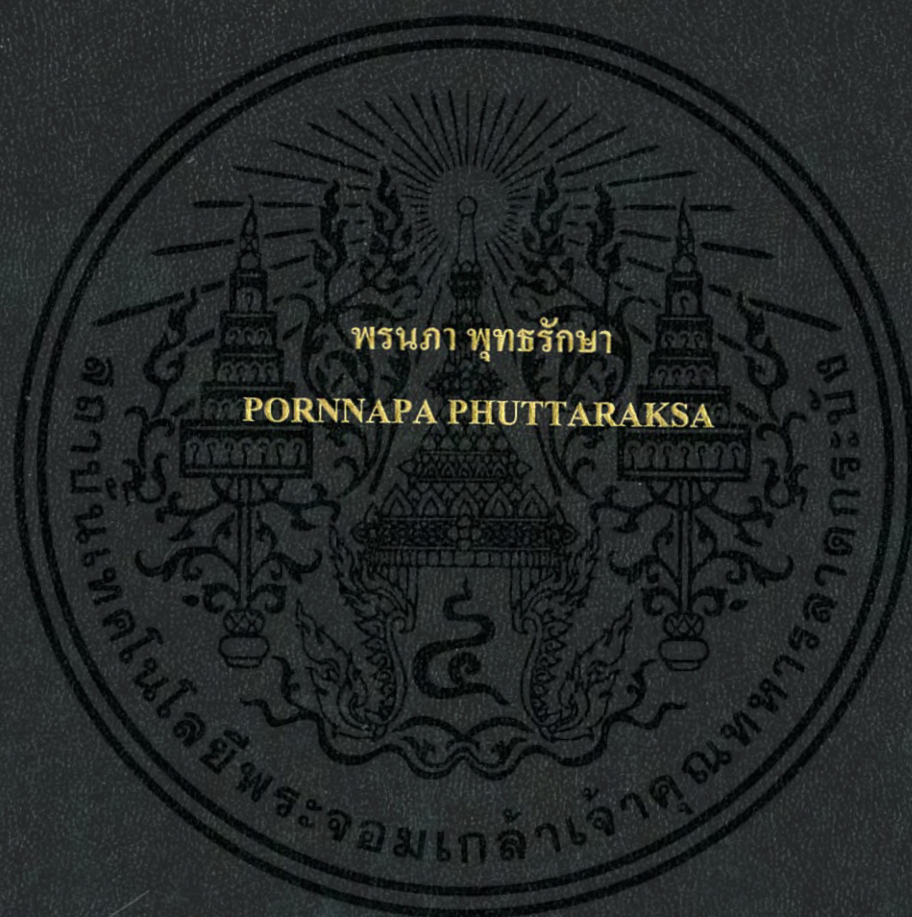


แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง
AN ACCEPTANCE MODEL OF MOBILE BANKING



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2559

KMITL-2016-IT-M-001-005

แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง
AN ACCEPTANCE MODEL OF MOBILE BANKING



T143974

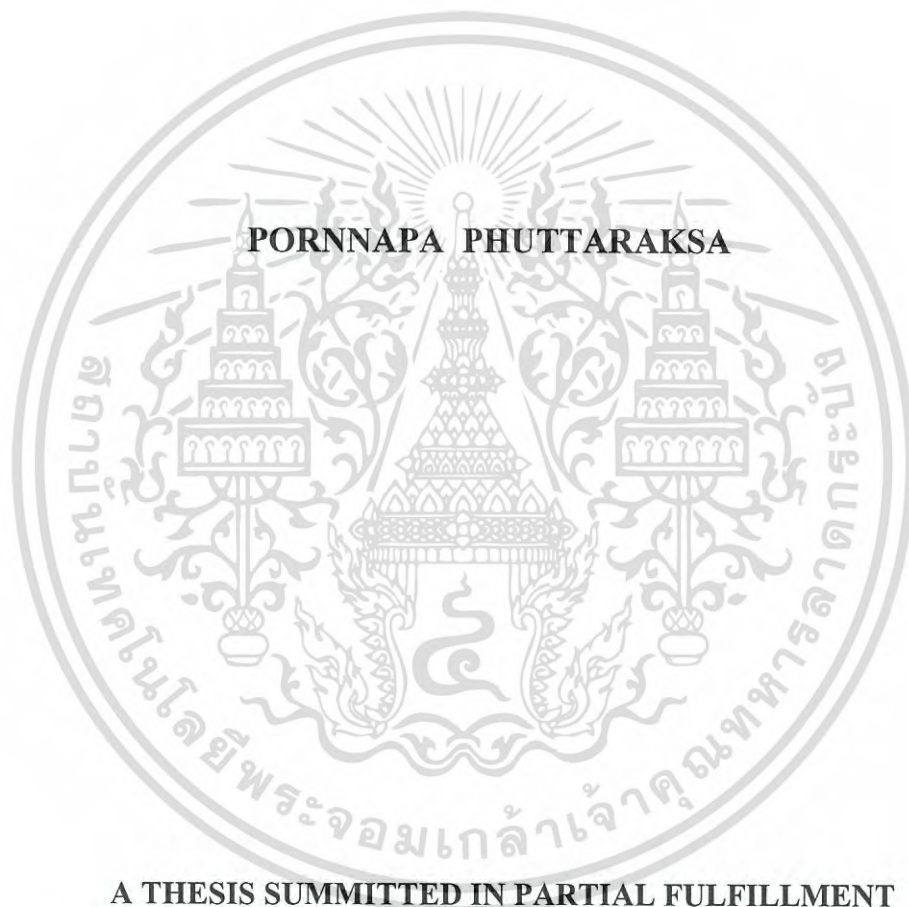


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2559

KMITL-2016-IT-M-001-005

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

AN ACCEPTANCE MODEL OF MOBILE BANKING



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
IN INFORMATION TECHNOLOGY
FACULTY OF INFORMATION TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2016

