง สมบูรณ์ยิ่งขึ้นและสำเร็จไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะแนวทาง ให้ความช่วยเหลือ ในการแก้ไข ปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์สูงสุด

รวมทั้งขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต อาจารย์ ดร. วงศ์รัตดา วีระไพบุลย์ และอาจารย์ ดร.นพดล โตรีชัยกุล ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการทำให้วิทยานิพนธ์นี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ให้ความรู้คำปรึกษา และประสบการณ์อันมีค่าซึ่งหาได้ยากยิ่งจากในชีวิตประจำวัน

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ให้ความร่วมมือสละเวลาในการให้ข้อมูล และตอบแบบสอบถาม ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่ให้การสนับสนุน และอยู่เคียงข้างเป็นกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์แก่ผู้วิจัยมาตลอด รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ในที่สุด นับเป็นความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	3
สมมุติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของงานวิจัย.....	4
กรอบแนวคิด.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
นิยามศัพท์.....	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
Mobile Banking (MyMo).....	7
แนวคิดทฤษฎีและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี.....	9
แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM).....	15
แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust).....	21
การสร้างความไว้วางใจ.....	24
แนวคิดและทฤษฎีการตั้งใจใช้.....	28

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	35
ระเบียบวิธีวิจัย	35
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	35
การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	37
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย.....	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
บทที่ 4	44
ส่วนที่ 1 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics).....	44
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม	46
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	57
สรุปผลการวิจัย.....	57
ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	57
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	59
อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน	60
ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	63
ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	64
รายการอ้างอิง	65
ภาคผนวก.....	70
ประวัติผู้เขียน.....	88



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนบัญชี ปริมาณธุรกรรม มูลค่าธุรกรรม และอัตราการเติบโต.....	1
ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	41
ตารางที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	44
ตารางที่ 4 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อความไว้วางใจ	47
ตารางที่ 5 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	49
ตารางที่ 6 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน.....	50
ตารางที่ 7 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ.....	52
ตารางที่ 8 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานจริง.....	52
ตารางที่ 9 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)	53
ตารางที่ 10 ข้อมูลการวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลความ ตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารออมสิน.....	54
ตารางที่ 11 ข้อมูลการวิเคราะห์อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงทาง อิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี.....	56

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด	4
ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA).....	11
ภาพที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB)	13
ภาพที่ 4 ทฤษฎีการกระจายตัวของพฤติกรรมตามแบบแผน (DTBP).....	14
ภาพที่ 5 แบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model:TAM)	16
ภาพที่ 6 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM 2).....	17
ภาพที่ 7 แบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงการใช้ง่าย (TAM2) Venkatesh (2000).....	18



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันถือได้ว่าเป็นโลกยุคใหม่เป็นยุคแห่งการก้าวหน้าของเทคโนโลยี มีการนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมทางการเงิน เพื่อช่วยในการตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2560) จึงทำให้ธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล อย่าง Mobile Banking มีการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ทุกธนาคารเริ่มหันมาลงทุนในผลิตภัณฑ์ที่เป็น Digital Banking กันมากขึ้น การเข้ามาของ Mobile Banking ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป ปัจจุบันนี้ทั่วโลกมีลูกค้า Mobile Banking รวมทั้งสิ้น 1.2 พันล้านคน ซึ่งให้เห็นว่าสมาร์ตโฟนมีความสำคัญมากขึ้นเสมือนเป็นธนาคารบนมือถือให้กับลูกค้าแอปพลิเคชันในยุคปัจจุบัน

ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทยได้ระบุว่า ไตรมาส 3 ปี 2561 จำนวนบัญชี Internet banking และ Mobile banking มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากไตรมาสที่ผ่านมา โดยบัญชี Mobile banking มีจำนวน 43.5 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 53 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ขณะที่บัญชี Internet banking มีจำนวน 24 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 26 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ผู้บริโภคทำธุรกรรมโอนเงินข้ามธนาคารมากขึ้นอย่างก้าวกระโดดเป็นไตรมาสที่ 2 หลังจากธนาคารพาณิชย์หลายแห่งได้ยกเลิกค่าธรรมเนียมผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ปริมาณธุรกรรมการโอนเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 82 จาก ช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยการโอนเงินข้ามธนาคารเพิ่มขึ้นมากที่สุดถึงร้อยละ 241 ซึ่งธุรกรรมที่เติบโตสูงกว่าจำนวนบัญชีสะท้อนให้เห็นว่า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายเดิมที่มีบัญชี Internet / Mobile banking อยู่แล้วหันมาทำธุรกรรมโอนเงินและชำระเงินบ่อยขึ้น รวมถึงมูลค่าเฉลี่ยต่อรายการของธุรกรรมลดลงกว่าร้อยละ 40 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

ตารางที่ 1 จำนวนบัญชี ปริมาณธุรกรรม มูลค่าธุรกรรม และอัตราการเติบโต

รายการ	จำนวน		อัตราการเติบโต
	Q3/60	Q3/61	
จำนวนบัญชี (ล้านบัญชี)	47.5	67.5	42%
ปริมาณธุรกรรม (ล้านรายการ)	408	743	82%
มูลค่าธุรกรรม (พันล้านบาท)	9,924	10,835	9%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561)

จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า สะท้อนแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เริ่มมีความคุ้นเคยและใช้บริการชำระเงินและโอนเงินผ่านช่องทางออนไลน์ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่นิยมใช้บริการผ่าน Mobile Banking มากกว่า Internet Banking เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ในการทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวก รวดเร็ว ใช้ได้ทุกที่และทุกเวลารวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยี

ธนาคารออมสินในฐานะ ธนาคารของรัฐมีการปรับตัวอย่างเห็นได้ชัดเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์ ธนาคารออมสินสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ภายใต้เงื่อนไขที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดยบริการแอปพลิเคชัน MyMo ได้รับความนิยมของระบบธนาคาร Mobile Banking มีลูกค้าใช้บริการมากที่สุดในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย กลุ่ม Middle Income และกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ในปี 2562 ธนาคารออมสินมีแผนดำเนินงานในปี โดยตั้งเป้าหมายมุ่งสู่การเป็น GSB WAY 2019 : ภายใต้แนวคิด เติบโต ยั่งยืน ตอบแทนคืนสู่สังคมธนาคารได้ โดยมีนวัตกรรมและช่องทางให้บริการทางการเงินที่ล้ำสมัย พัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ (New Business Model) เพื่อสร้างประสบการณ์การทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ สร้างโอกาสทางธุรกิจ และยกระดับการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรม ลูกค้าในยุคดิจิทัล (ธนาคารออมสิน, 2561)

จากรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้มีการแข่งขันในการให้บริการมากขึ้น และสร้างความท้าทายต่อการกำกับดูแลให้ทั่วถึงและเท่าทัน ซึ่งบริการในระยะหลังเริ่มใช้เทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนมากขึ้น นำมาซึ่งความเสี่ยงใหม่ๆ เช่น ความเสี่ยงด้านไซเบอร์ (Cyber risk) จึงต้องมีการพัฒนาการกำกับดูแลให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ยกกระตือรือร้นคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ รวมถึงสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงินเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างปลอดภัย (Zero, 2561) จึงยังทำให้มีผู้บริโภครายกลุ่มมีความกังวลไม่ไว้วางใจ และยังไม่ยอมรับเทคโนโลยีที่เป็น Mobile Banking มากนัก อาจเกิดจากผู้บริโภคยังไม่มี ความเข้าใจและรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ซึ่งความไว้วางใจจึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและเลือกใช้บริการ จากงานวิจัยที่ผ่านมาของ (นริรัตน์ คงรักษา, 2560) ได้ศึกษา อิทธิพลของรูปแบบการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจและความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตต่อฟิตเนสประเภทอุปกรณ์สวมใส่ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้สินค้าและบริการ

การยอมรับเทคโนโลยี คือ การที่บุคคลตัดสินใจนำเทคโนโลยีใหม่ไปใช้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากมองเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่แล้ว จะเห็นได้ว่าหากผู้บริโภครับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี จะส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกตัดสินใจใช้สินค้าและบริการนั้น ๆ (Rogers, 1983) โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ตัวแปร

ภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use) จากงานวิจัยที่ผ่านมาของ (ธัญยากร ขวัญใจสกุล, 2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ จากตัวอย่าง 200 คน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน เป็นตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวแปรตามคือความตั้งใจในการใช้งาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ธนาคารจำเป็นต้องพัฒนา Mobile Banking เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของธนาคาร ซึ่งธนาคารจะต้องทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ Mobile Banking ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจของผู้บริโภค ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking เพื่อเป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาดให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้า และเพิ่มคุณภาพบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สร้างความประทับใจและความพึงพอใจที่จะใช้บริการธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง ใน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการต่อการใช้งานจริงทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

สมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 อิทธิพลของความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

สมมุติฐานที่ 2 อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

ขอบเขตของงานวิจัย

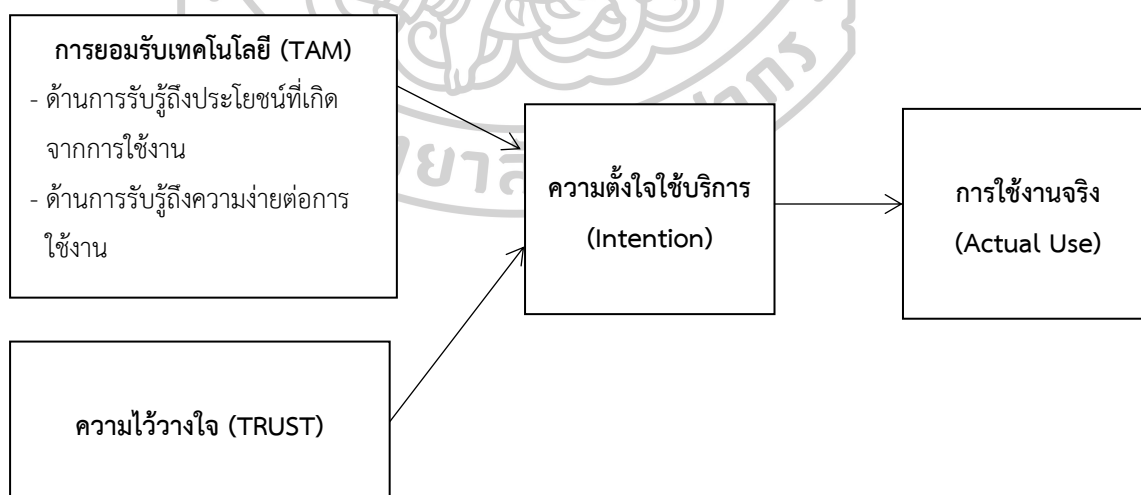
1. ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาอิทธิพลของ ความไว้วางใจ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking รวมทั้งอิทธิพลความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ที่ส่งผลต่อการใช้งานจริง

2. ขอบเขตด้านประชากรของการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

3. ขอบเขตด้านตัวแปรของการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ความไว้วางใจ (Trust) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน (Perceived usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of use) ความตั้งใจใช้บริการ (intention) และการใช้งานจริง (Actual use)

กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี” โดยกำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสิน เป็นประโยชน์แก่ธนาคารออมสิน ใช้เป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน การตลาดให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ธนาคารสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถมาใช้เป็น แนวทางในการ พัฒนาและปรับปรุง Mobile Banking ของธนาคารออมสิน เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการให้มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สร้างความประทับใจและความพึงพอใจที่ จะใช้บริการธนาคารต่อไป

นิยามศัพท์

Mobile Banking (MyMo) หมายถึง ระบบ Mobile Banking สำหรับลูกค้าธนาคาร ออมสิน ที่ให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน Wifi หรือ 4G ซึ่งถูกออกแบบมา ให้ใช้งาน ง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย ด้วยระบบความปลอดภัย ที่มีประสิทธิภาพ

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การที่บุคคลเรียนรู้และตัดสินใจนำเทคโนโลยีมาใช้งาน ยอมรับเทคโนโลยีจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลพิจารณาว่าเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ ซึ่งความจำเป็นในการใช้ งานจะเกิดความแน่ใจว่าจะได้รับประโยชน์อย่างแน่นอน จึงจะทำให้เกิดการยอมรับ ซึ่งจะมีความ แตกต่างกันตามเงื่อนไขลักษณะส่วนบุคคล

ความตั้งใจใช้บริการ หมายถึง การแสดงพฤติกรรมหรือการตัดสินใจจะกระทำการใดการ หนึ่งโดยมีแบบแผนหรือใช้ความพยายามที่จะทำพฤติกรรมนั้น ความตั้งใจได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติ และตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น ซึ่งความตั้งใจที่จะกระทำนี้จะยังอยู่จนกระทั่งถึง เวลาและโอกาสที่เหมาะสม จากนั้นบุคคลจึงจะแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับ ความตั้งใจ ซึ่งในการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารลูกค้าจะมีความความต้องการและความตั้งใจใน การใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการของตัวเอง

ความไว้วางใจ หมายถึง ความเต็มใจที่จะวางใจต่อกัน เมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่น โดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ และความซื่อสัตย์จริงใจ โดยมีความสัมพันธ์ ใกล้ชิด สำหรับในทางธุรกิจ การรับรู้ว่าคุณบริโภคต้องมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรธุรกิจด้วย ความสนใจ อย่างที่สูงสุดในระหว่างการใช้บริการอยู่นั้น ความเชื่อมั่นดังกล่าวจะเกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคพิจารณา ผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือก 2 ประการ คือ ความน่าเชื่อถือมากที่สุดและมีความซื่อสัตย์จริงใจอย่างสูง ความสามารถให้เกิดความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องมีศักยภาพที่บ่งบอกว่ามี

ความสามารถในการบริการที่ดี ความสามารถในการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์
ซึ่งความไว้วางใจของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อธุรกิจ



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทบทวนวรรณกรรม บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหา หัวข้อวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ กับเรื่องของผู้วิจัย ต้องการศึกษ ซึ่งมีรายละเอียดจากการศึกษาดังนี้

1. Mobile Banking (MyMo)
2. แนวคิดและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
3. แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)
4. แนวคิดและทฤษฎีการตั้งใจใช้
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Mobile Banking (MyMo)

ระบบ Mobile Banking (MyMo) สำหรับลูกค้าธนาคารออมสิน ที่ให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลาย ด้วยระบบความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

คุณสมบัติของ Mobile Banking (MyMo) มีดังนี้

1. เช็คยอดเงินรายการเคลื่อนไหวทั้งบัญชีเงินฝากและบัญชีเงินเชื่อและกรมธรรม์เงินฝากสงเคราะห์ชีวิต
2. ชำระค่างวดสินเชื่อ
3. โอนเงินภายในบัญชีตัวเองและบัญชีธนาคารออมสิน
4. โอนเงินให้ลูกค้า MyMo รายอื่นด้วยเบอร์โทรศัพท์
5. โอนเงินต่างธนาคารไม่เสียค่าธรรมเนียม
6. ชำระสินค้าและบริการสแกนบาร์โค้ด
7. เติมเงินมือถือได้ทุกระบบที่ให้บริการ
8. เช็ครางวัลสลากออมสินและรายละเอียดการฝากสลากออกสสิน
9. แสดงข้อมูลบัญชีสลากดิจิทัล พร้อมทั้งสามารถทำรายการฝากถอนได้

10. My Card ถอนเงินสดผ่านตู้ ATM ด้วย Mobile Banking
11. My Fund ชื้อกองทุน
12. My Agent ฝากถอนเงินผ่านเซเว่นอีเลฟเว่น ด้วย Mobile Banking
13. ชื้อประกันการเดินทางไปต่างประเทศ ได้ 25 ประเทศ
14. แจ้งเตือนเมื่อมีการใช้งานผ่านบัตรเครดิตและสามารถดูรายละเอียดการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตได้
15. GSB Money สะสมแต้มเมื่อมีการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking เพื่อแลกรางวัลและสิทธิพิเศษต่าง ๆ
 16. ดูรายการ Statement ย้อนหลังได้ 5 ปี
 17. จัดการรายชื่อผู้ติดต่อในแอปพลิเคชัน
 18. ระบบแจ้งเตือน Message Alert แบบ Push Notification ในทุกบัญชี
 19. สามารถเปลี่ยนรายละเอียดที่ต้องการแสดงในหน้าแรกได้
 20. เปลี่ยนรหัสผ่านได้ตลอดเวลา
 21. รองรับเมนูทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย
 22. ปรับปรุงโครงสร้างหนี้
 23. Digital Lending ยื่นคำขอสินเชื่อออนไลน์

คุณสมบัติของ Mobile Banking (MyMo)

1. บุคคลธรรมดาอายุไม่ต่ำกว่า 15 ปี
2. เป็นเจ้าของบัญชีเงินฝากประเภทเพื่อเรียกหรือกระแสรายวันในชื่อของตัวเอง
3. มีหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่และโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smartphone ซึ่งมีระบบปฏิบัติการที่รองรับ เช่น ระบบปฏิบัติการ IOS และ Android

ขั้นตอนการสมัครใช้บริการ Mobile Banking (MyMo)

1. ลงทะเบียนได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขา ทั่วประเทศ
2. ดาวน์โหลดและติดตั้งแอปพลิเคชัน Mobile Banking (MyMo)
3. เปิดใช้งาน Activate ครั้งแรก ตามขั้นตอนเพื่อตั้งค่า Mobile Banking (MyMo)
4. เข้าสู่ระบบเริ่มต้นให้บริการ

ด้านความปลอดภัยของ Mobile Banking (MyMo)

แอปพลิเคชันมีการกำหนดความปลอดภัย ผ่านระบบ Secure Socket Layer (SSL) โดยมีการเข้ารหัสป้องกันการดักจับข้อมูลระหว่างใช้งานทาง Data Encryption รหัสผ่านจะมีระบบเข้ารหัสที่มีความซับซ้อนก่อนเก็บข้อมูลในฐานข้อมูล เป็นการส่งข้อมูลทางเดียว เพื่อเทียบเคียงข้อมูลที่ได้จากลูกค้าเท่านั้นและระบบ Auto Logout หากลูกค้าไม่ได้ออกจากระบบ Mobile Banking ในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่แอปพลิเคชันกำหนด ระบบจะดำเนินการออกจากระบบให้โดยอัตโนมัติ