KMITL-2016-IT-M-001-005

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2016






FACULTY OF INFORMATION TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรนำไปใช้

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง
An acceptance model of mobile banking
นักศึกษา นางสาวพรนภา พุทธิรักษา
รหัสประจำตัว 55660922
ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์บูรณ์ สถิตวิริยวงศ์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ ดร.อาริต ธรรมโน	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภ พิริยะสุวรรณค์	
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์บูรณ์ สถิตวิริยวงศ์	
ดร.กนกวรรณ อัจฉริยะชาญาณิช	
ดร.สิงหะ ฉวีสุข	

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ วันจันทร์ที่ 4 กรกฎาคม 2559 เวลา 9.00 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้อง 333 ชั้น 3 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงเทพ ไซติกกล้าธร)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

วันที่ 21 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาดูเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อ	แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายเบงค์กึ่ง
นักศึกษา	นางสาวพรนภา พุทธิรักษา
รหัสนักศึกษา	55660922
ปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ
แขนงวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ
ปีการศึกษา	2559
อาจารย์ที่ปรึกษา	รศ.ดร.จันทร์บูรณ์ สถิตวิริยวงศ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้นำเสนอปัจจัยที่มีความสำคัญและส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายเบงค์กึ่ง โดยกรอบแนวคิดของงานวิจัยมีพื้นฐานจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความน่าเชื่อถือในเรื่องของการพยากรณ์พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี ผนวกรวมเข้ากับปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ โดยมีปัจจัยภายนอกซึ่งมีอิทธิพล และส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยภายนอกขึ้น 5 ปัจจัย คือ คุณภาพของระบบ การรับรู้ความสามารถของตนเอง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การประกันโครงสร้าง และความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าธนาคารที่ใช้สมาร์ทโฟน และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) ทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของปัจจัย และความสัมพันธ์ของปัจจัย

ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายเบงค์กึ่ง พบว่า การยอมรับการใช้งาน โบบายเบงค์กึ่ง ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน โบบายเบงค์กึ่ง มีค่า β เท่ากับ 0.96 ส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งาน โบบายเบงค์กึ่งได้ร้อยละ 40

นอกจากนี้ พบว่า ปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานมากที่สุด (β เท่ากับ 0.36) เมื่อเทียบกับอิทธิพลจากปัจจัยตัวอื่นๆ ซึ่งต่างก็ส่งผลไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานด้วยเช่นกัน โดยปัจจัยทุกตัวมีอิทธิพลต่อปัจจัยพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน ร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมความตั้งใจใช้งานได้ร้อยละ 42

Title	An Acceptance Model of Mobile Banking
Student	Miss Pornnapa Phuttaraksa
Student ID.	55660922
Degree	Master of Science
Program	Information Technology
Major	Information Technology and Management
Academic Year	2016
Advisor	Assoc. Prof. Dr.Chanboon Sathitwiriawong

ABSTRACT

This research examines the influence of five external variables regarding the adoption of Mobile banking based on the existing Technology Acceptance Model (TAM) plus trust model. These five variables are system quality, self-efficacy, subjective norm, structural assurances, and compatibility. A total of 600 survey respondents are gathered from retail bank customers residing in Bangkok who normally use smartphones. Structural Equation Modeling (SEM) is used to evaluate the causal relationship in the proposed model.

The results of path coefficient analysis indicates that the acceptance of mobile banking is mainly influenced by behavioral intention to use ($\beta = 0.96$). And the acceptance of mobile banking can be explained by behavioral intention to use by 40 percent. Furthermore, compatibility emerged as the most powerful factor influencing the behavioral intention to use ($\beta = 0.36$) compared with the other factors. Hence, the result regarding the directional linkage among the variables implies that 42 percent in the mobile banking acceptance can be predicted.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความกรุณา ของอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์บุรณ สติตวิริยวงศ์ ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ ความถูกต้องในเรื่องต่าง ๆ สำหรับการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อาริต ธรรมโน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัลลภ พิริยะสุรวงศ์ ดร.กนกวรรณ อัจฉริยะชาญวณิช และดร.สิงหะ ฌวีสุข คณะกรรมการสอบ วิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข ดร.สมเกียรติ ดันตวิงศ์วานิช ดร.สมนึก ทองเอี่ยม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรวี อำนาจตระกูล ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบความเที่ยงของข้อคำถามที่ใช้ในการวิจัย รวมถึงคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการจัดทำเครื่องมือในการวิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษกร เจือดี อาจารย์ผู้ให้ความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ ช่วยเหลือ เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS และโปรแกรม AMOS ให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

สำหรับคุณงามความดีทุกอย่างอันเกิดขึ้นมาจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ข้าพเจ้าขอขอบ ให้แก่บิดา มารดา ผู้มีพระคุณอันประเสริฐของข้าพเจ้า อีกทั้งครูอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้ ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ข้าพเจ้า ข้าพเจ้าขอนอบน้อม ด้วยใจที่รักเคารพ และบูชาพระคุณท่านทั้งหลายเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

พรนภา พุทธรักษา

กรกฎาคม 2559

สารบัญ

หน้า

สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	VIII

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 สมมติฐานของการศึกษา.....	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	3
1.5 ขั้นตอนของการศึกษา.....	4
1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา.....	4
1.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	4
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5

บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต.....	6
2.2 ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Banking).....	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking).....	10
2.4 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model).....	12
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของระบบ (System Quality).....	13
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility).....	15
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy).....	19
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm).....	21
2.9 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust).....	23
2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการประกันโครงสร้าง (Structure Assurance).....	26
2.11 นำเสนอแบบจำลองของการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายเบงค์กิ้ง.....	28