ซึ่งในปี 2562-2566 ธนาคารออมสินได้มีวิสัยทัศน์ ต้องการจะเป็นผู้นำในการส่งเสริมการออม เสริมสร้างความสุขและความมั่นคง เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล สอดคล้องกับพันธกิจในการให้บริการทางการเงินครบวงจรที่ล้ำสมัย ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและเหนือความคาดหวังภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ Mobile Banking จึงเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการดำเนินงานธุรกิจธนาคารให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ธนาคารตั้งไว้

แนวคิดทฤษฎีและแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) นี้ ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจ อธิบาย และคาดการณ์หรือทำนายเกี่ยวกับการที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมใด ๆ นั้น สามารถทำนายจากการวัดความเชื่อ (Beliefs) ทศนคติ (Attitudes) และความตั้งใจ กระทำ (Intention) ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวพัฒนาขึ้นโดย Fishbein and Ajzen (1975) โดยทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) และได้เสนอกรอบความเกี่ยวข้องกันระหว่างความเชื่อ (Beliefs) ทศนคติ (Attitude) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งแนวคิดของทฤษฎีดังกล่าวเชื่อว่า มนุษย์โดยปกติจะเป็นผู้มี เหตุผลและใช้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อตนเองอย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุถึงการตัดสินใจของตน อีกทั้ง พฤติกรรมของมนุษย์ไม่ได้ถูกกำหนดโดยขาดการพิจารณามาก่อน ซึ่งการพิจารณาสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมและความตั้งใจปฏิบัติพฤติกรรมของบุคคลจะมีตัวกำหนดที่สำคัญ 2 ประการ คือ ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward Performing the Behavior) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ในการที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น โดยที่พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) กล่าวคือ ความเชื่อของคนเราถูกเปลี่ยนเป็นความตั้งใจ (Intension) และความตั้งใจมีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยประเด็น หลักของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. พฤติกรรมส่วนมากอยู่ภายใต้การควบคุมของเจตนาของบุคคล ดังนั้น เจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ของบุคคลจึงเป็นตัวกำหนดกับการกระทำ
2. เจตนาเชิงพฤติกรรมขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย ได้แก่

2.1. ปัจจัยส่วนบุคคล โดยเป็นการประเมินทางบวกหรือทางลบ ของบุคคลต่อการกระทำ ซึ่ง เรียกว่า “เจตคติพฤติกรรม” และขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำและการประเมินผล การกระทำ

2.2. ปัจจัยทางสังคม โดยเป็นการประมาณของบุคคลว่าตนจะมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) เพียงใด ซึ่งนี้ กลุ่มอ้างอิง หมายถึง บุคคลใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อบุคคลผู้นั้น โดยกลุ่มอ้างอิงขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำของตน (Normative Belief) ซึ่งหมายถึงความเชื่อที่ว่าบุคคลแต่ละคนที่อยู่ในกลุ่มอ้างอิงประสงค์จะให้ตนทำหรือไม่ทำ พฤติกรรมนั้นเพียงใด และยังขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to comply)

3. ความสำคัญของทัศนคติต่อพฤติกรรมและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับเจตนาเชิงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมเอง กล่าวคือ พฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจถูกกำหนดโดยทัศนคติต่อพฤติกรรมมากกว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่วนพฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทั้งสองได้เช่นกัน ความสำคัญของปัจจัยทั้งสองอาจแตกต่างกัน จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง

4. ตัวแปรภายนอก เช่น ตัวแปรชีวะสังคม ทัศนคติต่อเป้าหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนั้น ๆ หรือบุคลิกภาพ จะมีอิทธิพลเมื่อตัวแปรนั้น ๆ มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อพฤติกรรม และมีอิทธิพลต่อการ คล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หรือมีอิทธิพลต่อน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรทั้งสองนี้ต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

5. การกำหนดพฤติกรรมที่จะศึกษาจำเป็นต้องกำหนด โดยคำนึงถึงปัจจัย ได้แก่

5.1 การกระทำ (Action) จะต้องกำหนดว่าเป็นการกระทำอย่างเดี่ยว หรือเป็นกลุ่มการกระทำ

5.2 เป้าหมาย (Target) หมายถึง เป้าหมายของการกระทำ

5.3 เวลา (Time) หมายถึง เวลาที่พฤติกรรมที่เราสนใจศึกษาจะเกิดขึ้น

5.4 บริบท (Context) หมายถึง สถานการณ์ที่พฤติกรรมที่เราสนใจศึกษาจะเกิดขึ้น โดยทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) นี้ แสดงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค และสามารถคาดการณ์หรือทำนายได้โดยสมการ

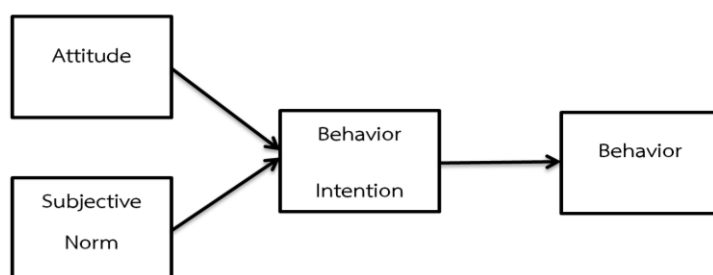
$$B \sim BI = W1 (A) + W2 (SN)$$

โดยที่ B หมายถึง พฤติกรรม (Behavior) BI หมายถึง ความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม (Behavioral Intention)

A หมายถึง ทศนคติต่อการกระทำในพฤติกรรม (Attitude toward Performing the Behavior)

SN หมายถึง การคล้อยตามสิ่งอ้างอิง (Subjective Norm)

W1 และ W2 หมายถึง น้ำหนักความสำคัญของทศนคติ กับการคล้อยตามสิ่ง อ้างอิงตามลำดับ



ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA)
ที่มา : Fishbein and Ajzen (1975)

ทศนคติต่อพฤติกรรม (Behavioral Attitudes)

Fishbein and Ajzen (1975) ทศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมมีผลมาจากความเชื่อของบุคคลว่าการกระทำในพฤติกรรมใด ๆ นั้น จะมีผลที่ได้รับแน่นอนและมีการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมานั้น

การคล้อยตามสิ่งอ้างอิง (Subjective Norm)

ตัวแบบแรกในงานวิจัย Fishbein and Ajzen (1975) กล่าวว่า ความเชื่อต่อพฤติกรรมและการประเมินผลลัพธ์ของการกระทำ มีความเพียงพอในการคาดการณ์หรือทำนายความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมนั้น อย่างไรก็ตาม ได้มีตัวแบบต่อมาที่สนับสนุนว่ากลุ่มของความเชื่อที่เกิดจากการคล้อยตามสิ่งอ้างอิง หรืออิทธิพลของสิ่งอ้างอิง (Subjective Norm) เป็นปัจจัยหนึ่งในการทำนายความตั้งใจในการกระทำด้วย โดยกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) จะมีอิทธิพลต่อการกระทำพฤติกรรมมากหรือน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับความสำคัญต่อบุคคลนั้น ๆ

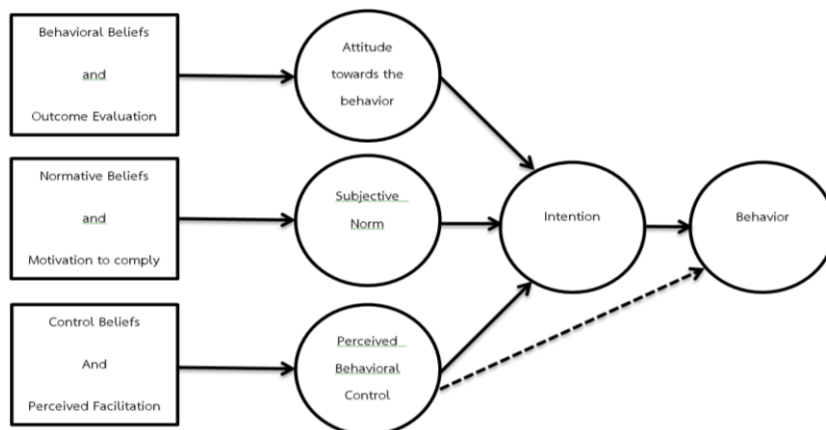
ความเชื่อ ทศนคติ และความตั้งใจกระทำ (Beliefs, Attitudes, and Intentions)

ความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทศนคติและความตั้งใจกระทำ ยังไม่มีความชัดเจนเนื่องจาก การวัดทศนคติได้กำหนดการวัดทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งตามทฤษฎี TRA กล่าวว่าทศนคติเป็น

ส่วนหนึ่งของความเชื่อ ดังนั้นการวัดความเชื่อที่มีความถูกต้องและการประเมินผลลัพธ์จากการกระทำ จึงความเพียงพอในการวัดทัศนคติ โดยมีงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีการวัดทัศนคติแบบโดยตรงหรือวัด การแสดงออก (Affect) พบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการกระทำน้อยกว่างานวิจัยที่ วัดทัศนคติโดยทางอ้อมหรือวัดจากความเชื่อ (Beliefs) โดยประโยชน์หลักของแบบจำลอง นี้เป็นการ รวมเอาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งเป็นตัวแปรที่มีบทบาทสำคัญในสถานการณ์ เช่น ปัจเจกบุคคลจะ ยอมรับเทคโนโลยีและตัดสินใจใช้เทคโนโลยี ตลอดจนการตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน (Application) จากโทรศัพท์มือถือไอโฟน (iPhone) นั้น หากถ้าบุคคลที่พวกเขาต้องการติดต่อสื่อสาร ด้วยล้วยนใช้เทคโนโลยีเหล่านั้นหรือในกรณีของการศึกษาของผู้วิจัยในครั้ง อาจกล่าวได้ว่า โดยทั่วไป แรกกดดันให้ดาวน์โหลดหรือใช้แอปพลิเคชัน (Application) มักจะมาจากกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มสังคม ของตน

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

เป็นทฤษฎีที่ศึกษา ทัศนคติและอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดย ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TPB) พัฒนาเพิ่มเติมจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action :TRA) ซึ่ง หลักการของทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TPB) กล่าวว่า การแสดง พฤติกรรมของมนุษย์ (Human behavior) จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral intention) และสิ่งที่มี อิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น ประกอบด้วยปัจจัย หลัก 3 ประการ ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อ พฤติกรรม (Attitudes towards the behavior) บรรทัดฐาน ของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม (Subjective norm about the behavior) และการรับรู้ถึงการ ควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการ แสดงพฤติกรรมใด ๆ (Perceived behavioral control of the behavior) โดยการรับรู้ถึงการ ควบคุมพฤติกรรมนี้ ยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมด้วย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าวตาม ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TPB)



ภาพที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB)

ที่มา : Ajzen (1991)

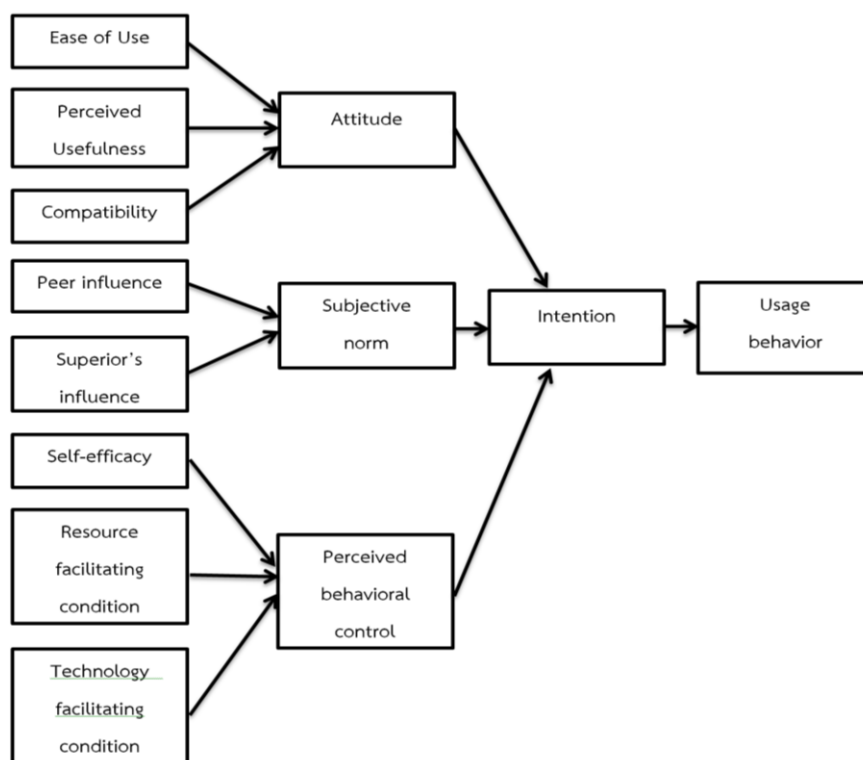
ปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitudes)

มีผลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral intention) กล่าวคือ การประเมินของบุคคลที่มีต่อภาพรวมของพฤติกรรมใด ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อเกี่ยวกับผลที่จะตามมาจากพฤติกรรม (Behavioral beliefs) และการประเมินหรือตัดสินใจผลที่ตามมาในทางบวกหรือทางลบนั้น พบว่า หากผลการประเมินของบุคคลต่อผลที่ตามมาเป็นบวกบุคคลดังกล่าวจะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น และในทางตรงข้ามหากผลการประเมินเป็นลบบุคคล ดังกล่าวจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม (Subjective norm) คือการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความคาดหวัง หรือความต้องการของสังคมที่มีต่อบุคคลนั้น ในการที่จะกระทำหรือไม่กระทำ พฤติกรรมใด ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อของบุคคลต่อความต้องการของสังคม (Normative beliefs) โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนใกล้ชิดกับบุคคลนั้น อาทิ คนในครอบครัว เป็นต้น ที่ต้องการจะให้บุคคลนั้น แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และการประเมินหรือตัดสินใจความเชื่อนั้นในทางบวกหรือทางลบ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ (Perceived behavioral control) คือ ความรู้สึกยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ ซึ่งเกิดจากความเชื่อของบุคคลที่มีต่อปัจจัยที่อาจส่งเสริมหรือขัดขวางการแสดงพฤติกรรมนั้น (Control beliefs) และการรับรู้ถึงกำลังหรือความสามารถของปัจจัยดังกล่าว ที่มีต่อความเชื่อมั่นที่จะทำให้บุคคลสามารถแสดงพฤติกรรมได้หรือไม่

ทฤษฎีการกระจายตัวของพฤติกรรมตามแบบแผน (Decomposed Theory of Planned Behavior: DTPB)

พัฒนาขึ้นโดย Todd and Taylor มาจากความเชื่อพื้นฐานจากทฤษฎีทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน และโครงสร้างของทฤษฎี แบบจำลองพฤติกรรมตามแผน ในรูปแบบ DTPB ทัศนคติอันนับบรรทัดฐานและการควบคุม พฤติกรรมการรับรู้จะถูกแยกย่อยออกเป็นโครงสร้างเล็ก ๆ หลายมิติ นี่เป็นคำอธิบายที่ครอบคลุม มากขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแบบแผนในการยอมรับเทคโนโลยี รูปแบบมีความสัมพันธ์กับการ บริหารจัดการมากขึ้นโดยชี้ไปที่ปัจจัยบางอย่างที่อาจมีผลต่อการยอมรับและการใช้งานรูปแบบ DTPB นี้ยังใช้ประโยชน์จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TAM) เนื่องจากระบุความเชื่อที่เด่นชัดซึ่ง อาจมีผลต่อการใช้งานไอที รวมถึงข้อได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์ความ เข้ากันได้ต่ออิทธิพลเชิงกฎเกณฑ์ (บรรทัดฐานอันตนัย) ประสิทธิภาพและสภาพความเอื้ออำนวยซึ่งเป็น ปัจจัยสำคัญในการกำหนด พฤติกรรมของมนุษย์ ทฤษฎีการกระจายตัวของพฤติกรรมตามแบบแผน (DTBP) มีความเกี่ยวข้องกับการบริหาร จัดการมากขึ้นโดยชี้ไปที่ปัจจัยบางอย่างที่อาจมีผลต่อ

การยอมรับและการใช้งานและเป็นที่เข้าใจได้ มากขึ้นอันเป็นผลมาจากการมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยเฉพาะ ด้านของบริบทการวิจัยการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้น จึงถูกใช้เป็นกรอบของรูปแบบการวิจัยเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของ ธนาคารออมสิน



ภาพที่ 4 ทฤษฎีการกระจายตัวของพฤติกรรมตามแบบแผน (DTBP)
ที่มา : Todd and Taylor (1995)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Foster (1973) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง การรับรู้ของบุคคลจากการเรียนรู้ด้วยตนเองเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ บุคคลมีการพิจารณาถึงประโยชน์และความจำเป็นในการใช้งานจนเกิดความแน่ใจว่าจะได้รับประโยชน์อย่างแน่นอน จึงทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีนั้นขึ้น

Rogers (1983) ได้ให้คำนิยาม การยอมรับเทคโนโลยีไว้ว่า หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจนำเทคโนโลยีใหม่ไปใช้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากมองเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่แล้ว ซึ่งกระบวนการการยอมรับเทคโนโลยีในแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน อันเนื่องมาจาก เงื่อนไข

ลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ และลักษณะของเทคโนโลยี ซึ่งกระบวนการยอมรับ (Adoption Process) ของ Rogers ประกอบไปด้วย 5 ระยะ ดังนี้

ระยะแรก เป็นระยะตื่นตัว (Awareness Stage) เป็นระยะที่บุคคลรับรู้ว่ามีเทคโนโลยีที่ถูกเปิดเผยขึ้น เป็นครั้งแรก แต่ยังคงขาดข้อมูล หรือความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ในระหว่างขั้นตอนนี้ แต่ละบุคคลยังไม่ได้รับแรงบันดาลใจที่จะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่นัก

ระยะที่สอง สนใจ (Interest Stage) เป็นระยะที่บุคคลมีการเสาะหาเกี่ยวกับข้อมูล หรือรายละเอียดอย่างกระตือรือร้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่

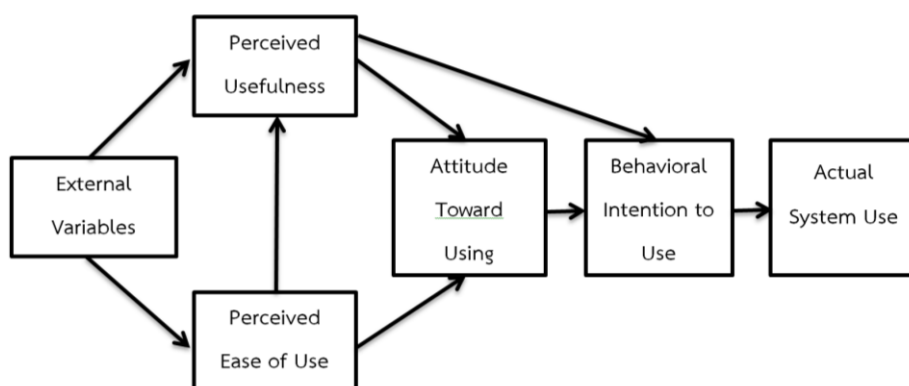
ระยะที่สาม ประเมินผล (Evaluation Stage) เป็นระยะที่บุคคลใช้ความคิดในการพิจารณาว่าจะยอมรับเทคโนโลยีใหม่หรือไม่ โดยการดูระหว่างข้อดีกับข้อเสียของการใช้เทคโนโลยีใหม่ จากนั้นจึงตัดสินใจว่าจะนำมาใช้หรือปฏิเสธเทคโนโลยีนั้น

ระยะที่สี่ ทดลอง (Trial Stage) เป็นระยะที่บุคคลมีการนำเทคโนโลยีใหม่มาทดลองใช้ ในระหว่างขั้นตอนนี้ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีการค้นคว้าข้อมูล และคำนึงถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี เพื่อให้ทราบว่าเทคโนโลยีใหม่นั้นสามารถสนองต่อความต้องการในการใช้งานของแต่ละบุคคลได้หรือไม่

ระยะสุดท้าย เป็นระยะยอมรับ (Adoption Stage) เป็นระยะที่บุคคลตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ขั้นตอนนี้เกิดจากการสื่อสารในตัวเองและสื่อสารกับผู้อื่น เพื่อให้ได้ผลการตัดสินใจที่เหมาะสมโดยจะนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้อย่างต่อเนื่อง

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A technology acceptance model หรือ TAM) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับในการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นการปรับแต่งเพิ่มเติมต่อจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action หรือ TRA) เพื่อพัฒนาเป็นแบบจำลอง TAM และใช้ศึกษาในบริบทการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ โดยไม่นำบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม เข้ามาใช้เป็นปัจจัยในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ที่เกิดขึ้น (Davis, 1989) โดยทฤษฎี TAM นี้มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use)



ภาพที่ 5 แบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model:TAM)
ที่มา : Davis (1989)

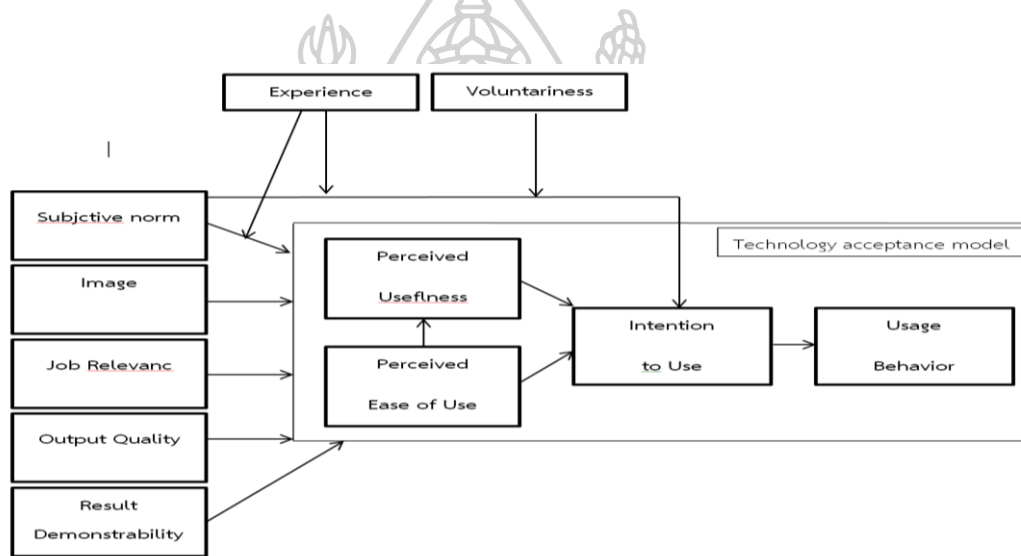
ซึ่งจุดประสงค์ของ TAM คือ การอธิบายและคาดการณ์การยอมรับระบบเทคโนโลยีของผู้ใช้งานโดยได้ตั้งสมมุติฐานว่า การที่ยอมรับเทคโนโลยีของแต่ละบุคคลนั้นมาจากปัจจัยหลักทั้ง 2 ปัจจัย คือ การรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) หมายถึง การรับรู้ว่าการใช้นั้นใช้งานง่ายสะดวกไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เทคโนโลยีใดที่ใช้งานง่ายและสะดวกไม่ซับซ้อนมีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับหรือความตั้งใจที่จะใช้และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้โดยส่งผ่านพฤติกรรมการความง่ายในการใช้งานนอกจากนี้ยังพบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์

การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) หมายถึง การรับรู้ว่าการใช้ระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ

แต่อย่างไร TAM ก็ยังถูกวิจารณ์ถึงข้อบกพร่องที่ไม่สามารถอธิบายถึงปัจจัยที่เป็นเหตุให้เกิดการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการละเลยปัจจัยที่มีความสำคัญมารวมพิจารณาในแบบจำลอง เช่น ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านสังคมปัจจัยส่วนบุคคล ที่อาจมาจากการรับเทคโนโลยีใหม่และการรับรู้ถึงการใช้ง่ายประโยชน์ เช่น ผลกระทบที่อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรหรือรายละเอียดขั้นตอนการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 2

Venkatesh and Davis (2000) เป็นผู้เสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 2 (Technology Acceptance Model 2 : TAM 2) โดยนำเอา TAM มาวิเคราะห์หาข้อจำกัดของแบบจำลองที่ยังขาด การอธิบายถึงตัวแปรผันแปร Variables หรือ ปัจจัย Determinants ต่าง ๆ จะมีผลต่อการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ของเทคโนโลยีสารสนเทศได้เพิ่มปัจจัยอีก 8 ตัวเข้าไปในแบบจำลอง ปัจจัยเหล่านี้ถูกระบุว่าเป็นสาเหตุ (Antecedence) ที่มาก่อนการรับรู้ถึงควมมีประโยชน์ (Stigzelius, 2011) และถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย (1) กลุ่มของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสังคม Social Influence และ (2) กลุ่มของปัจจัยที่มีลักษณะประจำของระบบ (System Characteristics) ปัจจัยสองกลุ่มนี้ถูกนำมาใช้ประกอบกันเป็นโครงสร้างของแบบจำลองดังแสดงใน



ภาพที่ 6 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM 2)

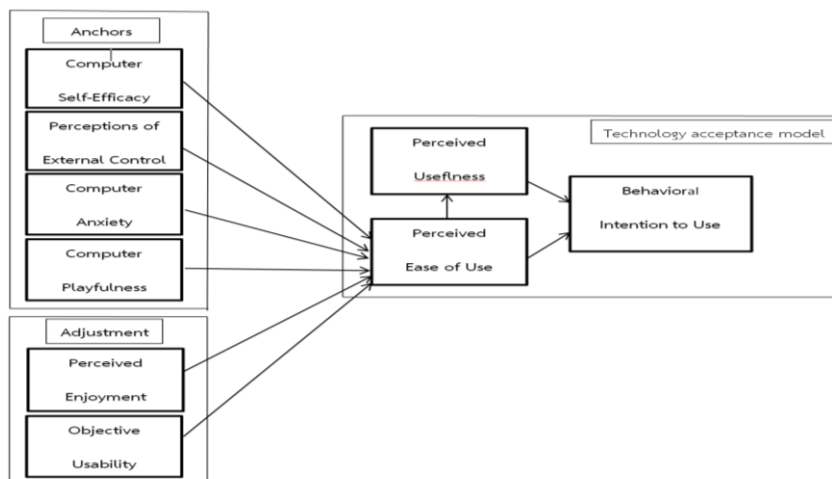
ที่มา Venkatesh and Davis (2000)

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อสังคมประกอบด้วย บรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย (Subjective Norm) และ ภาพลักษณ์ (Image) ส่วนปัจจัยอื่นที่เหลือจะอยู่ในกลุ่มลักษณะประจำของระบบประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับงาน (Job Relevance) ผลลัพธ์ที่สามารถพิสูจน์ได้ (Result Demonstrability) คุณภาพของผลลัพธ์ที่ได้ (Output Quality) และการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) นอกจากนี้ในแบบจำลองจะมีตัวแปรที่จัดเป็นตัวดำเนินการ (Moderators) ประกอบด้วย ความสมัครใจ (Voluntariness) ซึ่งเป็น ระดับของการรับรู้ถึงการที่จะนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ด้วยความสมัครใจ (Venkatesh and Davis, 2000) และ ประสบการณ์ (Experience) ซึ่งเป็นระดับของความชัดเจน ที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา

Venkatesh and Davis (2000) ทดสอบแบบจำลองการใช้งานระบบในสภาพที่ถูกบังคับ (Mandatory Setting) เปรียบเทียบกับสภาพที่สมัครใจ (Voluntary Setting) โดยทำการศึกษาคณาณามกบผู้ปฏิบัติงานประมาณ 150 คน ที่ใช้ระบบสารสนเทศทั้งหมด 4 ระบบ แบ่งเป็นระบบงานที่ถูกบังคับให้ต้องใช้จำนวนสองระบบ และเป็นระบบงาน ที่ให้ใช้โดยสมัครใจอีกสองระบบ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้ใช้และรายงานการใช้งานของผู้ใช้ด้วยตนเอง โดยแบ่งออก 3 ช่วงเวลา คือ ก่อนการใช้งานระบบ หลังการใช้งานระบบหนึ่งเดือน และ หลังการใช้งานระบบได้สามเดือนจากผลการศึกษาที่ได้ TAM2 สามารถอธิบายในรายละเอียดได้ชัดเจนว่าการที่ผู้ใช้รับรู้ได้ว่าสารสนเทศมีประโยชน์นั้นมาจากสาเหตุประการใดบ้างทั้งในสภาพที่ถูกบังคับและในสภาพที่สมัครใจอย่างไรก็ตามมีข้อยกเว้นสำหรับตัวแปรบรรทัดฐานเชิงจิตวิสัยที่ผลการศึกษาแสดงผลเฉพาะในสภาพที่ถูกบังคับแต่จะไม่มีผลกระทบต่อรับรู้ถึงความมีประโยชน์ในสภาพที่ผู้ใช้งานสมัครใจแม้ว่า TAM 2 จะได้รับการปรับปรุงในเรื่องการอธิบายการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ แต่อย่างไรก็ตาม TAM 2 ยังคงได้รับการวิจารณ์ถึงจุดบกพร่องที่จากการอธิบายถึงสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 3

Venkatesh and Bala (2008) เป็นผู้เสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี 3 (Technology Acceptance Model 3: TAM 3) เป็นการนำแบบจำลองที่ TAM 2 มาปรับปรุงโดยเพิ่มปัจจัยต่าง ๆ มีผลต่อการรับรู้ถึงความง่าย ในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าไปปัจจัยที่ว่านี้ได้มาจากงานวิจัยของ Venkatesh (2000) ที่ได้ทำการสร้างแบบจำลองปัจจัยการรับรู้ใช้งานได้ง่าย (Model of the Determinants of Perceived Ease of Use) โครงสร้างแบบจำลองดังกล่าวแสดงไว้ในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แบบจำลองของปัจจัยการรับรู้ถึงการใช้ง่าย (TAM2)

Venkatesh (2000)

แบบจำลองการรับรู้ถึงใช้งานง่าย จำแนกปัจจัยออกเป็นสองกลุ่ม (Venkatesh and Bala, 2008) คือ กลุ่มปัจจัยที่เป็นหลัก (Anchors) ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อทั่วไป (General Beliefs) เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และกลุ่มที่เป็นปัจจัยปรับเปลี่ยน (Adjustments) ที่แสดงถึงความเชื่อที่ถูกปรับเปลี่ยนไปอันเนื่องจากประสบการณ์ตรง (Direct Experience) ที่ได้รับจากระบบงานที่ใช้ กลุ่มที่เป็นปัจจัยหลัก ประกอบด้วย สมรรถนะของตนเองด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Self-Efficacy) การรับรู้ต่อการควบคุมจากภายนอก (Perception of External Control) และ ความวิตกกังวลคอมพิวเตอร์ (Computer Anxiety) ความสนุกสนานของคอมพิวเตอร์ (Computer Playfulness) กลุ่มที่เป็นปัจจัยปรับเปลี่ยนประกอบด้วย ความสนุกสนานที่รับรู้ได้ (Perceived Enjoyment) และการใช้ประโยชน์ได้ตามวัตถุประสงค์ (Objective Usability)

Venkatesh and Bala (2008) ได้ทำการทดสอบแบบจำลอง TAM 3 โดยทำการศึกษาภาคสนาม ข้อมูลที่ใช้ถูกรวบรวมจากองค์กรสี่แห่งที่กำลังเตรียมจะนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มาติดตั้งใช้งาน เนื่องจากผู้วิจัยต้องการให้ TAM 3 มีความเป็นสามัญ (Generalization) มากที่สุดจึงกำหนดให้องค์กรทั้งสี่ที่นำมาศึกษามีความแตกต่างกันทั้งขนาดกลุ่มอุตสาหกรรมการดำเนินงานและบริบทอื่นเกี่ยวข้องรวมทั้งประเภทของเทคโนโลยีสารสนเทศที่จะนำมาใช้ก็มีลักษณะที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โดยรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จากแบบสอบถามที่แบ่งการทดสอบออกเป็นสี่ช่วงเวลา คือ ทันทีหลังการฝึกอบรมการใช้งาน หลังระบบใช้งานได้หนึ่งเดือน หลังระบบใช้งานได้สามเดือน และหลังระบบใช้งานได้ 5 เดือน จากผลการทดสอบพบว่าแบบจำลอง TAM 3 สามารถอธิบายได้ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ถึงความมีประโยชน์และปัจจัยที่มีผลต่อความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในเกณฑ์ที่ดีตามแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน

นอกจากนั้น TAM 3 ยังสามารถช่วยผู้บริหารในการตัดสินใจว่าควรใช้รูปแบบหรือวิธี อย่างไรก็ตามในการเข้าแทรกแซง (Intervention) เพื่อที่จะให้เกิดผลกระทบต่อปัจจัยต่าง ๆ และช่วยให้มี โอกาสสูงมากขึ้นที่ผู้ใช้งานในองค์กรจะยอมรับในระบบสารสนเทศใหม่ที่กำลังจะติดตั้งงาน สำหรับงานวิจัยด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ที่มีการใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ถึงประโยชน์และวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยีเพื่ออธิบายพฤติกรรมการยอมรับบริการอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ดังกล่าว พบว่า TAM สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสอง ต่อการยอมรับบริการอินเทอร์เน็ตแบบคิงซ์ได้เช่นกัน (Luarn and Lin, 2005) แม้ว่าแบบจำลองการยอมรับ เทคโนโลยีจะสามารถอธิบายถึงปัจจัยที่ นำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยี Davis (1989) ได้เสนอแนะการศึกษาวิจัยการยอมรับเทคโนโลยีในอนาคตควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Luarn and Lin, 2005) คือปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงการใช้งานง่ายในการใช้เทคโนโลยี ไม่เพียงพอในการ อธิบายถึงพฤติกรรมการตั้งใจไปสู่การใช้บริการ

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง จึงมีการศึกษา อีกหลายปัจจัยเป็นงานวิจัยต่อยอดจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)

จากการศึกษาข้างต้น สรุปได้ว่า ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) นี้ ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็น เครื่องมือในการทำความเข้าใจ อธิบาย และคาดการณ์หรือทำนายเกี่ยวกับการที่บุคคลจะแสดง พฤติกรรมใด ๆ นั้น สามารถทำนายจากการวัดความเชื่อ (Beliefs) ทศนคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) โดยทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ (Knowledge) และทศนคติ (Attitude) และได้เสนอกรอบความเกี่ยวข้องกันระหว่าง ความเชื่อ (Beliefs) ทศนคติ (Attitude) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) ซึ่งแนวคิดของทฤษฎีดังกล่าวเชื่อว่า มนุษย์โดยปกติจะเป็นผู้ที่มีเหตุผลและใช้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อตนเอง อย่างเป็นระบบเพื่อให้บรรลุถึงการตัดสินใจของตน อีกทั้ง พฤติกรรมของมนุษย์ไม่ได้ถูกกำหนดโดย ขาดการพิจารณามาก่อน ซึ่งการพิจารณาสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมและความตั้งใจปฏิบัติพฤติกรรม ของบุคคลจะมีตัวกำหนดที่สำคัญ 2 ประการ คือ ทศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward Performing the Behavior) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ในการที่จะกระทำ พฤติกรรมนั้น โดยที่พฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) กล่าวคือ ความเชื่อของคนเราถูก เปลี่ยนเป็นความตั้งใจ (Intention) และความตั้งใจมีผลต่อการแสดงพฤติกรรม โดยที่ทฤษฎี พฤติกรรมตามแผน (TPB) พัฒนาเพิ่มเติมจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action :TRA) ซึ่ง หลักการของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) กล่าวว่าการแสดงพฤติกรรมของ มนุษย์ (Human behavior) จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral intention) และสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ทศนคติที่มีต่อ พฤติกรรม (Attitudes towards the behavior) บรรทัดฐานของบุคคล เกี่ยวกับพฤติกรรม (Subjective norm about the behavior) และการรับรู้ถึงการควบคุม พฤติกรรมของตนเองในการ แสดงพฤติกรรมใด ๆ (Perceived behavioral control of the behavior) โดยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมนี้ ยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรม ทฤษฎีการ กระจายตัวของพฤติกรรมตามแบบแผน มาจากความเชื่อพื้นฐานจากทฤษฎีทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบ แผน และโครงสร้างของทฤษฎี แบบจำลองพฤติกรรมตามแผน ในรูปแบบ DTPB ทศนคติอันน้อย บรรทัดฐานและการควบคุม พฤติกรรมการรับรู้จะถูกแยกย่อยออกเป็นโครงสร้างเล็ก ๆ หลายมิติ นี้เป็นคำอธิบายที่ครอบคลุม มากขึ้นเกี่ยวกับพฤติกรรมตามแบบแผนในการยอมรับเทคโนโลยี รูปแบบมีความสัมพันธ์กับการ บริหารจัดการมากขึ้นโดยชี้ไปที่ปัจจัยบางอย่างที่อาจมีผลต่อการ ยอมรับและการใช้งานรูปแบบ DTPB นี้ยังใช้ประโยชน์จากทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (TAM) เนื่องจากระบุความเชื่อที่เด่นชัดซึ่ง อาจมีผลต่อการใช้งานไอที รวมถึงข้อได้เปรียบเชิงสัมพัทธ์ความ เข้ากันได้หรืออิทธิพลเชิงกฎเกณฑ์ (บรรทัดฐานอันน้อย) ประสิทธิภาพและสภาพความเอื้ออำนวยซึ่งเป็น

ปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ทฤษฎีที่มีการยอมรับในการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นการปรับแต่งเพิ่มเติมต่อจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The theory of reasoned action หรือ TRA) เพื่อพัฒนาเป็นแบบจำลอง TAM และใช้ศึกษาในบริบทของการยอมรับการใช้ระบบสารสนเทศ โดยไม่นำบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมเข้ามาใช้เป็นปัจจัยในการพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ที่เกิดขึ้น (Davis, 1989) โดยทฤษฎี TAM นี้มีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use)

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

มินา อ่องบางน้อย (2553) กล่าวว่า ความไว้วางใจ คือ ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกัน การติดต่อระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าที่เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดจะเกิดความไว้วางใจ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกมั่นใจต่อสินค้าหรือบริการ ความไว้วางใจกลายเป็นตัววัดทางสัมพันธภาพที่สามารถจับต้องยากระหว่างองค์กรกับลูกค้ากัน

Morgan and Hunt (1994) กล่าวว่า ความไว้วางใจมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดลักษณะข้อผูกมัดเพื่อแสดงสัมพันธภาพระหว่างลูกค้าและองค์กรความไว้วางใจ คือ สภาพความเป็นจริงเมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นโดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (Integrity) โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและขนานกับกรอบแนวคิดทางการตลาดที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพ และจิตวิทยา

Moorman, Deshpande and Zaltman (1992) กล่าวว่า ความไว้วางใจ คือ ความเต็มใจที่จะวางใจต่อหุ้นส่วนการแลกเปลี่ยนของคนคนหนึ่งด้วยความเชื่อมั่นซึ่งมีกรอบแนวคิด คือ การรับรู้ว่าคุณบริโภคต้องมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรธุรกิจด้วย ความสนใจอย่างที่สุดในระหว่างการใช้บริการอยู่นั้น ความเชื่อมั่นดังกล่าวจะเกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภค พิจารณาผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือก 2 ประการ คือ ความน่าเชื่อถือมากที่สุดและมีความซื่อสัตย์จริงใจอย่างสูง

Kim, Ferrin and Rao (2008) กล่าวว่า ความไว้วางใจ (Trust) จะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) กล่าวคือ หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ในระดับสูง จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อสินค้า หรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่สูงขึ้นตามไปด้วย

Larzelere and Huston (1980) กล่าวว่า สิ่งสำคัญ 2 ประการ นั้นเป็นลักษณะของความไว้วางใจของผู้บริโภคหรือผู้ให้บริการ มีความสำคัญอย่างสูงต่อสิ่งที่เรียกว่าความสม่ำเสมอ ความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์ ความยุติธรรม ความสามารถ ความมีน้ำใจและความเมตตากรุณา

Parasuraman Berry and Zeithaml (1985) ให้ความหมายของความเชื่อมั่นว่า ความเชื่อมั่น หมายถึง ความสามารถให้เกิดความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องมีศักยภาพที่บ่งบอกว่าจะมีความสามารถในการบริการที่ดี ความสามารถในการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล กิริยามารยาทงาม บอกกล่าว สื่อสารอย่างชัดเจน และตอกย้ำให้ผู้รับบริการมั่นใจว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

Marshall (2000) ได้ให้นิยามของความไว้วางใจไว้ว่า ความไว้วางใจเป็นผลสะท้อนที่เกิดจากความเชื่อมั่นและความซื่อสัตย์ของบุคคลที่มีต่อคุณลักษณะและความสามารถของบุคคล

Mishra (1996) ได้ให้นิยามของความไว้วางใจไว้ว่า เป็นความเต็มใจของบุคคลที่มีความมั่นใจคงต่อบุคคลอื่น โดยมีความเชื่อว่าบุคคลนั้นเป็นบุคคลที่มีความสามารถ มีความเปิดเผย ให้ความสนใจ ห่วงใยและให้ความน่าเชื่อถือ

Robbins (2000) ให้นิยามของความไว้วางใจไว้ว่าเป็นความคาดหวังในทางบวกต่อบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการพูด การกระทำหรือการตัดสินใจที่กระทำตามสมควรแล้วแต่โอกาส

Gefen (2000) ได้ให้ นิยามของความไว้วางใจไว้ว่าเป็นความเชื่อถือที่มีต่อบุคคลอื่นอย่างเต็มใจ ซึ่งความเชื่อมั่นเป็น เครื่องมือที่สำคัญในการติดต่อระหว่างกันในทางธุรกิจ

นอกจากนี้ ได้แบ่งลักษณะความเชื่อถือไว้วางใจ ออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของความเชื่อถือไว้วางใจซึ่งกันและกันของสองฝ่าย โดยฝ่ายที่จะเชื่อถือในอีกฝ่ายหนึ่ง (trustor) และฝ่ายที่ถูกเชื่อถือ (Trustee) พึ่งพากันและกันเพื่อประโยชน์ร่วมกัน

2. ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ของความเชื่อถือไว้วางใจและความเสี่ยง ไม่มีสิ่งใดเป็นการรับประกันให้มั่นใจว่าฝ่ายที่ถูกเชื่อถือ จะยังคงอยู่บนความหวังของฝ่ายที่จะเชื่อถือในอีกฝ่ายหนึ่ง

3. ฝ่ายที่จะเชื่อถือในอีกฝ่ายหนึ่ง มีความเชื่อในความเปิดเผย (Honesty) ความเมตตากรุณา (Benevolence) และเชื่อว่า (Believes) ฝ่ายที่ถูกเชื่อถือ จะไม่โกหกหลอกลวงหรือมีพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ

Wang and Emurian (2005) แบ่งลักษณะความเชื่อถือไว้วางใจ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ฝ่ายที่เชื่อถือในอีกฝ่ายหนึ่ง และฝ่ายที่ถูกเชื่อถือ ทั้งสองฝ่ายอาจเป็นบุคคลองค์กร และ สินค้าหรือบริการ การพัฒนาความเชื่อถือไว้วางใจขึ้นอยู่กับความสามารถของฝ่ายที่ถูก

เชื่อถือ จะทำให้ฝ่ายที่จะเชื่อถือในอีกฝ่ายหนึ่งสนใจ และฝ่ายที่จะเชื่อถือในอีกฝ่ายหนึ่งจะมอบระดับความเชื่อถือไว้วางใจให้กับฝ่ายที่ถูกเชื่อถือ

2. ความไม่มั่นคง (Vulnerability) หมายถึง ความเชื่อถือไว้วางใจเป็นสิ่งที่ไม่มั่นคงในสภาพแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอนและมีความเสี่ยง ฝ่ายที่จะเชื่อถือในอีกฝ่ายหนึ่ง ต้องยินดีที่จะทำให้ ตัวเองน่าเชื่อถือไว้วางใจเพื่อที่จะลดความเสี่ยงของการสูญเสียบางสิ่งบางอย่างที่สำคัญและพึ่งพาฝ่าย ที่ถูกเชื่อถือ ที่มีความมั่นคง

3. การกระทำ (Produced Actions) หมายถึง ความเชื่อถือไว้วางใจนำไปสู่การกระทำของ พฤติกรรมที่มีความเสี่ยง รูปแบบการกระทำขึ้นอยู่กับสถานการณ์และบางการกระทำก่อให้เกิดความ กังวลทั้งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน

4. เหตุผลส่วนบุคคล (Subjective Matter) หมายถึง ความเชื่อถือไว้วางใจเป็นเรื่องส่วนตัว จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับผลกระทบจากความแตกต่างของแต่ละบุคคลและสถานการณ์ คนที่ 41 แตกต่างกันมีความเชื่อถือไว้วางใจในสถานการณ์ที่แตกต่างกันและมีขนาดของความเชื่อถือไว้วางใจต่อ ฝ่ายที่ถูกเชื่อถือแตกต่างกัน

Crotts and Turner (1999) ให้นิยามถึงความไว้วางใจ ส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับความไว้วางใจที่มีต่อกันว่า แต่ละฝ่ายจะกระทำหรือแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่ส่งผลประโยชน์สูงสุดแก่อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งรูปแบบหรือระดับความไว้วางใจนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 ความไว้วางใจแบบไร้เหตุผล (Blind Trust) คือ ความไว้วางใจที่เกิดขึ้นจากการ มีข้อมูลความรู้ไม่เพียงพอ จึงใช้หลักการที่ไร้เหตุผลมากำหนดความไว้วางใจที่มีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง

ระดับที่ 2 ความไว้วางใจแบบมีแผน (Calculative Trust) คือ ความไว้วางใจที่ใช้หลักการด้านค่าใช้จ่าย หรือผลประโยชน์ ในทางฉ้อฉลหรือในทางมิชอบมาตัดสินใจเพื่อดำเนินความสัมพันธ์ต่อไป

ระดับที่ 3 ความไว้วางใจที่สามารถพิสูจน์ได้ (Verifiable Trust) คือ ความไว้วางใจที่ฝ่ายหนึ่งสามารถจะทำการตรวจสอบการกระทำอีกฝ่ายหนึ่งได้ตามความสามารถว่า มีความเหมาะสมและสมควรแก่การให้ความไว้วางใจหรือไม่

ระดับที่ 4 ความไว้วางใจที่ได้รับมอบจากอีกฝ่ายหนึ่ง (Earned Trust) คือ ความไว้วางใจที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ฝ่ายหนึ่งได้รับมาจากการกระทำของอีกฝ่ายหนึ่ง

ระดับที่ 5 ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Reciprocal Trust) คือ ความไว้วางใจที่ทั้งสองฝ่ายมีให้ต่อกัน (Mutual trust) นั้นหมายถึง ฝ่ายหนึ่งให้ความไว้วางใจอีกฝ่ายหนึ่ง เพราะฝ่ายนั้นให้ความไว้วางใจในตัวเอง

Stern (1997) กล่าวว่า ความไว้วางใจคือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสาร ในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดความคุ้นเคยเพื่อ ครอบงำลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 5C ได้แก่

1. การสื่อสาร (Communication) : Self-disclosure and Sympathetic Listening พนักงานควรจะสื่อสารกับลูกค้าในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าอบอุ่นใจได้ พนักงานควรแสดงความเปิดเผยจริงใจและ พร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้าเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเต็มใจแสดงความรู้สึกและความคิดร่วมกัน
2. ความใส่ใจและการให้ (Caring and Giving) ความเอาใจใส่และความพร้อมที่จะให้ นั้น กลายเป็นคุณสมบัติของความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่ประกอบด้วยความเอื้ออาทร ความอบอุ่น และความรู้สึกปกป้อง ซึ่งมีผลให้ลูกค้ารู้สึกดี
3. การให้ข้อผูกมัด (Commitment) ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า องค์กรควรจะยอมเสียผลประโยชน์ เพื่อคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
4. การให้ความสะดวกสบาย (Comfort) หรือความสอดคล้อง (Compatibility) ความเอาใจ ใส่ลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกสบาย
5. การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง (Conflict Resolution) และการไว้วางใจ (Trust) ถ้าองค์กรสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจได้ จะดีกว่าการที่องค์กรต้องแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งกับลูกค้า นั่นคือ องค์กรควรจะแสดงความรับผิดชอบด้วยการออกตัวไว้มาก่อนว่า ถ้าลูกค้าพบสิ่งใดที่สงสัยหรือไม่ ชอบใจในสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าคิดว่าตนจะเสียเปรียบ ขอให้ลูกค้าสอบถามเพื่อให้พนักงานได้รับ ชี้แจงโดยเร็ว ก่อนที่ลูกค้าจะรู้สึกโกรธหรือไม่พึงพอใจในสินค้าและบริการ

การสร้าง ความไว้วางใจ

การสร้าง ความไว้วางใจคือการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และปัจจัยแห่งความสำเร็จ ซึ่ง Millar (2009) ชี้แจงว่าการสร้างความไว้วางใจ หรือ Trust ประกอบไปด้วยตัวอักษร 5 ตัวนั้น คือ TRUST ซึ่งหมายถึงปัจจัย 5 อย่างที่จะช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นและยั่งยืนกับลูกค้า

1. T = Truth ความจริง เรื่องที่ลูกค้าไม่สามารถยอมรับได้ คือการโกหก เป็นสิ่งที่จะไปทำลายความไว้วางใจของลูกค้าได้มากที่สุด ความซื่อสัตย์เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการซึ่งความซื่อสัตย์จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีและยาวนาน

2. R = Reliability ความน่าเชื่อถือ คือความไว้วางใจจะเกิดขึ้นเมื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุก ๆ ครั้งที่ผู้ให้บริการและติดตามผลหลังการขาย สิ่งที่เกิดขึ้นคือความไว้วางใจ

3. U = Understanding ความเข้าใจ เมื่อผู้ให้บริการสามารถทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้และใช้คำถามที่แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความสนใจ นั้นหมายถึงเราได้ทำให้เกิดความไว้วางใจขึ้นในทางธุรกิจ

4. S = Service การบริการ การบริการลูกค้าที่เป็นรายบุคคล เป็นวิธีการสร้างความไว้วางใจที่ดีที่สุด

5. T = Take your time การใช้เวลา ทุกปัจจัยที่กล่าวในข้างต้น ต้องใช้เวลาอย่างมากในการสร้าง ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องหมั่นติดตามผล หมั่นเข้าหาลูกค้าโดยการไปพบช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และส่งสินค้าตรงเวลา กล่าวคำขอบคุณต่อลูกค้าอย่างเสมอ ๆ

TRUST ทั้ง 5 ตัวอักษรนี้เป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อผู้ทำงานด้านบริการลูกค้าที่จำเป็นจะต้องจดจำให้ได้ขึ้นใจและยึดเป็นหลักธรรมประจำใจ ประจำกาย เพื่อนำไปปฏิบัติเพื่อที่จะสามารถก้าวไปให้ถึงเป้าหมายได้ ซึ่งก็คือการพิชิตใจของลูกค้าอย่างยาวนานและยั่งยืน

McAllister (1995) ได้ศึกษาปัจจัยความไว้วางใจบนพื้นฐานของการรับรู้ (Cognition-based Trust Antecedents) จากการสังเกตการรับรู้ที่เกิดจากผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติและลักษณะของผู้ขายออนไลน์จาก 3 ตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว (Perceived Privacy) คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) และ การรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย (Perceived Security) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว (Perceived Privacy) เป็นการรับรู้ของผู้ใช้งานจากความเป็นไปได้ที่ผู้ทำธุรกิจออนไลน์จะพยายามปกป้องข้อมูลที่เป็นความลับของผู้ใช้งานที่ถูกเก็บรวบรวมในระหว่างการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจะไม่มีเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาต จากความกังวลของผู้ใช้งานเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ทำธุรกิจออนไลน์นำมามาตรการป้องกันความเป็นส่วนตัวมาใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อการรับรู้ และส่งเสริมให้ผู้ใช้งานทำธุรกรรมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

2. คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) เป็นการรับรู้ทั่วไปของผู้ใช้งานในด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งคุณภาพของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตนั้น มีความหลากหลาย ตั้งแต่ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงสูงและเชื่อถือได้ไปจนถึงข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้น ผู้ใช้งานที่มีศักยภาพจึงมีแนวโน้มที่จะตระหนักถึงข้อมูลบนเว็บไซต์ให้มีข้อมูลที่ถูกต้อง และสมบูรณ์เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจของผู้ใช้งาน

3. การรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย (Perceived Security) เป็นการรับรู้ของผู้ใช้งานที่มีต่อผู้ทำธุรกิจออนไลน์ในการตอบสนองต่อความปลอดภัย เมื่อผู้ใช้งานค้นพบถึงคุณลักษณะด้านความปลอดภัยบนเว็บไซต์ จะส่งผลต่อความสามารถในการรับรู้ถึงความตั้งใจของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในระหว่างการทำธุรกรรมออนไลน์

เช่น นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย ความปลอดภัยในเรื่องของระบบการรับชำระเงิน อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจซื้อ เนื่องจากมาตรการรักษาความปลอดภัย จะช่วยให้ผู้ใช้งานไว้วางใจมากขึ้นและช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกรรมแบบจำลอง

ความสำคัญของความไว้วางใจ

1. ความไว้วางใจมีความสำคัญมาก ๆ ต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไม่ว่าจะอยู่ในสถานภาพหรือบทบาทไหน เมื่อคนมีความไว้วางใจกันก็เป็นที่มาของความสุขในการดำเนินชีวิตและการทำงาน ที่ไม่ต้องหวาดระแวงกับคนรอบข้าง

2. ความไว้วางใจเป็นหัวใจหรือรากฐานที่ทำให้เกิดความรักความอบอุ่นในครอบครัว ที่ทำให้ครอบครัวและสังคมน่าอยู่มากขึ้น

3. ความไว้วางใจยังเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลกล้าทำในสิ่งต่าง ๆ ทั้งที่สิ่งนั้นไม่เคยทำมาก่อน แต่เกิดความมั่นใจและเชื่อใจกับสิ่งที่ทำ คนรอบข้าง ผู้บังคับบัญชา ลูกน้อง และระบบของหน่วยงานที่สนับสนุนการทำงานหรือการทำสิ่งต่าง ๆ จึงทำให้คนนั้นประสบความสำเร็จ เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในงานและในสังคม ที่คนอื่นสามารถนำมาต่อยอดและเกิดประโยชน์กับหน่วยงานและสังคมมากมายต่อไป แต่ถ้าปราศจากความไว้วางใจ ก็จะไม่มีการกล้าเสี่ยงที่จะทำอะไร ก็ไม่เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้กับชีวิตและสังคม

4. ความไว้วางใจเป็นหัวใจหรือรากฐานในการทำงานเป็นทีม และ เป็นหัวใจสำคัญแห่งการร่วมมือกันทำงาน ที่หลายหน่วยงานพยายามที่จะสร้างทีมงานและกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการทำงาน เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน

สุดท้ายแล้วความไว้วางใจไม่สามารถร้องขอได้หรือไม่สามารถบังคับได้ แต่เกิดจากการกระทำของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดการยอมรับ และเป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ที่จะเกิดขึ้นตามมา