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบและขั้นตอนการวิจัย.....	32
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการวิจัย..... 36

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	43
4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินบนโมบาย แบงก์กึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	47
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย.....	52
4.4 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น.....	60
4.5 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรงานวิจัย.....	61
4.6 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์..	63
4.7 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง	68
4.8 ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองมาตรฐานการวิจัย.....	71
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	74
5.2 อภิปรายผล	78
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	81
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก.....	89
ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	90
ภาคผนวก ข ข้อคำถามที่ใช้ในแบบสอบถาม	96
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของเครื่องมือด้วย IOC.....	100
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม.....	103
ภาคผนวก จ ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์	110
ประวัติผู้เขียน	116

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และ VI ปรากฏอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบ่งตามประเภทของการใช้บริการ ในประเทศไทย 10
2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร 30
3.1	ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามกับกลุ่มทดลองใช้..... 39
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 43
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณาเบงคั้ง 47
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพระบบ โฆษณาเบงคั้ง 53
4.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเข้ากันได้ของปัจเจกบุคคล... 54
4.5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถ ของตนเอง..... 54
4.6	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการประกัน โครงสร้าง 55
4.7	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไว้วางใจ..... 56
4.8	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้.... 57
4.9	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ 57
4.10	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง..... 58
4.11	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความตั้งใจใช้เชิงพฤติกรรม... 59
4.12	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการใช้งาน โฆษณาเบงคั้ง..... 60
4.13	ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของคำถามกับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย..... 61
4.14	อักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปรงานวิจัย..... 61
4.15	สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ 62
4.16	ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรงานวิจัย 63
4.17	ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนปรับ โมเดล .. 65
4.18	ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับ โมเดล .. 65
4.19	ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆในแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณาเบงคั้งด้วยค่าคะแนนมาตรฐาน..... 66
4.20	แสดงอิทธิพลทางตรง 68
4.21	แสดงอิทธิพลทางอ้อม 69
4.22	แสดงอิทธิพลรวม 70
4.23	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย..... 72
5.1	ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย..... 76

เอกสารนี้เป็นเอกสารต้นฉบับ ไม่สามารถนำออกไปใช้ประโยชน์อื่นใด
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และ VII อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

รูปที่	หน้า
1.1	การแบ่งส่วนการทำงานของแบบจำลอง 5
2.1	จำนวนร้อยละของการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ.2554 - 2558 7
2.2	ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามภาค 7
2.3	ร้อยละของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แบ่งตามรายภาค 8
2.4	ร้อยละของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 9
2.5	แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)..... 12
2.6	โมเดลการวัดคุณภาพของระบบ โมบายแบงก์กิ้ง 14
2.7	สมมติฐานของปัจจัยคุณภาพของระบบ..... 15
2.8	Mobile-banking adoption by Iranian bank clients..... 16
2.9	Factor Affecting Isfahanian Mobile Banking Adoption Based on TAM 17
2.10	Model for mobile commerce acceptance 17
2.11	โมเดลการวัดความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง 18
2.12	สมมติฐานของปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล..... 19
2.13	โมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง 20
2.14	สมมติฐานของปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง..... 20
2.15	โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้ง 22
2.16	สมมติฐานของปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง 23
2.17	The Integrated Model of Trust and Intended Use..... 24
2.18	Determinants of behavioral intention to mobile banking 25
2.19	โมเดลการประกัน โครงสร้างของผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้ง..... 25
2.20	สมมติฐานของปัจจัยความไว้วางใจ..... 26
2.21	Integrated Model : An Empirical Study on Mobile Banking Adoption : The Role of Trust 27

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปที่		หน้า
2.22	โมเดลการประกันโครงสร้างของผู้ใช้โบบายเบงคั้ง	28
2.23	สมมติฐานของปัจจัยการประกันโครงสร้าง	28
2.24	การแบ่งส่วนการทำงานของแบบจำลอง	29
2.25	แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายเบงคั้ง (Conceptual framework)	31
3.1	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	33
4.1	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	44
4.2	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ	45
4.3	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	45
4.4	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	46
4.5	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	46
4.6	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการรู้จัก โบบายเบงคั้ง	49
4.7	ประเภทของอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	50
4.8	จำนวนผู้ใช้บริการ โบบายเบงคั้ง	50
4.9	ความถี่ในการใช้บริการ โบบายเบงคั้ง	51
4.10	ประเภทของอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	51
4.11	การตัดสินใจใช้บริการ โบบายเบงคั้งในอนาคตของผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ	52
4.12	แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายเบงคั้ง (ก่อนปรับโมเดล)	64
4.13	แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายเบงคั้ง (หลังปรับโมเดล)	66

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีการกำหนดทิศทางในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในระยะ 10 ปี หรือที่รู้จักในชื่อ ICT2020 โดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 – 2563 เน้นความเชื่อมโยงและต่อเนื่องกับนโยบายและแผนแม่บทชาติ (ฉบับที่ 2) ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งส่งเสริมและผลักดันให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนต้องปรับแผนแม่บทไอซีทีของหน่วยงานให้สอดคล้องกับกรอบนโยบาย ICT2020 โดยหนึ่งในสาระสำคัญของกรอบนโยบาย คือ การสร้างการเข้าถึง และใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐาน broadband โดยเร็ว ให้มีความสำคัญกับบริการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยยุทธศาสตร์ที่ 1 เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไอซีทีที่เป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง มีการกระจายอย่างทั่วถึง และมีความมั่นคงปลอดภัย ใช้กลยุทธ์ในการกระตุ้นให้มีการใช้ไอซีทีอย่างครบวงจร สนับสนุนและส่งเสริมในด้านการใช้โปรแกรมประยุกต์ที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน เช่น การบริการสาธารณะของภาครัฐ การคุ้มครองและการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค เพิ่มประสิทธิภาพและความมั่นคงปลอดภัยของโครงข่ายระบบการชำระเงิน รวมไปถึงการทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) (กระทรวงสารสนเทศและการสื่อสาร, 2554 : 13)

ปัจจุบันการดำเนินชีวิตของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ในการทำธุรกรรมการเงินก็เช่นกัน เดิมการทำธุรกรรมการเงินต้องเดินทางไปธนาคาร รับบัตรคิวเพื่อรอรับบริการ ต่อมาธนาคารเพิ่มบริการเพื่อให้ลูกค้ามีความสะดวกมากขึ้นสามารถทำธุรกรรมฝากถอน โอน หรือปรับรายการบัญชีผ่านทางตู้อัตโนมัติ แต่ด้วยยุคสมัยที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป สามารถทำธุรกรรมผ่านทางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น การชำระค่าสินค้าและบริการ การโอนเงินระหว่างบัญชี การตรวจสอบอัตราแลกเปลี่ยนเงิน เป็นต้น

การให้บริการการทำธุรกรรมการเงินบน โมบายแบงก์กิ้ง เป็นรูปแบบการให้บริการแนวคิดใหม่ ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน ช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมผ่านเคาเตอร์ธนาคาร สถาบันการเงินหลายแห่งได้เริ่มนำการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินบน โมบายแบงก์กิ้งมาเป็นกลยุทธ์การรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ (จารุณี วงศ์พิมปียรค์, 2014 : 123-131) เนื่องจากแนวโน้มในการใช้บริการดังกล่าวสูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้ ไม่ควรนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันการเงินหลายแห่งร่วมมือกับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้บริการ การทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือที่เรียกว่าโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

แม้ว่าอัตราการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงมากขึ้น แต่สำหรับในประเทศไทยยังพบว่ามีการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งไม่สอดคล้องกับแนวทางการเติบโตเมื่อเทียบกับต่างประเทศ (จิรพร ศรีพลวัฒน์. 2553 : 67-76) โดยปัญหาที่พบคือ ผู้ใช้ไม่มั่นใจในเรื่องของระบบความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2557 : 7) คุณภาพของแอปพลิเคชัน ความเสถียรของระบบ ความเร็วของเครือข่าย การรับรู้ความสามารถของผู้ใช้ (Self-Efficacy) การรับประกันความผิดพลาดจากระบบ และความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของไทย จะต้องเน้นการปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยเสริมการเข้าถึงบริการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558 : 13) นอกจากนี้จากผลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ จากการสำรวจประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ทั้งสิ้น 62.6 ล้านคน พบว่า ผู้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ประมาณ 49.6 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 79.3 โดยในกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สูงที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมาเป็นภาคกลางร้อยละ 83.2 และเมื่อดูข้อมูลพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือโมบายแบงก์กิ้งของประเทศไทย พบว่ามีเพียง 1,487,824 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3 จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำปัญหาดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น มารวบรวมสร้างเป็นแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบน โมบายแบงก์กิ้ง โดยมีพื้นฐานมาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) (Fred D. Davis , 1989)

1.2 ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญ และส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการทำธุรกรรมบนโมบายแบงก์กิ้ง
2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินบนโมบายแบงก์กิ้งกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. เพื่อตรวจสอบความตรงของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

1.3 สมมติฐานของการศึกษา

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้วิจัยจึงได้รวบรวมปัจจัยที่จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 3 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง

สมมติฐานที่ 6 การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

สมมติฐานที่ 7 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง

สมมติฐานที่ 8 ความไว้วางใจส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

สมมติฐานที่ 9 ความไว้วางใจส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง

สมมติฐานที่ 10 การประกันโครงสร้างส่งผลต่อความไว้วางใจ

สมมติฐานที่ 11 พฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาในครั้งนี้ จะกล่าวถึงใน 2 ส่วนซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ และขอบเขตของเนื้อหาที่ศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1.4.1.1 ประชากร หมายถึง กลุ่มลูกค้าธนาคารและเป็นผู้ใช้สมาร์ตโฟน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง กลุ่มลูกค้าธนาคารและเป็นผู้ใช้สมาร์ตโฟน โดยคัดเลือกจากประชากรเพื่อใช้เป็นตัวแทนของหน่วยข้อมูลที่จะสำรวจ

1.4.2 ตัวแปรในการวิจัย มีดังนี้

1.4.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพของระบบ การประกันโครงสร้าง ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเอง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจ และพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) มี 1 ตัวแปร ได้แก่ การใช้โมบายแบงก์กิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ขั้นตอนของการศึกษา

1.5.1 ค้นคว้า ศึกษา ข้อมูลที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ในประเทศไทย

1.5.2 ศึกษาแนวคิด หลักการ และทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง

1.5.3 พัฒนาแบบจำลองปัจจัยการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) เป็นพื้นฐานของกรอบแนวคิด

1.5.4 กำหนดโครงสร้าง และออกแบบเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

1.5.5 ทดลองใช้เครื่องมือ เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1.5.6 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้เครื่องมือที่ออกแบบไว้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

1.5.7 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และแปลผลทางสถิติ

1.5.8 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล

1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา

1.6.1 โหมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยอาศัยเทคโนโลยีสื่อสาร ไร้สาย ซึ่งจะต้องทำผ่านระบบปฏิบัติการที่ธนาคารพัฒนาขึ้นสำหรับรองรับโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับเงินสด

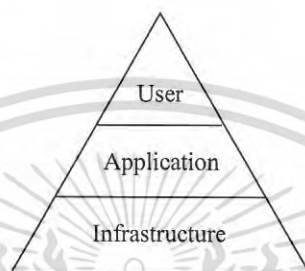
1.6.2 ธุรกรรมการเงิน หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมการเงิน เช่น การสอบถามยอดบัญชี การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ

1.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด หลักการ ทฤษฎีจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง โดยกรอบแนวคิดของงานวิจัยมีพื้นฐานจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความน่าเชื่อถือในเรื่องของการพยากรณ์พฤติกรรมยอมรับเทคโนโลยี ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และพฤติกรรมความตั้งใจใช้โหมบายแบงก์กิ้ง นอกจากนี้ได้ผนวกปัจจัยความไว้วางใจเข้ากับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้รวบรวมปัจจัยจากแบบจำลองที่เกี่ยวข้อง 2 แบบจำลอง (J.C.Gu et al (2009) และ P.Hanafizadeh et al (2014))

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งกำหนดเป็นปัจจัยภายนอกที่ประกอบด้วย 5 ปัจจัย คือ คุณภาพของระบบ ความเข้ากันได้กับ บั๊กเบกบุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเอง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการประกัน โครงสร้าง หากแบ่งส่วนการทำงาน สามารถแบ่งการทำงานออกเป็น 3 ส่วน ดังแสดงในรูปที่ 1.1 โดยที่คุณภาพของระบบเป็นส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (Application) การรับรู้ความสามารถของตนเอง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความเข้ากันได้กับบั๊กเบกบุคคล จัดอยู่ในส่วนของผู้ใช้งาน (User) การประกัน โครงสร้าง และความไว้วางใจ จะอยู่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) แสดงดังรูปที่ 1.1



รูปที่ 1.1 การแบ่งส่วนการทำงานของแบบจำลอง

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.8.1 ทราบปัจจัยที่มีความสำคัญ และส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการยอมรับการทำธุรกรรม การเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง
- 1.8.2 แบบจำลองสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลในการทำ ธุรกรรมทางการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง และสามารถแสดงผลกระทบของตัวแปรที่ส่งผลต่อการ ตัดสินใจใช้งาน
- 1.8.3 เป็นข้อมูลสำหรับธนาคารในการพัฒนาระบบการให้บริการ โหมบายแบงก์กิ้งได้ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี บทความ งานวิจัย และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และสามารถรวบรวมแนวคิดที่มีเนื้อหา และเป็นประโยชน์ และที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งที่สนใจศึกษาไว้ดังนี้

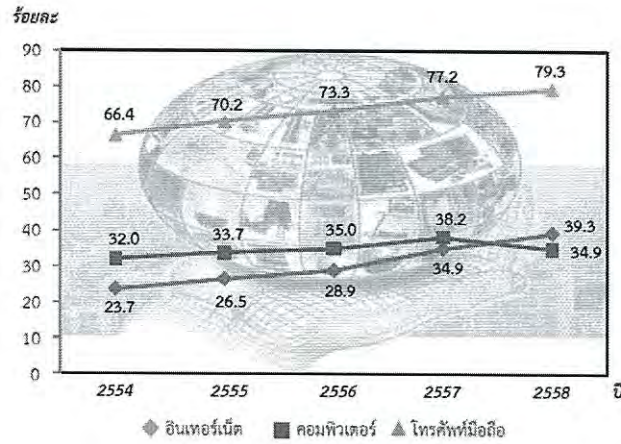
1. สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต
2. ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Banking)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking)
4. แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)
5. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของระบบ (System Quality)
6. แนวคิดเกี่ยวกับความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility)
7. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy)
8. แนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)
9. แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)
10. แนวคิดเกี่ยวกับการประกัน โครงสร้าง (Structure Assurance)
11. นำเสนอแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โมบายแบงก์กิ้ง

2.1 สถิติการใช้งานอินเทอร์เน็ต

มีการสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน เกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีต่าง ๆ อาทิ โทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องคอมพิวเตอร์ รวมถึงการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยสำรวจจากประชาชนที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป จากครัวเรือนตัวอย่างทั้งสิ้น 83,880 ครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558 : 1) โดยมีผลสำรวจที่สำคัญดังนี้

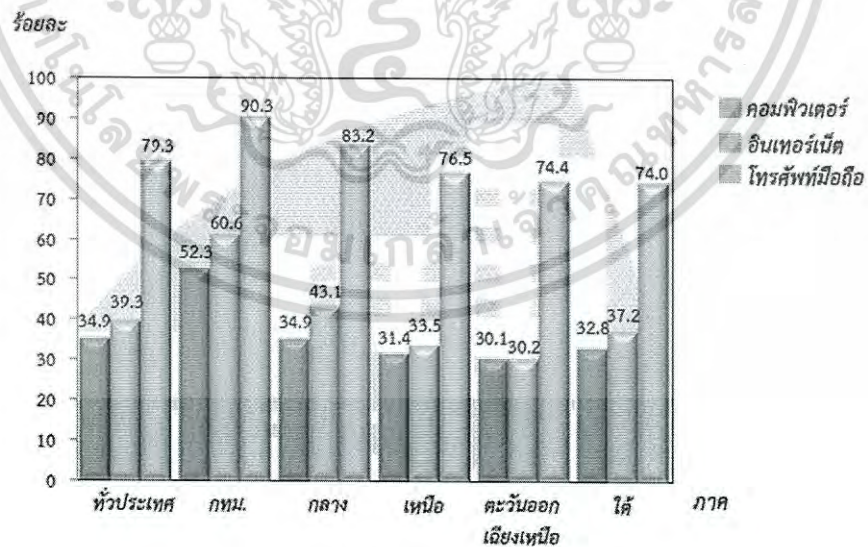
2.1.1 การใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่