หลักการขั้นพื้นฐานของความไว้วางใจ

Robbins (2000) ให้หลักการขั้นพื้นฐานของความไว้วางใจ ไว้ดังนี้

1. ความไม่ไว้วางใจทำให้สูญเสียความไว้วางใจ (Mistrust drives out trust) บุคคลที่มีความไว้วางใจต่อบุคคลอื่นจะแสดงออก โดยการเปิดเผย ร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวข้อง เพราะมีความตั้งใจจริง ส่วนบุคคลที่ไม่มีความไว้วางใจต่อบุคคลอื่น แสดงออกโดยการไม่เปิดเผยข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็น มีพฤติกรรมฉวยโอกาสหาประโยชน์ให้กับตนเอง บุคคลเหล่านี้จะมีผลทำให้บุคคลที่มีความไว้วางใจ เกิดความรู้สึกไม่ไว้วางใจขึ้น ดังนั้น บุคลากรที่ไม่มีความไว้วางใจจำนวนเล็กน้อย ก็อาจจะส่งผลเสียเกิดขึ้นให้กับทั้งองค์กรได้

2. ความไว้วางใจก่อให้เกิดความไว้วางใจ (Trust begets trust) การแสดงออกถึงความไว้วางใจของบุคคลจะก่อให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ผู้นำที่มีศรัทธาภาพจะเพิ่มความไว้วางใจให้เกิดขึ้นทีละน้อยโดยการกำหนดขอบเขตของการลงโทษหรือไม่มีการลงโทษเลยเมื่อเกิดความไว้วางใจขึ้นแล้วในองค์กร

3. ตำแหน่งที่สูงขึ้นมักเป็นโอกาสให้ทำในสิ่งที่ไม่น่าไว้วางใจ (Growth offer makes mistrust) ตำแหน่งที่สูงขึ้น ทำให้ผู้นำมีโอกาสที่จะแสวงหาอำนาจและความรับผิดชอบเพื่อส่งเสริมตำแหน่งของตนเอง ในสภาพแวดล้อมเช่นนี้ ผู้นำมักแก้ปัญหาแบบตายตัวอย่างรวดเร็วเพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจพบจากผู้นำระดับสูง และมักทิ้งปัญหาความไม่ไว้วางใจให้กับผู้ที่เข้ามาดูแลหน้าที่ของตัวเองต่อ ดังนั้น ผู้นำจึงควรอยู่ในตำแหน่งในระยะเวลาสั้นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงผลที่ตามมาจากการตัดสินใจซึ่งเกิดจากการกระทำที่ไม่น่าไว้วางใจของผู้นำ

4. การลดขนาดองค์กรจะทดสอบระดับความไว้วางใจ (Decline or downsizing test the Highest levels of trust) การลดคนหรือขนาดองค์กร มักทำลายสภาพแวดล้อมที่มีความไว้วางใจเพราะการปลดบุคลากรขององค์กรออกไปมีผลทำให้บุคลากรที่เหลือเกิดความไม่มั่นคงในงาน

5. ความไว้วางใจเสริมสร้างความสามัคคี (Trust increases cohesion) ความไว้วางใจจะยึดเหนี่ยวบุคคลให้อยู่ร่วมกันด้วยความเชื่อมั่นว่า บุคลากรมีความเชื่อถือซึ่งกันและกัน ถ้าบุคคลเกิดปัญหาต้องการความช่วยเหลือ เขาจะมั่นใจได้ว่าจะได้รับการช่วยเหลือทันที และเมื่อพบกับความยากลำบาก สมาชิกในกลุ่มจะร่วมมือกันทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มร่วมกัน

6. ความไม่ไว้วางใจทำลายกลุ่มของตนเอง (Mistrusting groups self-distrust) เมื่อสมาชิกกลุ่มไม่ไว้วางใจบุคคลในกลุ่ม พวกเขาจะไม่ยอมรับและตีตัวออกห่าง และเริ่มสนใจกับความต้องการของตนเองมากกว่าความต้องการของกลุ่มสมาชิก ดังนั้น สมาชิกในกลุ่มที่เกิดความไม่ไว้วางใจมักเกิดความเคลือบแคลงสงสัยสมาชิกอื่น ๆ ในกลุ่ม แต่ละบุคคลจะปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง และไม่เปิดเผยข้อมูลให้กับสมาชิกในกลุ่ม ปฏิบัติเหล่านี้จะทำลายกลุ่มสมาชิกเหล่านี้ในที่สุด

7. ความไม่ไว้วางใจลดผลผลิต (Mistrust generally reduces productivity) ไม่อาจกล่าวได้ว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งจำเป็นในการเพิ่มผลผลิต แต่ความไว้วางใจมักก่อให้เกิดการลดผลผลิตอยู่เสมอ

จากการศึกษาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเต็มใจที่จะวางใจต่อกัน เมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นโดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ และความซื่อสัตย์จริงใจ โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด สำหรับในทางธุรกิจ การรับรู้ว่าคุณสมบัติต้องมีความเชื่อมั่นต่อองค์กรธุรกิจด้วย ความสนใจอย่างที่สุดในระหว่างการใช้บริการอยู่นั้น ความเชื่อมั่นดังกล่าวจะเกิดขึ้น เมื่อผู้บริหารพิจารณาผู้ให้บริการที่เป็นทางเลือก 2 ประการ คือ ความน่าเชื่อถือมากที่สุดและ

มีความซื่อสัตย์จริงใจอย่างสูง ความสามารถให้เกิดความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า ผู้ให้บริการจะต้องมีศักยภาพที่บ่งบอกว่ามีความสามารถในการบริการที่ดี ความสามารถในการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งความไว้วางใจของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีการตั้งใจใช้

Fishbein and Ajzen (2010) ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง ความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดง พฤติกรรมของการใช้งาน จากการศึกษาความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ความตั้งใจเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม และเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้มีความพยายามเพื่อที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นยิ่งบุคคลมีความตั้งใจและพยายามมากเพียงใด ความเป็นไปได้ที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมก็มีมากเท่านั้น

Ajzen and Fishbein (1980) ความตั้งใจ เป็นตัวที่สามารถชี้ให้เห็นว่าบุคคลมีการวางแผนมากน้อยอย่างไรในการแสดงออกของพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งความตั้งใจที่จะกระทำนี้จะยังอยู่กระทั่งถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสมบุคคลจึงแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับความตั้งใจ พฤติกรรมของบุคคลอยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ความตั้งใจสามารถนำไปสู่การกระทำของพฤติกรรมบุคคลได้ บุคคลจะพิจารณาถึงผลของการกระทำทั้งหลายก่อนที่จะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรมนั้น ดังนั้น การอธิบายหรือทำนายพฤติกรรมที่ดีที่สุด คือ การศึกษาถึงความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ถ้าสามารถวัดความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมได้แล้ว ก็จะสามารถอธิบายพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

Fishbein and Ajzen (1975) ความตั้งใจ หมายถึง ความคิดที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา โดยองค์ประกอบที่สำคัญในตัวบุคคลคือ พื้นฐานของความรู้ ความจำและเจตนาคติซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดความตั้งใจและผลักดันให้มีพฤติกรรมนั้น ๆ ความตั้งใจ กระทำเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A Theory of Reason Action) โดย ความตั้งใจกระทำพฤติกรรมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ทักษะคติหรือความรู้สึกที่มีต่อ การกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรม องค์ประกอบแรกนั้นเป็นการรับรู้และการตัดสินใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำพฤติกรรม ส่วนองค์ประกอบที่สองขึ้นอยู่กับสถานการณ์เชิงสังคม กล่าวคือ ขึ้นอยู่กับความคิดของคนทั้งหลายที่เข้าใกล้ชิดและเกี่ยวข้องด้วย เช่น พ่อแม่พี่น้องญาติๆ เพื่อนๆ เป็นต้น บุคคลเหล่านี้ เห็นว่าเขาควรกระทำพฤติกรรมนั้นหรือไม่และแรงจูงใจที่จะคล้อยตาม คนที่เข้าใกล้ชิดเกี่ยวข้องด้วยแต่ละคนมีมากน้อยเพียงใด ดังนั้นสององค์ประกอบนี้เองที่ทำให้การทำนายพฤติกรรมจากความตั้งใจมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในที่สุด ดังนั้นทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ทักษะคติต่อพฤติกรรมและสังคมจะเป็นตัวร่วม กำหนดความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม โดยพฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจจะได้รับปัจจัยทั้งสอง

เท่า ๆ กัน แต่บางพฤติกรรมองค์ประกอบทางด้านทัศนคติอาจเป็นตัวกำหนดมากกว่าสังคมของนักศึกษาและในบางพฤติกรรม ของกลุ่มอ้างอิงอาจมีอิทธิพลมากกว่าทัศนคติต่อพฤติกรรม ซึ่ง ความสำคัญของปัจจัยทั้งสองนี้ อาจแตกต่างกันของแต่ละบุคคล นอกจากปัจจัยทั้ง 2 ตัวที่ กล่าวมาแล้ว ยังได้กล่าวถึงปัจจัยที่ เป็นตัวแปรอื่น ๆ ที่เรียกว่า “ตัวแปรภายนอก “ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ถือเป็นตัวแทนปัจจัยต่าง ๆ ที่ถือเป็นตัวแทนภายนอกตามทฤษฎีได้แก่

- 1) บุคลิกภาพ เช่น เป็นคนประเภทอัตตนิยม เป็นพวกชอบเก็บตัวหรือแสดงตัว
- 2) ตัวแปรด้านประชากร เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติชนชั้นในสังคม
- 3) องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น บทบาทในสังคม สถานะทางสังคม การเรียนรู้ทางสังคม

เซาร์ปัญญา รูปแบบความเกี่ยวข้องหรือรูปแบบความสัมพันธ์ในหมู่เครือญาติ ตัวแปรภายนอกเหล่านี้ ตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกกับพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือไม่มี ความสัมพันธ์แต่จะมีผลโดยอ้อมกับพฤติกรรม กล่าวคือ ตัวแปรภายนอกจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เฉพาะ เมื่อมันมีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่ อยู่ในกรอบของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ผลของตัว แปร ภายนอกจะถูกเชื่อมโดยความเชื่อ เช่น ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อความเชื่อที่บุคคลยึดถือ กระทำให้ มีอิทธิพลต่อทัศนคติและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ซึ่งจะมีผลต่อความตั้งใจที่ จะกระทำ พฤติกรรม และส่งผลไปถึงพฤติกรรมในที่สุด อย่างไรก็ตามถึงแม้จะเป็นที่ ยอมรับว่าความตั้งใจของ บุคคลสามารถ ที่จะทำนายพฤติกรรมได้แต่ในบางกรณีอาจจะมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จะมีผลให้บุคคล มีความตั้งใจ เปลี่ยนไปได้

- 1) ช่วงระยะเวลาระหว่างการจัดความตั้งใจที่ จะกระทำพฤติกรรมและการ สังเกตพฤติกรรม ถ้าเว้นช่วงระยะเวลาหนึ่งนานขึ้นอาจจะมีผลให้ความตั้งใจที่จะปฏิบัติเปลี่ยนแปลง ไปพฤติกรรม เปลี่ยนแปลงไปหรืออาจถูกคาดหวังว่าต่ำลงได้

- 2) การได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ตัวบุคคลได้รับทราบรายละเอียดหรือข้อมูล ใหม่ที่ผิดไปจาก ความรู้เดิมที่มีอยู่ทำให้ความเชื่อเปลี่ยนแปลงไป ความตั้งใจที่จะปฏิบัติก็เปลี่ยนไป เช่นกัน

- 3) จำนวนหรือลำดับขั้นของพฤติกรรม แต่หากการแสดงพฤติกรรมหรือการ ปฏิบัตินั้นต้อง ผ่านขั้นตอนมากมายหรือต้องอาศัยบุคคลอื่นหรือสิ่งอื่นช่วยจะทำให้ความสัมพันธ์ ระหว่างความตั้งใจ ที่จะกระทำพฤติกรรมและพฤติกรรมจะถูกคาดหวังลดลงอีก ทำให้บุคคลนั้น เปลี่ยนความตั้งใจและ ล้มเลิกไม่ปฏิบัติได้

- 4) ความสามารถของบุคคล เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะเป็นอุปสรรค ความตั้งใจของ บุคคลเป็นเพียงการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมแต่ถ้าบุคคลไม่มีความสามารถที่จะ ปฏิบัติได้ก็ไม่มีทาง ที่พฤติกรรมนั้นๆ จะออกมาได้

5) ความจำแม้ว่าบุคคลจะมีความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม แต่เมื่อถึงเวลาจริงๆ กลับจำไม่ได้ว่าจะต้องทำหรือลืมพฤติกรรมก็จะไม่เกิดขึ้น

6) อุปนิสัย ความตั้งใจของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมหนึ่งพฤติกรรมใด บางครั้งขึ้นอยู่กับ นิสัย บางคนชอบละเลยในสิ่งที่ควรจะทำหรือผัดวันประกันพรุ่งถึงแม้ตั้งใจจะทำแต่ก็ไม่ได้ทำเสีย ที่ทำให้ไม่ตรงกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง

Engel et al. (1995) ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจนั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจกับปัจจัยต่าง ๆ ที่จะใช้กำหนดความตั้งใจของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยที่มาจากตัวบุคคลหรือปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้น ปัจจัยที่มาจากตัวบุคคลได้แก่ลักษณะบุคลิกภาพของตัวผู้บริโภค ซึ่งเป็นสิ่งที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการแรงจูงใจทัศนคติความสามารถในการรับรู้ข่าวสารความสามารถในการปรับตัว ในกรณีของปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นนั้นจะต้องทำการศึกษเกี่ยวกับลักษณะของตัวกระตุ้น เพื่อที่จะได้สามารถนำมาใช้ในการกระตุ้นความสนใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งเราจะต้องทำการพิจารณาในด้านที่เกี่ยวข้องกับขนาดสีสนัการเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดอื่นจุดยืนของสินค้าความแปลกใหม่ ซึ่งตัวกำหนดเป็นสิ่งที่เราสามารถควบคุมได้นำมาใช้ในการวางแผนดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการรับข้อมูล

Howard (1994) กล่าวว่าความตั้งใจซื้อและใช้บริการคือสภาพทางจิตใจ (Mental State) ที่สะท้อนการวางแผนของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าตราสินค้าใด ๆ จำนวนเท่าไรในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

Mowen and Minor (1998) ได้อธิบายว่าความตั้งใจซื้อและใช้บริการเป็นความตั้งใจของผู้บริโภคในการกระทำที่ได้มา (Acquisition) การจัดการ (Disposition) และการใช้สินค้าหรือบริการ

Fitzsimons and Morwitz (1996) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อและใช้บริการของผู้บริโภค โดยมีการซักถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อและใช้บริการของผู้บริโภค พบว่าคำตอบของผู้บริโภคนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การใช้สินค้าของผู้บริโภคและทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า

พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2545) กล่าวว่า ความตั้งใจ (Intention) หมายถึงการเอาใจจดจ่อซึ่งเป็นการตัดสินใจที่จะเลือกหรือกระทำในวิธีใดวิธีหนึ่งมีทิศทางแน่นอนของจิตมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนต่อสิ่งที่ปรารถนาและแสดงออกตามที่มีทัศนคติหรือมีความเชื่อต่อสิ่งนั้น

มนทกานต์ เมฆธา (2546) ความตั้งใจไว้เป็นสิ่งที่สามารถบ่งชี้ได้ว่าบุคคลมีการวางแผนมากน้อยเพียงใดในการกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ซึ่งความตั้งใจที่จะกระทำนี้จะยังอยู่จนกระทั่งถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสม จากนั้นบุคคลจึงจะแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับความตั้งใจ ดังนั้น ถ้าสามารถวัดความตั้งใจในการกระทำได้ ก็จะสามารถอธิบายพฤติกรรมได้อย่างถูกต้องและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

จากการศึกษาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่า ความตั้งใจ หมายถึง การแสดงพฤติกรรมหรือการตัดสินใจจะทำการใดการหนึ่งโดยมีแบบแผนหรือใช้ความพยายามที่จะทำพฤติกรรมนั้น

ความตั้งใจได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติและตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมนั้น ซึ่งความตั้งใจที่จะกระทำนี้จะยังอยู่จนกระทั่งถึงเวลาและโอกาสที่เหมาะสม จากนั้นบุคคลจึงจะแสดงพฤติกรรมออกมาในลักษณะที่สอดคล้องกับความตั้งใจ ซึ่งในการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคาร ผู้ใช้งานจะมีความความต้องการและความตั้งใจในการใช้งานที่สอดคล้องกับความต้องการของตัวเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) ศึกษาค้นคว้าในหัวข้อเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ “M – Banking” กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดมีจำนวน 600 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 – 30 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากปัจจัยทางด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีค่าน้ำหนักความสำคัญที่ 0.844 แสดงถึงการที่ระบบมีการใช้งานที่ง่าย จะส่งผลให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างยิ่ง ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อการยอมรับใช้คือ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) โดยสามารถอธิบายการยอมรับใช้ (Adoption) ได้ร้อยละ 0.69 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดและอิทธิพลต่อการทำให้เกิดการยอมรับใช้ (Adoption) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .882 การที่เกิดการยอมรับใช้เทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบ M – Banking นั้น ได้รับรู้ถึงประโยชน์ แต่ทั้งนี้ในเรื่องของการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ อย่างไรก็ตาม การยอมรับใช้เทคโนโลยี ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับใช้เทคโนโลยี การทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบ M – Banking

ธัญญากร ขวัญใจสกุล (2560) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 200 ชุด ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อช่วยในการวิเคราะห์ตัวแปรและบรรยายข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าฐานนิยมและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน งานวิจัยนี้ได้จัดทำทดสอบสมมุติฐานทางการวิจัย โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณมาวิเคราะห์และพยากรณ์ค่าตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระ และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือข้อมูล 2 ชุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนมากมีอายุระหว่าง 31-35 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001 - 30,000 บาท พบว่า ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบโมบายเพย์เมนต์และความถี่ในการใช้งานระบบโมบายเพย์เมนต์เป็น

ตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวแปรตามคือความตั้งใจในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ ตัวแปรการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบโมบายแบงก์กิ้ง ความถี่ในการใช้งานระบบโมบายแบงก์กิ้ง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการระบบโมบายเพย์เมนต์และความถี่ในการใช้งานระบบโมบายเพย์เมนต์เป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวแปรตามคือความตั้งใจในการใช้งานโมบายเพย์เมนต์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 จึงสรุปได้ว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน ความเชื่อมั่นไว้วางใจในผู้ให้บริการเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับตัวแปรตามคือความตั้งใจในการใช้งาน ระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์

กรณิศรรัตน์ รังสิยารมณ (2560) ปัจจัยที่มีต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 445 ชุด ทำแบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไป การหาค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐานและฐานนิยมและวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ค่าความสัมพันธ์ทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกับข้อมูลทั่วไป และการวิเคราะห์ด้วยวิธีถดถอยพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง ส่วนมากมีอายุระหว่าง 30-39 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 50,000 พบว่า ปัจจัยทางด้านความเชื่อมั่น (TRUST) มีผลต่อพฤติกรรมการกระทำอย่างตั้งใจ เนื่องจากการใช้งานแอปพลิเคชัน ผู้ใช้ย่อมต้องคำนึงถึงความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ส่งผลต่อปัจจัยพฤติกรรมการกระทำอย่างตั้งใจ และพบว่า ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมการกระทำอย่างตั้งใจมีอิทธิพลต่อปัจจัยทางด้านกรยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธนาภา ทิมารัตน์ (2559) ศึกษาค้นคว้าในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน บริบทธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดมีจำนวน 600 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ คำนวณค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมาน เป็นการวิเคราะห์เพื่อใช้ในการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแฝง เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ชัดเจนยิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 – 30 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน สายงานบริหารการเงิน มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท ใช้เทคโนโลยีทางการเงินจากโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากกว่า 1 ปี และวัตถุประสงค์ที่ใช้เพื่อโอนเงิน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางตรงที่ส่งผลให้เทคโนโลยีทางการเงิน

เงินเกิดการให้บริการจริง คือ ความรู้สึกว่า เทคโนโลยีทางการเงินนั้น ๆ มีประโยชน์ ซึ่งสามารถอธิบายถึงความตั้งใจให้บริการจริง ผลการศึกษาในงานวิจัยผู้เชี่ยวชาญ เห็นว่า หากธนาคารมีการพัฒนาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดให้ต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบเอง ผู้บริโภคจะเกิดการรับรู้ ยอมรับการใช้และเกิดการให้บริการจริงเอง

ปิยนุช พละเยี่ยม และชลิตา ศรีนวล (2561) ความตั้งใจให้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจให้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจให้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 385 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.60 มีช่วงอายุมากกว่า 25-35 ปี ร้อยละ 41.80 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 70.40 มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 49.40 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับบริการระบบพร้อมเพย์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และทัศนคติต่อบริการระบบพร้อมเพย์ด้านประโยชน์ของระบบพร้อมเพย์อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งด้านความง่ายในการใช้งานของระบบพร้อมเพย์ และด้านความไว้วางใจต่อบริการระบบพร้อมเพย์อยู่ในระดับเห็นด้วยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทัศนคติด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ความง่ายที่เกิดจากการใช้งาน ความไว้วางใจของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อระดับความตั้งใจให้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นริรัตน์ คงรักษา (2560) อิทธิพลของรูปแบบการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจและความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตออปติงส์ประเภทอุปกรณ์สวมใส่ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้น (Hierarchical regression) ซึ่งเป็นการหาค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) โดยในการหาอิทธิพลทางตรงที่ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 52 เป็นผู้หญิง ร้อยละ 40 มีอายุในช่วง 33-48 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.9 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 61.2 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 33.5 จะเป็นกลุ่มคนประเภท Early Majority ซึ่งเป็นกลุ่มคนประเภทอยากมีบ้าง: เป็นคนรอบคอบ ชอบแบบสบาย ๆ ไม่เป็น

ทางการ ผลการศึกษา พบว่าความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตออฟดิงส์
ประเภทอุปกรณ์สวมใส่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี” นี้เป็นงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยความไว้วางใจ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัย แบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการศึกษา โดยผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไป พัฒนาแนวทางเสนอแนะส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานในอนาคต โดยผู้ศึกษาได้กำหนดหัวข้อของบทที่ 3 ไว้ดังนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย
3. การกำหนดขนาดตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งรวบรวมโดยการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาในการศึกษาวิจัย คือ กลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสิน ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตราชบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในการทำธุรกรรมทางการเงิน จากการเปิดเผยของธนาคารออมสินว่ามีกลุ่มลูกค้า Mobile Banking (MyMo) ในจังหวัดราชบุรีทั้งสิ้น 27,742 คน (ธนาคารออมสินภาค 4, 2562)

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถจะเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรได้ โดยกลุ่มประชากรคือ ทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยทำการสุ่มตัวอย่างประชากรด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกเฉพาะผู้ที่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในเขตจังหวัดราชบุรี

จากการเปิดเผยของธนาคารออมสินว่ามีกลุ่ม ลูกค้า Mobile Banking (MyMo) ในจังหวัดราชบุรี ทั้งสิ้น 27,742 คน (ธนาคารออมสินภาค 4 ประจำปี 2562) จึงทำให้ทราบกลุ่ม ประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973: 125) และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5%

จากสูตร

$$n \geq \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ N แทนขนาดของประชากร

E แทนความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

n แทนขนาดของตัวอย่าง

แทนค่า

$$n \geq \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$\geq \frac{27,742}{1+27742 (0.05)^2}$$

$$\geq 399.98$$

จากการคำนวณ $n > 399.98$ จึงสามารถกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ ต่ำเพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถามที่จะได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถาม จึงได้แจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยให้ลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรีเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถามในเรื่องซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะคำถามปลายปิดใช้วิธีการ Check list จำนวน 6 ข้อ โดยสอบถามข้อมูลดังนี้

- ข้อ 1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อ 2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อ 3. สถานภาพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ข้อ 4. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อ 5. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ข้อ 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจ โดยแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบ Likert scale จำนวน 10 ข้อ โดยปรับปรุงมาจาก ธัญยากร ขวัญใจสกุล (2560) และกรัณทรัตน์ รังสิยามณ (2560)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับเครื่องมือการยอมรับเทคโนโลยี โดยแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบ Likert scale จำนวน 10 ข้อ โดยปรับปรุงมาจาก ธัญยากร ขวัญใจสกุล (2560) และวิศวะ การะเกตุ (2559)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) โดยแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบ Likert scale จำนวน 5 ข้อ โดยปรับปรุงมาจาก กรัณทรัตน์ รังสิยามณ (2560) และ นริรัตน์ คงรักษา (2560)

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับคำถามตามมาตรวัดแบบ Likert scale นั้น มีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็น มากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็น มาก	ให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็น ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็น น้อย	ให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงความคิดเห็น เพื่อให้ผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุงแก้ไข มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การทดสอบเครื่องมือผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อการศึกษา ไปทำการทดสอบหาความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) ที่นำมาใช้ในแบบสอบถาม รวมถึงทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity)

เป็นการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแนวคิดและการใช้ข้อความที่เป็นการแสดงระดับความคิดเห็นโดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทงานที่ศึกษาเกี่ยวกับคำถามในแต่ละข้อ สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเข้าใจในข้อคำถามจึงมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมยิ่งขึ้นหลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) โดยเลือกเฉพาะค่าข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์งานวิจัย ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป มาใช้ส่วนข้อที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 นำมาปรับปรุงให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญโดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อ เนื้อหาทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

การแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

ค่า IOC \geq 1.00: ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยสามารถนำไปใช้ได้

ค่า IOC $<$ 0.50: ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ควรปรับปรุง

โดยกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญดังนี้

1 หมายถึง ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

0 หมายถึง ไม่มีความเห็นข้อคำถามว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ซึ่งผลการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องตามรายละเอียดดังกล่าว ค โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง

3 ท่านให้ความเห็นเหมาะสมทั้งหมด

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยจะหาค่าความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงหลังจากทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนเพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Pilot Test) โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบ (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ (α - coefficient) ค่า α ที่ได้จะแสดงถึงความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงได้โดยกำหนดระดับความน่าเชื่อถือไม่ต่ำกว่า 0.7 เพื่อตรวจสอบความแม่นยำและความเหมาะสมของแบบสอบถามจะสามารถสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจตรงกัน โดยใช้สูตรของ Cronbach' Alpha (1970) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

โดยที่	α	หมายถึง	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	n	หมายถึง	จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม
	$\sum S_i^2$	หมายถึง	ผลรวมความแปรปรวนแต่ละข้อ
	S^2	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

ค่า α จะมีค่าเท่ากับ 0.5 และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 หรือความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95% ถ้าค่าที่ได้จากการทดสอบสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด คือ 0.7 สามารถนำไปใช้ได้

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.983 ตัวแปรด้านความไว้วางใจ มีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.973 ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน มีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.925 ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน มีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.954 ตัวแปรด้านความตั้งใจใช้บริการ มีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.950 ตัวแปรด้านการใช้งานจริง มีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.791

จากการทดสอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟานั้นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.791 – 0.983 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือ สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

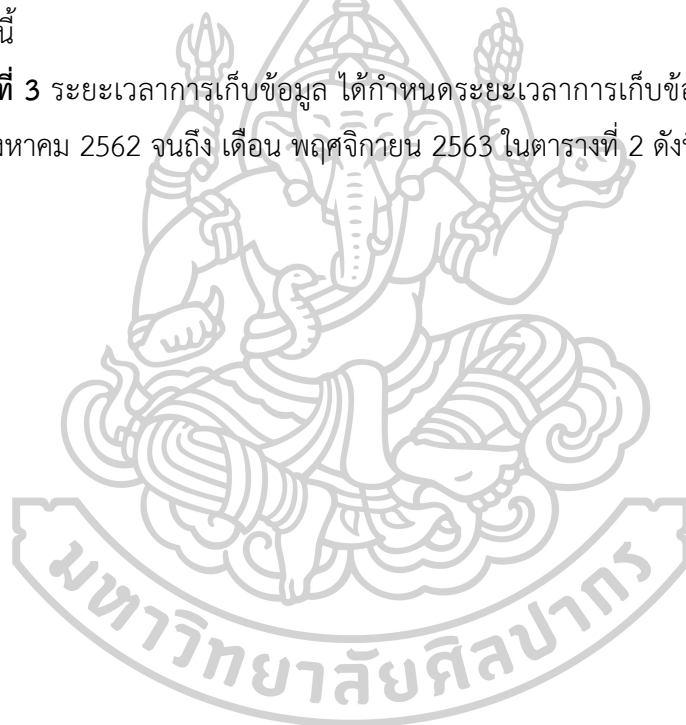
การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก การตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) ของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้คือการขอความร่วมมือจากกลุ่มทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในเขตราชบุรี จำนวน 400 คนในการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษาโดยทำการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยเชิงวิชาการต่าง ๆ และวิชาตำราเรียนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้

ส่วนที่ 3 ระยะเวลาการเก็บข้อมูล ได้กำหนดระยะเวลาการเก็บข้อมูลในการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่เดือน สิงหาคม 2562 จนถึง เดือน พฤศจิกายน 2563 ในตารางที่ 2 ดังนี้



ตารางที่ 2 แสดงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

รายละเอียด การ ดำเนินงาน	ระยะเวลา (เดือน)															
	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย

	62	62	62	62	62	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
1. ทบทวน วรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง			←													
2. การ กำหนด ปัญหาใน การวิจัย	←															
3. จัดทำ โครงร่าง การวิจัย						←										
4. จัดทำ แบบสอบถาม ในการวิจัย									←							
5. เก็บ รวบรวม ข้อมูล ภาคสนาม																
6. วิเคราะห์ ผลข้อมูล																
7. รายงาน วิจัย																
8. นำเสนอ ผลงานวิจัย																

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บแบบสอบถามได้ครบถ้วนตามที่กำหนดไว้แล้ว นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการวิเคราะห์ตามลักษณะของข้อมูล โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กับแบบสอบถามที่ไม่มีความสมบูรณ์ออกจากกัน
2. การลงรหัส (Data Coding) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

3. การประมวลผลข้อมูลที่ส่งรหัสแล้ว นำมาบันทึกด้วยระบบคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป SPSS

4. ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป สามารถแยกวิเคราะห์ได้ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นค่าสถิติพื้นฐานที่ใช้บรรยายคุณลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

4.1.1 ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนแบ่งเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) วิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้านความไว้วางใจและปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีจากสูตรความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

โดยเกณฑ์ที่ใช้แปลความหมายข้อมูลจากมาตรวัด Likert scale แบ่งระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยจำแนกเป็นแต่ละช่วง ซึ่งจะทำการกำหนดช่วงของการวัดไว้ ดังนี้

ระดับ 5 คะแนนตั้งแต่ 4.21-5.00 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วย มากที่สุด

ระดับ 4 คะแนนตั้งแต่ 3.41-4.20 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วย มาก

ระดับ 3 คะแนนตั้งแต่ 2.61-3.40 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วย ปานกลาง

ระดับ 2 คะแนนตั้งแต่ 1.81-2.60 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วย น้อย

ระดับ 1 คะแนนตั้งแต่ 1.00-1.80 หมายถึง ระดับที่เห็นด้วย น้อยที่สุด

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เป็นค่าสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการทดสอบ สมมุติฐาน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้แบบปกติ (Enter Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี โดยจะเป็นการทดสอบว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านความไว้วางใจเป็นการทดสอบว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี โดยผู้วิจัยได้ใช้ตัวแบบดังนี้

$$y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_i x_i + \epsilon$$

- โดยที่ Y = ตัวแปรตาม (Dependent or criterion variable)
 X = ตัวแปรอิสระตัวที่ 1 (Independent or predictor variable)
 α = ค่าคงที่ (Intercept of the line)
 β = ค่าความชันของเส้น (Slope of the line)
 ϵ = ความคลาดเคลื่อนที่

ความหมายของผลลัพธ์ที่ได้จากโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่องานวิจัย มีดังนี้

R คือ ค่าที่แสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดหากค่าที่ได้มีค่าเข้าใกล้ 1 มาก แสดงถึงว่า มีความสัมพันธ์สูงมาก

R Square (R²) คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย ซึ่งจะแสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

Adjusted R Square (Adjusted R²) คือ ค่า R Square ที่มีการปรับแก้ให้เหมาะสม เมื่อข้อมูลที่ใช้มีจำนวนน้อยและตัวแปรอิสระมีจำนวนมาก

Standard Error คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ตัวแปรตามด้วยตัวแปรอิสระ

Beta (β) คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐานสำหรับสร้างสมการพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน จากค่า Beta สามารถบอกได้ว่าตัวแปรอิสระได้มีผลหรืออิทธิพลต่อตัวแปรตามมากหรือน้อยกว่ากัน ถ้า Beta ของตัวแปรอิสระใดมีค่ามาก แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นจะมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมาก

Tolerance คือ ค่าของตัวแปรอิสระ ถ้ามีค่าน้อยมาก (เข้าใกล้ 0) แสดงว่าตัวแปรอิสระนั้นมี Multicollinearity สูงกว่าตัวแปรอิสระอื่น ๆ

Variance Inflation Factor (VIF) คือ ค่าที่คำนวณได้จากส่วนกลับของค่า Tolerance ถ้าค่านี้มีค่ามาก (มากกว่า 10) แสดงว่าตัวแปรนั้นเกิดปัญหา Multicollinearity

t คือ ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบที (t-test)

F คือ ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)

Sig คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในการทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวน 400 คน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูล มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS จากนั้นผู้วิจัยใช้การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายในการแสดงผล ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) จะประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยตารางด้านล่างแสดงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้ง 400 คน

ตารางที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	114	28.5
หญิง	286	71.5
อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	40	10
21-30 ปี	228	57
31-40 ปี	94	23.5
41-50 ปี	20	5
มากกว่า 50 ปี	18	4.5

ตารางที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	284	71
สมรส	102	25.5
หย่าร้าง	8	2
หม้าย	6	1.5
ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา / ปวช. หรือต่ำกว่า	54	13.5
อนุปริญญา / ปวส.	18	4.5
ปริญญาตรี	236	59
ปริญญาโท	92	23
อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	80	20
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	162	40.5
พนักงานบริษัทเอกชน	104	26
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	54	13.5
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	82	20.5
10,001 – 20,000	132	33
20,001 – 30,000	108	27
30,001 – 40,000	40	10
40,001 – 50,000	22	5.5
มากกว่า 50,000 ขึ้นไป	16	4

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 และ เพศชาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่อยู่

ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ลำดับรองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ลำดับรองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ลำดับรองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และลำดับสุดท้ายอยู่ในช่วงอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71 ลำดับรองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ลำดับรองลงมา มีสถานภาพหย่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และลำดับสุดท้ายมีสถานภาพหม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 ลำดับรองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ลำดับรองลงมา มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา ๑ / ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และลำดับสุดท้ายมีระดับการศึกษานุปริญญา / ปวส. จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ลำดับรองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 นักเรียนนักศึกษาจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ลำดับรองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ลำดับรองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ลำดับรองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ลำดับรองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และลำดับสุดท้ายมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 ขึ้นไป บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความไว้วางใจ

แบบสอบถามเกี่ยวกับการความไว้วางใจมีข้อความจำนวน 10 ข้อ ลักษณะคำถาม เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อความไว้วางใจ

ข้อที่	ความไว้วางใจ	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) มีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย (เช่น ระบบ PIN-CODE/SCAN ลายนิ้วมือก่อนการเข้าใช้งาน)	4.31	.695	มากที่สุด	9
2	ท่านไว้วางใจในความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ในการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking (MyMo)	4.35	.677	มากที่สุด	3
3	ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) มีความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.35	.671	มากที่สุด	4
4	ท่านไว้วางใจว่าโครงสร้างด้านกฎหมายและเทคโนโลยีของธนาคารจะปกป้องคุ้มครองท่านอย่างเพียงพอ ถ้าเกิดปัญหาเกี่ยวกับ Mobile Banking (MyMo)	4.27	.735	มากที่สุด	10
5	ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) ใช้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สม่ำเสมอในการให้บริการทุกครั้ง	4.33	.743	มากที่สุด	5
6	ท่านไว้วางใจในการลงทะเบียนเข้าใช้งานว่า Mobile Banking (MyMo) ในครั้งแรกโดยการยืนยันตัวตนบุคคลที่สาขาของธนาคารเท่านั้น	4.32	.768	มากที่สุด	8

ตารางที่ 4 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อความไว้วางใจ (ต่อ)