สถิติการใช้งานคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใน ปี พ.ศ. 2558 ที่สำรวจและรวบรวมโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ สามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ประมาณ 62.6 ล้านคน มีจำนวนผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 21.8 ล้านคน (ร้อยละ 34.9) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 24.6 ล้านคน (ร้อยละ 39.3) และผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำนวน 49.6 ล้านคน (ร้อยละ 79.3) ดังแสดงในรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 จำนวนร้อยละของการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ พ.ศ.2554 - 2558 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558)

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นรายภาค พบว่า กรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์มากที่สุด คือ ร้อยละ 52.3 รองลงมาคือภาคกลางร้อยละ 34.9 สำหรับสัดส่วนของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ กรุงเทพมหานครมีผู้ใช้งานที่สูดร้อยละ 60.6 รองลงมาคือภาคกลาง ร้อยละ 43.1 ในขณะที่การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ กรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนของผู้ใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ ร้อยละ 90.3 รองลงมาภาคกลาง ร้อยละ 83.2 ดังรูปที่ 2.2

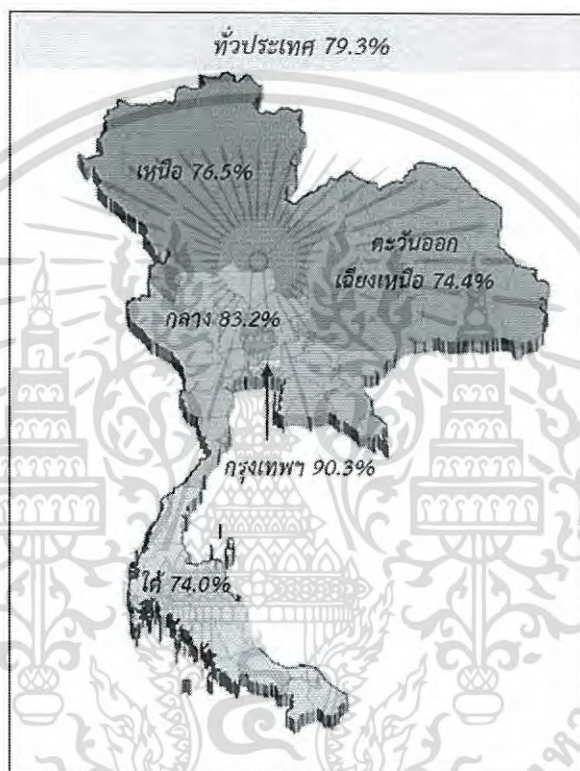


รูปที่ 2.2 ร้อยละของประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปที่ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามภาค (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

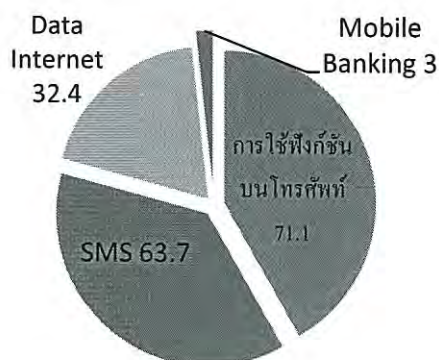
จากผลสำรวจประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ทั้งสิ้นจำนวน 62.6 ล้านคน เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ผู้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มีประมาณ 49.6 ล้านคน (ร้อยละ 79.3) โดยในกรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สูงที่สุดคือ ร้อยละ 90.3 รองลงมาเป็นภาคกลาง ร้อยละ 83.2 และเมื่อพิจารณาตามเขตการปกครองของทุกภาคแล้ว พบว่า ประชากรในเขตเทศบาล มีสัดส่วนการใช้โทรศัพท์มือถือสูงกว่านอกเขตเทศบาล คือ ร้อยละ 84.8 และ ร้อยละ 74.9 ดังแสดงในรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3 ร้อยละของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แบ่งตามรายภาค (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558)

2.1.3 กิจกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่

การใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากการรับสาย และโทรออกแล้ว ส่วนใหญ่ใช้บริการฟังก์ชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ร้อยละ 71.1 รองลงมาใช้บริการ SMS ร้อยละ 63.7 ใช้บริการ Data Internet ร้อยละ 32.4 และใช้ทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ร้อยละ 3.0 ดังรูปที่ 2.4



รูปที่ 2.4 ร้อยละของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558)

เมื่อพิจารณาจากรูปที่ 2.4 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่มีจำนวน ร้อยละ 3 ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเมื่อดูรายละเอียดถึงจำนวนผู้ที่มีประมาณ 1,487,824 คน ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 จำนวนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่แบ่งตามประเภทการใช้บริการในประเทศไทย

ประเภทบริการ	จำนวนประชากร	จำนวนการใช้บริการผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	
		ใช้	ไม่ใช้
SMS	49,594,137	31,591,465	18,002,672
Data Internet เช่น MMS, e-mail, Social media	49,594,137	16,068,500	33,525,637
Mobile Banking	49,594,137	1,487,824	48,106,313
Function on mobile phone	49,594,137	35,261,431	14,332,706

2.2 ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Banking)