ข้อที่	ความไว้วางใจ	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
7	ท่านไว้วางใจในการปลดล็อครหัสเข้าใช้งาน Mobile Banking (MyMo) ในกรณีลืมรหัสผ่านที่สาขาของธนาคารป้องกันการเข้ารหัสจากบุคคลอื่น	4.33	.730	มากที่สุด	6
8	ท่านไว้วางใจ Mobile Banking (MyMo) ในการแจ้งเตือนความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ (เช่น การแจ้ง SMS, การแจ้ง E-Slip เป็นต้น)	4.33	.700	มากที่สุด	7
9	ท่านไว้วางใจ Mobile Banking (MyMo) เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)	4.36	.735	มากที่สุด	2
10	โดยภาพรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในระบบ Mobile Banking (MyMo) สม่าเสมอในการให้บริการทุกครั้ง	4.40	.708	มากที่สุด	1
รวม		4.34	.716	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.27-4.40 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคำถาม “โดยภาพรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในระบบ Mobile Banking” อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ท่านไว้วางใจ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)” ซึ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อความไว้วางใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน

แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานมีข้อความจำนวน 5 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตารางที่ 5 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน

ข้อที่	การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	ท่านคิดว่าการออกแบบ Mobile Banking (MyMo) มีความชัดเจนง่ายต่อการใช้งาน	4.17	.781	มาก	5
2	ท่านสามารถดาวน์โหลด Mobile Banking (MyMo) และติดตั้งเพื่อใช้งานได้ สะดวก รวดเร็ว	4.30	.694	มากที่สุด	3
3	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) นั้นมีขั้นตอนที่ใช้งานง่าย และสะดวกที่จะใช้บริการ	4.30	.708	มากที่สุด	2
4	ระบบ Mobile Banking (MyMo) สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ (เช่น Smartphone , Tablet เป็นต้น) โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่าย	4.36	.707	มากที่สุด	1
5	จากประสบการณ์การใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ท่านรู้สึกว่าคุณสามารถเรียนรู้ทำความเข้าใจได้เอง (เช่น คู่มือการลงทะเบียนและใช้งาน แจ้งวิธีและขั้นตอนในการทำธุรกรรม เป็นต้น)	4.27	.741	มากที่สุด	4
รวม		4.24	0.726	มากที่สุด	

จากตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.17-4.36 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคำถาม “ระบบ Mobile Banking (MyMo) สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ (เช่น Smartphone, Tablet เป็นต้น) โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่าย” อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) นั้นมีขั้นตอนที่ใช้งานง่ายและสะดวกที่จะใช้บริการ” ซึ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน

แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานมีข้อความจำนวน 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน

ข้อที่	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) มีความสะดวกมากกว่าการใช้ช่องทางอื่น ๆ	4.36	.641	มากที่สุด	4
2	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ (เช่น ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มและเอกสารในการทำธุรกรรม)	4.42	.652	มากที่สุด	1
3	ระบบ Mobile Banking (MyMo) มีบริการที่หลากหลาย (เช่น บริการ สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี บริการโอนเงิน บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่างๆ บริการเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ ชื้อ/ขายกองทุน	4.35	.699	มากที่สุด	6

ตารางที่ 6 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน (ต่อ)

ข้อที่	การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
4	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงิน แทนการทำธุรกรรมแบบเดิม (เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้ ATM เป็นต้น)	4.42	.620	มากที่สุด	2
5	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) นั้นช่วยให้คุณทำธุรกรรมทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น	4.36	.635	มากที่สุด	5
6	โดยภาพรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึก Mobile Banking (MyMo) มีประโยชน์ต่อท่านให้บรรลุเป้าหมายในการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.38	.668	มากที่สุด	3
รวม		4.38	0.652	มากที่สุด	

จากตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.35-4.42 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคำถาม “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ (เช่น ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มและเอกสารในการทำธุรกรรม” อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินแทนการทำธุรกรรมแบบเดิม (เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้ ATM เป็นต้น” ซึ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจใ้บริการ

แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใ้บริการมีข้อคำถามจำนวน 2 ข้อลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตารางที่ 7 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ

ข้อที่	ความตั้งใจใช้บริการ	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	ท่านจะใช้ Mobile Banking (MyMo) เป็นประจำในอนาคต	4.33	.731	มากที่สุด	1
2	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำ Mobile Banking (MyMo) ให้กับผู้อื่น	4.30	.735	มากที่สุด	2
รวม		4.32	.733	มากที่สุด	

จากตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.30-4.33 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคำถาม “ท่านจะใช้ Mobile Banking (MyMo) เป็นประจำในอนาคต” อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำ Mobile Banking (MyMo) ให้กับผู้อื่น” ซึ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานจริง

แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการมีข้อความจำนวน 2 ข้อลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดประมาณค่าตามแบบของ Likert Rating Scale 5 ระดับ นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ตารางที่ 8 ตารางแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานจริง

ข้อที่	การใช้งานจริง	Mean	SD	ความหมาย	ลำดับ
1	ท่านใช้งาน Mobile Banking (MyMo) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	4.31	.784	มากที่สุด	2
2	การใช้งาน Mobile Banking (MyMo) ทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.35	.741	มากที่สุด	1
รวม		4.33		มากที่สุด	

จากตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานจริง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.31-4.35 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคำถาม “การใช้งาน Mobile Banking (MyMo) ทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง” อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ “ท่านใช้งาน Mobile Banking (MyMo) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ” ซึ่งระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานจริงโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผู้วิจัยทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) ได้แก่ ความไว้วางใจ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ความตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์โดยใช้ Pearson's Correlation Coefficient ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ตัวแปร	1	2	3	4	5
ความไว้วางใจ	1				
การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	.785**	1			
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน	.719**	.801**	1		
ความตั้งใจใช้บริการ	.761**	.730**	.670**	1	
การใช้งานจริง	.736**	.721**	.646**	.839**	1

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01**

การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นการตรวจความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 5 ตัว เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเหมือนเป็นตัวแปรเดียวกัน ผลการทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรความไว้วางใจ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ความตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .646 ถึง .839 ซึ่งมีค่าความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันไม่ถึง 0.9 แสดงว่าตัวแปรในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันไม่สูงจนเกินไปจึงสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในขั้นตอนต่อไปได้

การวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารออมสินโดยใช้การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ตารางที่ 10 ข้อมูลการวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารออมสิน

ตัวแปร	ความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	S.E	β		
ค่าคงที่ (Constant)	.124	.171		.727	.468
ความไว้วางใจ	.310	.068	.270	4.574	.000
การรับรู้ถึงความ ง่ายต่อการใช้งาน	.150	.065	.121	2.321	.021
การรับรู้ถึง ประโยชน์ที่เกิด จากการใช้งาน	.509	.056	.461	9.046	.000
R = 0.793 R ² = 0.629 Adjusted R ² = 0.627					
S.E. = 0.41759 F = 224.137					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 10 การทดสอบเงื่อนไขของ Multiple Regression Analysis การวิเคราะห์ความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากการทดสอบทางสถิติพบว่า ค่า Tolerance มีค่าระหว่าง .268-.361 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าระหว่าง 2.769-3.731 จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ทุกตัวแปร และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร (Hair J.F., 2006)

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 62.70 (Adjusted R Square)

อิทธิพลของความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า ด้านความไว้วางใจ ($\beta = 0.270$ Sig = .000) ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ($\beta = 0.121$ Sig = 0.021) ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.1

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ($\beta = 0.461$ Sig = 0.000) ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.2

อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี โดยการใช้การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ตารางที่ 11 ข้อมูลการวิเคราะห์อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

ตัวแปร	การใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	S.E	β		
ค่าคงที่ (Constant)	.788	.117		6.754	.000
ความตั้งใจใช้ บริการ	.821	.027	.839	30.722	.000
R = 0.839 R ² = 0.702 Adjusted R ² = 0.703					
S.E. = 0.36466 F = 943.859					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์พบว่า อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี โดยมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 70.20 (Adjusted R Square)

อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า ด้านความตั้งใจใช้บริการ ($\beta = 0.839$ Sig = .000) ส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จากการสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี จำนวน 400 คน ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Coefficient Correlation) และ วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์หรืออิทธิพลของตัวแปร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย ประโยชน์เชิงการบริหารจัดการ และให้ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรีจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 และเพศชายจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 โดยอยู่ในช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 ลำดับรองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 284 คนคิดเป็นร้อยละ 71 ลำดับรองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

ในส่วนของการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 ลำดับรองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 โดยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 ลำดับรองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ในส่วนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ลำดับรองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความไว้วาง

ความไว้วางใจในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 อยู่ในระดับมากที่สุด จากรายละเอียดพบว่า “โดยภาพรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในระบบ Mobile Banking” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ “ท่านไว้วางใจ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 อยู่ในระดับมากที่สุด จากรายละเอียดพบว่า “ระบบ Mobile Banking (MyMo) สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ เช่น Smartphone , Tablet เป็นต้น โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 รองลงมาคือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) นั้นมีขั้นตอนที่ใช้งานง่ายและสะดวกที่จะใช้บริการ” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 อยู่ในระดับมากที่สุด จากรายละเอียดพบว่า “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ เช่น ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มและเอกสารในการทำธุรกรรม” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 รองลงมาคือ “ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินแทนการทำธุรกรรมแบบเดิม เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้ ATM เป็นต้น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.42 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ

ความตั้งใจใช้บริการในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด จากรายละเอียดพบว่า “ท่านจะใช้ Mobile Banking (MyMo) เป็นประจำในอนาคต” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 รองลงมาคือ “ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำ Mobile Banking (MyMo) ให้กับผู้อื่น” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานจริง

การใช้งานจริงในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 อยู่ในระดับมากที่สุด จากรายละเอียดพบว่า “การใช้งาน Mobile Banking (MyMo) ทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 รองลงมาคือ “ท่านใช้งาน Mobile Banking (MyMo) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ” อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวิเคราะห์สมมติฐานของการศึกษาถึงอิทธิพลที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์หรืออิทธิพลของตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 4 สมมติฐาน โดยผลของการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลของความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี จากการศึกษาพบว่า อิทธิพลด้านความไว้วางใจ ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในทิศทางเดียวกัน และมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อิทธิพลของความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

สมมติฐานที่ 2.1 อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี จากการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในทิศทางเดียวกัน และมีค่า Sig เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจาก

การใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในทิศทางเดียวกัน และมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี จากการศึกษาพบว่า ความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ในทิศทางเดียวกัน และมีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ซึ่งน้อยกว่า 0.05 อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน

การอภิปรายผลของการทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ในตอนแรกของการวิจัย โดยจะอภิปรายถึงสาเหตุของความความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลระหว่างตัวแปร และผลที่ได้จากการที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลของความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

อิทธิพลของความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า ความไว้วางใจ ($\beta = 0.270$ Sig = .000) ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) รู้สึกไว้วางใจในระบบ Mobile Banking (MyMo) และยังมีมั่นใจว่าเป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ เชื่อมั่นว่าระบบมีความโปร่งใสสามารถตรวจสอบการธุรกรรมได้จากการแจ้งยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ รวมถึงการที่ระบบ Mobile Banking (MyMo) มีความน่าเชื่อถือและสร้างความปลอดภัย จากการเข้าสู่ระบบด้วย PIN-CODE และการ SCAN ลายนิ้วมือก่อนการใช้งาน จนไปถึงความไว้วางใจในระบบ Mobile Banking (MyMo) จากโครงสร้างด้านกฎหมายและเทคโนโลยีที่ปกป้องกรณีเกิดปัญหาจากการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรัณชรัตน์ รังสิยามณ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ

การยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY กรณีศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ ที่ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ทางด้านปัจจัยความเชื่อมั่น (Trust) มีผลลัพธ์ที่ดีต่อการพฤติกรรมการกระทำอย่างตั้งใจในการยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY ผลการศึกษาในครั้งนี้อย่าง สอดคล้องกับแนวคิดของ McAllister (1995) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยความไว้วางใจบนพื้นฐานของการรับรู้ (Cognition-based Trust Antecedents) จากการสังเกตการรับรู้ที่เกิดจากผู้ใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติและลักษณะจากตัวแปรที่สำคัญ เช่น การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว (Perceived Privacy) เป็นการรับรู้ของผู้ใช้งานจากความเป็นไปได้ที่ผู้ทำธุรกรรมออนไลน์จะพยายามปกป้องข้อมูลที่เป็นความลับของผู้ใช้งาน คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) เป็นการรับรู้ทั่วไปของผู้ใช้งานในด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งคุณภาพของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตนั้น มีความหลากหลาย ตั้งแต่ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงสูงและเชื่อถือได้ การรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย (Perceived Security) เมื่อผู้ใช้งานค้นพบถึงคุณลักษณะด้านความปลอดภัยบนเว็บไซต์ จะส่งผลต่อความสามารถในการรับรู้ถึงความตั้งใจของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในระหว่างการทำธุรกรรมออนไลน์ เช่น นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย ความปลอดภัยในเรื่องของระบบการรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้งานตัดสินใจซื้อ เนื่องจากมาตรการรักษาความปลอดภัย ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้งานไว้วางใจมากขึ้นและช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกรรม

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

สมมติฐานที่ 2.1 อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า ($\beta = 0.121$ Sig = 0.021) ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มลูกค้าลูกค้าที่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ให้ความสำคัญกับขั้นตอนที่ใช้งานง่ายและสะดวกที่จะใช้บริการ ระบบสามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ที่ทำให้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่าย ติดตั้งเพื่อใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว เรียนรู้วิธีและขั้นตอนในการทำธุรกรรมได้ง่ายทำความเข้าใจได้เอง และมีการออกแบบ Mobile Banking (MyMo) มีความชัดเจนง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุชรี จินดาวรรณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง กรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพัทลุง ที่ชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ผลการศึกษาในครั้งนี้อย่าง สอดคล้องกับแนวคิดของ (Davis, 1989) พบว่า การรับรู้ถึงความ

ง่ายต่อการใช้งานได้ง่ายเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของการออกแบบระบบสารสนเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ผลการศึกษาในครั้งนี้ยัง สอดคล้องกับแนวคิดของ (Venkatesh and Davis, 2000) พบว่า การรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่ายสะดวกไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เทคโนโลยีใดที่ใช้งานง่ายและสะดวกไม่ซับซ้อนมีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการยอมรับหรือความตั้งใจที่จะใช้และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลือกใช้โดยส่งผ่านพฤติกรรมการความง่ายในการใช้งาน

สมมติฐานที่ 2.2 อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า ($\beta = 0.461$ Sig = 0.000) ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) เล็งเห็นถึงประโยชน์ของระบบ Mobile Banking (MyMo) ให้บรรลุเป้าหมายในการทำธุรกรรมทางการเงิน ช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินแทนการทำธุรกรรมแบบเดิม ช่วยให้ท่านทำธุรกรรมทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น จากบริการที่มีความหลากหลายบน ระบบ Mobile Banking (MyMo) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญากร ขวัญใจสกุล (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ ที่ชี้ให้เห็นว่า ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ ผลการศึกษาในครั้งนี้ยัง สอดคล้องกับแนวคิดของ Foster (1973) พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีหมายถึง การรับรู้ของบุคคลจากการเรียนรู้ ด้วยตนเองเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อ บุคคลมีการพิจารณาถึง ประโยชน์และความจำเป็นในการใช้งานจนเกิดความแน่ใจว่าจะได้รับประโยชน์อย่างแน่นอน จึงทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีนั้นขึ้น ผลการศึกษาในครั้งนี้ยัง สอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers (1983) การที่บุคคลตัดสินใจนำเทคโนโลยีใหม่ไปใช้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากมองเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่แล้ว ซึ่งกระบวนการการยอมรับเทคโนโลยีในแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน อันเนื่องมาจาก เงื่อนไขลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ และลักษณะของเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 3 อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่า ($\beta = 0.839$ Sig = .000) ส่งผลทางบวกต่อการใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าที่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ที่มีการใช้งานจริงเป็นผลมาจากการที่ลูกค้ามีความตั้งใจใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Davis, 1989) พบว่า เมื่อมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลต่อเนื่องไปยังพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะใช้ (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายชล เลิศพิทักษ์ธรรม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้โมบายแอปสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่ชี้ให้เห็นว่า ความตั้งใจใช้โมบายมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้โมบายแอปสำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรสุภา จันทรวงษ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความไว้วางใจและประสบการณ์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้าง การตั้งใจใช้บริการและการใช้งาน ที่ชี้ให้เห็นว่า การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง พบว่าการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลทางตรง ที่เป็นบวกต่อการใช้งานจริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี” สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ ดังนี้

1. ด้านความไว้วางใจ จากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ ดังนั้น ธนาคารควรออกแบบ Mobile banking (MyMo) ให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ และสามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วในทันที และมีการแจ้งเตือนทุกความเคลื่อนไหวและเช็คข้อมูลการทำธุรกรรมย้อนหลังได้ตลอดเวลา เมื่อลูกค้ารู้สึกไว้วางใจใน Mobile banking (MyMo) จะยิ่งเป็นการสร้างความจงรักภักดีในใจลูกค้าที่มีต่อ Mobile banking (MyMo) และธนาคารออมสิน

2. การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน จากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ การวิจัยครั้งนี้เห็นว่า ธนาคารควรพัฒนาระบบ Mobile banking (MyMo) ให้ลูกค้าใช้บริการง่ายขึ้น มีขั้นตอนแนะนำในการเข้าใช้งานครั้งแรก ไม่ว่าจะเป็น การโอนเงิน การชำระสินค้า และการเช็คข้อมูลของบัญชีต่าง ๆ ที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ลูกค้าสามารถเรียนรู้ในการใช้งานได้เอง เกิดการใช้จ่ายและทำธุรกรรมผ่าน Mobile banking (MyMo) ที่เพิ่มมากขึ้น

3. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน จากการศึกษาพบว่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ ลูกค้าธนาคารออมสินรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile banking (MyMo) ธนาคารควรแนะนำให้ลูกค้าสังเกตเห็นถึงประโยชน์ในการเข้าใช้งาน และทำธุรกรรมผ่าน Mobile banking (MyMo) ที่เพิ่มมากขึ้น เพิ่มธุรกรรมต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้บริการ Mobile banking (MyMo)

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น ทัศนคติ พฤติกรรม การยอมรับความเสี่ยง ที่อาจจะเป็นปัจจัยส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการผ่าน Mobile banking (MyMo) เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น ในการออกแบบและพัฒนา Mobile banking (MyMo) ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในอนาคต เพิ่มฐานลูกค้าใหม่ให้กับธนาคารและดึงกลุ่มลูกค้าเดิมไว้กับธนาคาร

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อจำกัดด้านช่วงเวลาในการเก็บแบบสอบถามและระยะเวลาในการศึกษา ดังนั้น จึงไม่สามารถเก็บแบบสอบถามได้ทุกช่วงเวลา เนื่องจากจะเก็บแบบสอบถามตามช่วงเวลาของผู้วิจัยสะดวกและจากระยะเวลาการศึกษาที่มีอย่างจำกัด ทำให้ไม่สามารถที่จะอธิบายข้อสงสัยในแบบสอบถามบางส่วนแก่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ ทำให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ยังมีข้อจำกัด

3. การศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ในครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยที่มีความเหมาะสมต่อกรณีศึกษา ในการต่อยอดงานวิจัยในอนาคต ผู้วิจัยสามารถพิจารณาในการทำวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้แง่มุมในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

4. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปในอนาคต ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มสูงวัยและกลุ่มวัยเกษียณอายุตั้งแต่ 55 ขึ้นไป ซึ่งเป็นฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ของธนาคาร ในอนาคตจะมีกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นจากสังคมไทยที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เพื่อที่จะได้ข้อมูลนำมาพัฒนา Mobile banking (MyMo) และผลิตภัณฑ์ที่เป็นดิจิทัล ให้สามารถตอบโจทย์กลุ่มสูงวัยและกลุ่มวัยเกษียณซึ่งเป็นกลุ่มที่มีเงินทุนและลงทุนกับผลิตภัณฑ์ของธนาคารในระยะยาว

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรัณฐรัตน์ รังสิยามณ. (2560). "ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน SCB EASY กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์." ปรินญาวิทยาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนวรรณ สำนวนกลาง. (2559). "การยอมรับเทคโนโลยีการทาธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking". " วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). **รายงานธุรกรรมการชำระเงิน**. เข้าถึงเมื่อ 3 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/PaymentSystem_Reports/Q1_2561.pdf
- ธนาคารออมสิน. (2561). **รายงานประจำปี 2561**. กรุงเทพฯ: ธนาคารออมสิน.
- ธนาคารออมสิน ภาค 4. (2562). **ผลการดำเนินงานประจำปี, ระบบงาน COGNOS**. เข้าถึงเมื่อ 31 ธันวาคม 2561.
- ธนาภา หิมารัตน์. (2559). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน บริษัท ธนาคารพาณิชย์." วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญยากร ขวัญใจสกุล. (2560). "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กึ่งและระบบโมบายเพย์เมนต์." วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นริรัตน์ คงรักษา. (2560). "อิทธิพลของรูปแบบการใช้เทคโนโลยี ความไว้วางใจและความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตออฟดีงส์ประเภทอุปกรณ์สวมใส่ไว้วางใจของผู้บริโภค." วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุชรี จินดาวรรณ. (2559). "การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งกรณีศึกษา ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดพัทลุง." บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ปิยนุช พละเยี่ยม และชลิตา ศรีนวล. (2561). "ความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร." **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 10, 3 (กันยายน - ธันวาคม): 154-163.
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (2560). **Mobile Banking การธนาคารในยุคดิจิทัล**. เข้าถึงได้จาก https://www.gsb.or.th/getattachment/4622275c-5975-4f89-bb99-6a86891da6cb/10IN_hotissue_Mobile_Banking_detail.aspx

- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2545). **พฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- มนทกานต์ เมฆธา. (2546). "ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา." *วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- มีนา อ่องบางน้อย. (2553). "คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ที่มีผลต่อความภักดีต่อตราสินค้า CAT CDMA (แคท ซีดีเอ็มเอ)." *ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- วิศวะ การะเกตุ. (2559). "การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ บริษัท Startup Financial Technology." *ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- สายชล เลิศพิทักษ์ธรรม. (2560). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและการใช้โมบายแอปส สำหรับเรียกรับบริการผู้รับส่งสิ่งของ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร." *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- อรสุภา จันทรวงษ์. (2562). "อิทธิพลของความไว้วางใจ และประสบการณ์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้าง การตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง." *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 8, 2: 47-68.

ภาษาอังกฤษ

- Ajzen, and Fishbein. (1980). **Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior**. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50, 2: 179-212.
- Crotts, J., and Turner, G. (1999). **Determinants of intra-firm trust in Buyer-Seller Relationship in the International Travel Trade**. Available from <http://thaiejournal.com/journal/2556volumes2M/15.pdf>
- Davis, F. D. (1989). "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology." *MIS Quarterly*, 13: 319-340.
- Eengel, J., Blackwell, R., and Miniard, P. (1995). Consumer behavior. In Florida and Dryden (Eds.), *International ed.*
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). "Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research." Reading, MA: Addison-Wesley.

- Fishbein, M., and Ajzen, I. (2010). **Predicting and changing behavior : the reasoned action approach**. New York: Psychology Press.
- Fitzsimons, G. J., and Morwitz, V. G. (1996). "The effect of measuring intent on brand-level purchase behavior." **Journal of Consumer Research**, 23, June: 1-11.
- Foster, G. M. (1973). **Tradition Societies and Technological Change**. New York: Harper and Row Publishers.
- Gefen, D. (2000). "E-commerce: the role of familiarity and trust." **The International Journal of Management Science**, 28: 725-737.
- Howard, J. A. (1994). **Buyer behavior in marketing strategy**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., and Rao, H. R. (2008). "A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents." **Decision support systems**, 44, 2: 544-564.
- Larzelere, R. E., and Huston, T. L. (1980). "The Dyadic Trust Scale: Toward Understanding Interpersonal Trust in Close Relationships." **Journal of Marriage and the Family**, 43: 595-604.
- Luarn, P., and Lin, H. H. (2005). "A customer loyalty model for e-service context." **Journal of Electronic Commerce Research**, 4, 4: 156-167.
- Marshall, E. M. (2000). **Building Trust at The Speed Change: The Power of the Relationship Based Corporation**. New York: AMACOM.
- McAllister, D. J. (1995). "Affect and cognitive based trust as foundation for interpersonal cooperation in organizations." **Academy of Management journal**, 38, 1: 24-59.
- Millar. (2009). **The meaning of trust**. Available from <http://comart.bu.ac.th/download/sheet/>
- Mishra, A. K. (1996). Organizational responses to crisis: The centrality of trust. In R. M. Kramer and T. R. Tyler (Eds.), *Trust in organizations: Frontiers of theory and research* (pp. 261-287). Thousand Oaks: CA: Sage.
- Moorman, C., Deshpande, R., and Zaltman, G. (1992). "Relationships between Providers and user of Market Research." **Journal of Marketing**, 29, 3: 314-329.
- Morgan, and Hunt. (1994). "The Commitment - Trust Theory of Relationship Marketing." **Journal of Marketing**, 58, July: 20-30.

- Mowen, J. C., and Minor, M. (1998). **Consumer Behavior**. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research." **Journal of Marketing**, 49: 41-50.
- Robbins, S. P. (2000). **Organizational behavior**. 9th . New Jersey: Prentice Hall.
- Rogers, M. E. (1983). **Diffusion of Innovation**. New York: The Free Press.
- Stern, D. I. (1997). "Interpreting ecological economics in the neoclassical paradigm: limits to substitution and irreversibility in production and consumption." **Ecological Economics**, 21: 197-215.
- Stigzelius, E. (2011). "User adoption of an online learning environment." Aalto University School of Science. Master's thesis.
- Taylor, S., and Todd, P. A. (1995). "Understanding information technology usage A test of competing models." **Information Systems Research**, 6: 144-176.
- Venkatesh, V. (2000). "Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model." **Information Systems Research**, 11, 4: 342-365.
- Venkatesh, V., and Bala, H. (2008). "Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions." **Decision Sciences**, 39, 2: 273-315.
- Venkatesh, V., and Davis, F. D. (2000). "A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies." **Management Science**, 46, 2: 186-204. doi:10.1287/mnsc.46.2.186.11926
- Wang, Y., and Emurian, H. H. (2005). "An overview of online trust. Concepts, elements, and implications." **Computers in Human Behavior**.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. พิมพ์ครั้งที่ 3. Newyork: Harper and Row Publication.
- Zero, M. (2561). อนาคตของธนาคารกับบทบาทที่เปลี่ยนแปลงไป **The Future of Mobile banking**. เข้าถึงได้จาก <https://www.mangozero.com/the-future-of-mobile-banking-in-thailand-by-kbank/>





ภาคผนวก





แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยความไว้วางใจและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบทุกคำถามตามความเป็นจริง โดยผลจากข้อมูลที่ได้มาจะนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น จัดทำโดย นายณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจ
- ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) และการใช้งานจริง
- ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด หรือ ตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

- โสด สมรส
 หย่าร้าง หม้าย

4. ระดับการศึกษา

- มัธยมศึกษา / ปวช. หรือต่ำกว่า อนุปริญญา / ปวส.
 ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

5. อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ
 อื่น ๆ โปรดระบุ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)

- น้อยกว่า 10,000 10,001 - 20,000
 20,001 - 30,000 30,001 - 40,000
 40,001 - 50,000 มากกว่า 50,000

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัล โปรตใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน

หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด

- 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด
 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น มาก
 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง
 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น น้อย
 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

ความไว้วางใจ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) มีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย (เช่น ระบบ PIN-CODE/SCAN ลายนิ้วมือก่อนการเข้าใช้งาน)					
2.ท่านไว้วางใจในความโปร่งใสและตรวจสอบได้ในการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking (MyMo)					
3.ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) มีความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมทางการเงิน					
4.ท่านไว้วางใจว่าโครงสร้างด้านกฎหมายและเทคโนโลยีของธนาคารจะปกป้องคุ้มครองท่านอย่างเพียงพอ ถ้าเกิดปัญหาเกี่ยวกับ Mobile Banking (MyMo)					
5.ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) ใช้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สม่ำเสมอในการให้บริการทุกครั้ง					
6.ท่านไว้วางใจในการลงทะเบียนเข้าใช้งานว่า Mobile Banking (MyMo) ในครั้งแรกโดยการยืนยันตัวตนบุคคลที่สาขาของธนาคารเท่านั้น					
7.ท่านไว้วางใจในการปลดล็อครหัสเข้าใช้งาน Mobile Banking (MyMo) ในกรณีลืมรหัสผ่านที่สาขาของธนาคารป้องกันการเข้ารหัสจากบุคคลอื่น					
8.ท่านไว้วางใจ Mobile Banking (MyMo) ในการแจ้งยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ (เช่น การแจ้ง SMS, การแจ้ง E-Slip เป็นต้น)					
9.ท่านไว้วางใจ (MyMo) Mobile Banking เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)					
10.โดยภาพรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในระบบ Mobile Banking (MyMo)					

การยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน					
1.ท่านคิดว่าการออกแบบ Mobile Banking (MyMo) มีความชัดเจนง่ายต่อการใช้งาน					
2.ท่านสามารถดาวน์โหลด Mobile Banking (MyMo) และติดตั้งเพื่อใช้งานได้ สะดวกรวดเร็ว					
3.ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) นั้นมีขั้นตอนที่ใช้งานง่ายและสะดวกที่จะใช้บริการ					
4.ระบบ Mobile Banking (MyMo) สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ (เช่น Smartphone , Tablet เป็นต้น) โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่าย					
5.จากประสบการณ์การใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ท่านรู้สึกที่สามารถ เรียนรู้ทำความเข้าใจได้เอง (เช่น คู่มือการลงทะเบียนและใช้งาน แจ้งวิธีและขั้นตอนในการทำธุรกรรม เป็นต้น)					
การรับรู้ประโยชน์					
1.ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) มีความสะดวกมากกว่าการใช้ช่องทางอื่นๆ					
2.ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ (เช่น ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มและเอกสารในการทำธุรกรรม)					
3.ระบบ Mobile Banking (MyMo) มีบริการที่หลากหลาย (เช่น บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี บริการโอนเงิน บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่างๆ บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ ชื้อ/ขายกองทุน					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี โปรตใส่เครื่องหมาย

✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด

- 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น มาก
- 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น น้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

ความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking (Mymo) และการใช้งานจริง	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความตั้งใจใช้บริการ					
1.ท่านจะใช้ Mobile Banking (MyMo) เป็นประจำในอนาคต					
2.ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำ Mobile Banking (MyMo) ให้กับผู้อื่น					
การใช้งานจริง					
1.ท่านใช้งาน Mobile Banking (MyMo) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ					
2.การใช้งาน Mobile Banking (MyMo) ทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking (Mymo)

และการใช้งานจริง โปรตใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริงมากที่สุด

- 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด
- 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น มาก
- 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง
- 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น น้อย
- 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....







บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย
ที่ อว 8606 (พบ)/ 532

โทร.032 594 107
วันที่ ๒1 สิงหาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์

ด้วย นายณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี รหัสประจำตัว 61602307 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัย
ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากजू)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย
ที่ อว 8606 (พบ)/ 533

โทร.032 594 107
วันที่ ๑1 สิงหาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.นพดล โควิชัยกุล

ด้วย นายณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี รหัสประจำตัว 61602307 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัย
ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากजू)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย
ที่ อว 8606 (พบ)/ 534

โทร.032 594 107
วันที่ ๒1 สิงหาคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.วงศ์ศักดิ์ วีระไพฑูริย์

ด้วย นายณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี รหัสประจำตัว 61602307 นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ปัจจัย
ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับบัณฑิตศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อริชมาส มากจู้ย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง IOC ของเครื่องมือวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรีเพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย ซึ่งจะทำให้การประเมินความเที่ยงตรง โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง ดังนี้

- +1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
 0 = ไม่แน่ใจคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
 -1 = แน่ใจว่าคำถามมีความไม่เหมาะสม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่านว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือถูกต้องเพียงใด

ข้อ	ข้อคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม					
1.	เพศ	3			
2.	อายุ	3			
3.	สถานภาพ	3			
4.	ระดับการศึกษา	3			
5.	อาชีพ	3			
6.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	3			

ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ					
1.	ท่านวางใจได้ว่า Mobile Banking (MyMo) มีความน่าเชื่อถือและปลอดภัย (เช่น ระบบ PIN-CODE/SCAN ลายนิ้วมือก่อนการเข้าใช้งาน)	3			
2.	ท่านไว้วางใจในความโปร่งใสและตรวจสอบได้ในการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking (MyMo)	3			
3.	ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) มีความซื่อสัตย์และน่าเชื่อถือ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	3			
4.	ท่านไว้วางใจว่าโครงสร้างด้านกฎหมายและเทคโนโลยีของธนาคารจะปกป้องคุ้มครองท่านอย่างเพียงพอ ถ้าเกิดปัญหาเกี่ยวกับ Mobile Banking (MyMo)	3			
5.	ท่านไว้วางใจว่า Mobile Banking (MyMo) ใช้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สม่ำเสมอ ในการให้บริการทุกครั้ง	3			
6.	ท่านไว้วางใจในการลงทะเบียนเข้าใช้งานว่า Mobile Banking (MyMo) ในครั้งแรกโดยการยืนยันตัวตนบุคคลที่สาขาของธนาคารเท่านั้น	2	1		
7.	ท่านไว้วางใจในการปลดล็อครหัสเข้าใช้งาน Mobile Banking (MyMo) กรณีลืมรหัสผ่านที่สาขาของธนาคารป้องกันการเข้ารหัสจากบุคคลอื่น	3			
8.	ท่านไว้วางใจ Mobile Banking (MyMo) ในการแจ้งยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ (เช่น การแจ้ง SMS, การแจ้ง E-Slip เป็นต้น)	3			
9.	ท่านไว้วางใจ Mobile Banking (MyMo) เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)	3			
10.	โดยภาพรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึกไว้วางใจในระบบ Mobile Banking (MyMo)	3			

ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี					
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน					
1.	ท่านคิดว่าการออกแบบ Mobile Banking (MyMo) มีความชัดเจนง่ายต่อการใช้งาน	3			
2.	ท่านสามารถดาวน์โหลด Mobile Banking (MyMo) และติดตั้งเพื่อใช้งานได้ สะดวก รวดเร็ว	3			
3.	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) นั้นมีขั้นตอนที่ใช้งานง่ายและสะดวกที่จะใช้บริการ	3			
4.	ระบบ Mobile Banking (MyMo) สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ (เช่น Smartphone , Tablet เป็นต้น) โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย	3			
5.	จากประสบการณ์การใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) ท่านรู้สึกว่าคุณสามารถเรียนรู้ง่ายทำความเข้าใจได้เอง (เช่น คู่มือ การลงทะเบียนและใช้งาน แจ้งวิธีและขั้นตอนในการทำธุรกรรม เป็นต้น)	3			

ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	
การรับรู้ประโยชน์					
1.	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) มีความสะดวกมากกว่าการใช้ช่องทางอื่นๆ	3			
2.	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ (เช่น ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มและเอกสารในการทำธุรกรรม)	3			
3.	ระบบ Mobile Banking (MyMo) มีบริการที่หลากหลาย (เช่น บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี บริการโอนเงิน บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่างๆ บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ ซื้อ/ขายกองทุน)	3			
4.	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) ช่วยประหยัดต้นทุนและเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินแทนการทำธุรกรรมแบบเดิม (เช่น เคาน์เตอร์ธนาคาร ตู้ ATM เป็นต้น)	3			
5.	ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking (MyMo) นั้นช่วยให้ท่านทำธุรกรรมทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น	3			
6.	โดยภาพรวมแล้ว ท่านมีความรู้สึก Mobile Banking (MyMo) มีประโยชน์ต่อท่านให้บรรลุเป้าหมายในการทำธุรกรรมทางการเงิน	3			

ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking (MyMo) และการใช้งานจริง					
ข้อ	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	
ความตั้งใจใช้บริการ					
1.	ท่านจะใช้ Mobile Banking (MyMo) เป็นประจำในอนาคต	3			
2.	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำ Mobile Banking (MyMo) ให้กับผู้อื่น	3			
การใช้งานจริง					
1.	ท่านใช้งาน Mobile Banking (MyMo) อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ	3			
2.	การใช้งาน Mobile Banking (MyMo) ทำให้ท่านทำธุรกรรมได้ตลอด 24 ชั่วโมง	3			

นาย ญัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี 61602307



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี
วัน เดือน ปี เกิด	31 ธันวาคม 2534
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2557 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พ.ศ.2561 ศึกษาต่อระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	522 หมู่ 1 ต.ปากท่อ อ.ปากท่อ จ.ราชบุรี 70140