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2558 : 5) ได้อธิบายไว้ว่า ธุรกิจธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Banking) เป็นการประกอบธุรกิจการให้บริการการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่อยู่ภายใต้มาตรา 36 แห่งพระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 วารสารยุติธรรม (2556 : 79) กล่าวว่า เป็นการให้บริการธนาคารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบออนไลน์ สามารถทำรายการได้วันละ 24 ชั่วโมง ทุกที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ นอกจากนี้ยังสามารถเรียกได้อีกหลายชื่อ เช่น ธนาคารอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ธนาคารออนไลน์ (Online Banking) ธนาคารไซเบอร์ (Cyber Banking) สามารถแบ่งการใช้งานบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน เช่น การใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนบุคคล อาจจะเรียกว่าอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet banking) หรือ ออนไลน์แบงก์กิ้ง (Online Banking) ขึ้นอยู่กับชื่อเรียกของแต่ละธนาคาร และการใช้งานผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือที่เรียกว่า โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ในส่วนนี้ผู้ใช้จะใช้งานผ่านแอปพลิเคชันที่ธนาคารจัดไว้ผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

นอกจากนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2558 : 1 - 7) ยังกล่าวไว้ด้วยว่า การประกอบธุรกิจบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ธนาคารแห่งประเทศไทยอนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ประกอบธุรกิจบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา โดยต้องขออนุญาตธนาคารแห่งประเทศไทยก่อน และต้องมีแผนในด้านการรับการประกอบธุรกรรมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น มาตรการการรักษาความปลอดภัยของระบบและข้อมูล การประเมินความเสี่ยง แผนรองรับกรณีเกิดปัญหา การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของระบบ การพัฒนาและฝึกอบรมพนักงาน มีระบบควบคุมภายใน และการแก้ไขปัญหา ทางด้านกฎหมายที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยต้องคำนึงถึงสิทธิและผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

ปัจจุบันธนาคารทางอินเทอร์เน็ตได้กลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการให้บริการที่ธนาคารต่างๆ จัดเตรียมไว้สำหรับธุรกิจและอุตสาหกรรม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อินเทอร์เน็ตกลายเป็นช่องทางการให้บริการที่สำคัญของธนาคาร เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่สามารถเลือกทำรายการทางการเงินต่างๆ ได้ด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง เช่น บริการสรุปยอดบัญชีบริการตรวจสอบรายการเคลื่อนไหวในทุกบัญชี บริการโอนเงินระหว่างบัญชี รวมถึงการให้บริการชำระค่าบริการต่างๆ เช่น ค่าโทรศัพท์มือถือ เติมเงินมือถือ ชำระค่าบัตรเครดิต ชำระค่าสาธารณูปโภค จึงนับเป็นทางเลือกที่สะดวกสบายอีกทางเลือกหนึ่ง

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking)

2.3.1 ความหมายของโมบายแบงก์กิ้ง

จิรพันธ์ พุ่มภิญโญ (2553 : 21) โมบายแบงก์กิ้ง คือ บริการธุรกรรมการเงินที่ไม่เกี่ยวข้องกับเงินสด ที่ธนาคารเปิดให้บริการเช่นเดียวกับบริการที่สาขา เป็นบริการที่ผสมผสานเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่และเทคโนโลยีสื่อสารไร้สาย โดยแสดงผลบนหน้าจออุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ ศศิวิมล มณีเหล็ก (2554 : 4) ได้ให้ความหมาย โมบายแบงก์กิ้ง คือ การทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือโดยเป็นช่องทางในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับธนาคารในรูปแบบใหม่

Fakhraddin Maroofi et al. (2013 : 395) โมบายแบงก์กิ้ง หมายถึง ช่องทางที่ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับธนาคารผ่านทางอุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรืออุปกรณ์ดิจิทัลอื่นๆ

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2557 : 5) โมบายแบงก์กิ้ง หมายถึง การทำธุรกรรมของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และทำผ่านระบบปฏิบัติการที่พัฒนาขึ้นเพื่อรองรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะ ซึ่งผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนกับธนาคารเพื่อใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ องค์การมหาชน (2558) ให้นิยามไว้ว่า โมบายแบงก์กึ่ง หรือบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ เป็นบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่าน โทรศัพท์มือถือในลักษณะได้ต่อกับระบบงานของธนาคารได้เองโดยอัตโนมัติ

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า โมบายแบงก์กึ่ง หมายถึง การทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยอาศัยเทคโนโลยีสื่อสารไร้สาย ซึ่งจะต้องทำผ่านระบบปฏิบัติการที่ธนาคารพัฒนาขึ้นสำหรับรองรับโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับเงินสด

2.3.2 การให้บริการโอบายแบงก์กึ่งในประเทศไทย

ข้อมูลจากสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน ได้อธิบายไว้ว่า สำหรับประเทศไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารแรกที่เริ่มเปิดให้บริการโอบายแบงก์กึ่ง ใน พ.ศ. 2544 ต่อมาในช่วงปลายปี ธนาคารเอเซีย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารแห่งที่ 2 ที่เปิดให้บริการนี้ ตามมาด้วยธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในช่วงต้น พ.ศ. 2545 และธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในช่วงกลาง พ.ศ. 2545

ความสามารถพื้นฐานของบริการโอบายแบงก์กึ่ง (สำนักงานคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. 2558) หลัก ๆ ประกอบด้วย

2.3.2.1 สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี (Account Balance) ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีได้ทุกประเภท เช่น บัญชีออมทรัพย์ กระแสรายวัน บัตรเครดิต และสินเชื่อ เป็นต้น

2.3.2.2 ตรวจสอบรายการเดินบัญชี (Bank Statement) ผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลังได้สูงสุด 9 เดือน

2.3.2.3 โอนเงินระหว่างบัญชี (บัญชีเจ้าของเดียวกัน) หรือการโอนเงินไปยังบัญชีของบุคคลอื่น

2.3.2.4 ชำระค่าบัตรเครดิต และบัตรเดบิตชำระค่าสินค้าและบริการ เปลี่ยนรหัสผ่าน ส่งข้อความเตือนเกี่ยวกับสถานภาพทางการเงิน เป็นต้น

2.3.2.5 เช็ครีตราแลกเปลี่ยนเงิน (Exchange Rates) สามารถตรวจสอบข้อมูลอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร ดอกเบี้ยเงินฝาก ดอกเบี้ยเงินกู้

2.3.3 ประโยชน์ของโอบายแบงก์กึ่ง

การทำธุรกรรมการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ โอบายแบงก์กึ่ง เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.3.1 สามารถใช้บริการจากสถานที่ต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทุกที่ และตลอดเวลาตลอด 24 ชั่วโมง

2.3.3.2 ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคาร

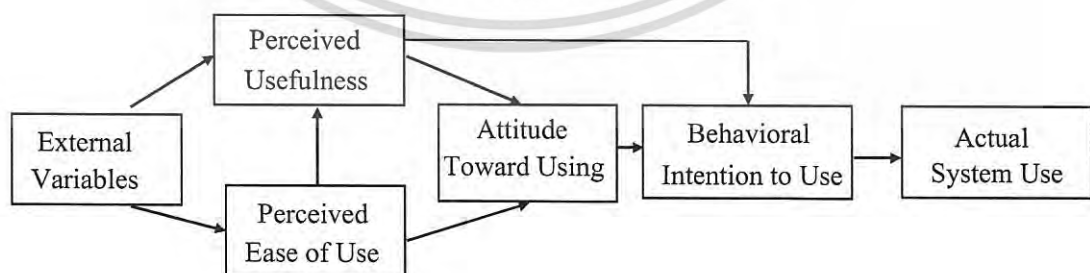
2.3.3.3 ความรวดเร็วในการใช้งาน ในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตใช้เวลาน้อยกว่าการทำธุรกรรมผ่านเคาเตอร์ของธนาคาร เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลาในการรอคิวที่ธนาคาร

2.3.3.4 มีประสิทธิภาพ มีการแจ้งสถานะการทำงานทุกขั้นตอน และมีระบบจัดเก็บประวัติการทำธุรกรรมไว้ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการสามารถเรียกดูประวัติการทำรายการย้อนหลังได้

2.3.3.5 มีบริการเสริมพิเศษ เช่น บริการแจ้งข้อมูลตลาดหุ้น บริการแจ้งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา บริการจัดการด้านหลักทรัพย์ เป็นต้น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีถูกพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1986 โดย เฟรด เดวิส (Fred Davis) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่พัฒนามาจากพื้นฐานของทฤษฎีการตอบสนองอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) และทฤษฎีแบบแผนพฤติกรรม (Theory of Planned Behavior : TPB) แบบจำลองการยอมรับ (TAM) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งประกอบด้วยตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness หรือ PU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use หรือ PEOU) ทศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using หรือ A) ซึ่งพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral Intention to Use) จะส่งผลต่อการใช้งานจริง (Actual System Use) ดังรูปที่ 2.5



รูปที่ 2.5 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM (Fred D. Davis , 1989)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลของ TAM นั้น เชื่อในอิทธิพลที่เป็นความตั้งใจที่จะใช้ซึ่งพฤติกรรมที่นำไปสู่การใช้ ผู้ใช้จะใช้โมบายแบงก์กิ้ง ก็ต่อเมื่อพวกเขาเชื่อว่ามันมีประโยชน์สำหรับการทำงานของพวกเขา แต่ผู้ใช้จะไม่ใช้เมื่อรู้ว่ามันยากต่อการใช้ ถึงแม้ว่ามันจะมีประโยชน์ต่อพวกเขาก็ตาม (J.C.Gu. et al 2009)

Fred D. Davis. (1993) ได้ให้ความหมายของปัจจัยต่าง ๆ ในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ดังนี้

การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness : PU) หมายถึง ระดับความเชื่อและการรับรู้ของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยี โดยเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีสามารถเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของบุคคลนั้น โดยตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ของเทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ และนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้น

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) หมายถึง ระดับความเชื่อและการรับรู้ที่บุคคลเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีวิธีการที่ใช้งานง่าย มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามสูง หรือความเชี่ยวชาญ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติ

ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using : A) หมายถึง ความคิดเห็น มุมมองของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

พฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral Intention to Use: BI) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้นที่ได้รับจากการรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น

การใช้งานจริง (Actual System Use) ซึ่งเป็นผลมาจากทัศนคติต่อการใช้งาน และพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ทำให้เกิดการยอมรับและใช้งานจริง

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของระบบ (System Quality)

2.5.1 ความหมายของคุณภาพของระบบ (System Quality)

Delone & McLean (1992), Delone & McLean, (2003) คุณภาพของระบบ คือ การรับรู้ในความเร็วของเครือข่าย ความเสถียรของระบบ คุณภาพของระบบมีผลต่อความตั้งใจ และความพึงพอใจ ผู้ใช้จะรับรู้ถึงประโยชน์ของบริการโมบายแบงก์กิ้งที่มีความแม่นยำ และมีความเร็วสูง

Vance, Christophe & Straub (2008 : 73-100) คุณภาพของระบบ สะท้อนถึง ความเร็ว ความง่ายต่อการใช้งาน การนำทางที่ดี และสภาพลักษณะ เปรียบได้กับหน้าจอของคอมพิวเตอร์ กับจอเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไวดำสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปไซประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โทรศัพท์มือถือที่มีหน้าจอเล็ก ไม่สะดวกต่อการป้อนข้อมูล สิ่งนี้คือประเด็นสำคัญ ที่จำเป็นต้องได้รับการออกแบบให้เหมาะสมกับผู้ใช้งาน ถ้าการบริการของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือยากต่อการใช้งาน มีรูปลักษณะที่ไม่สวยงาม ผู้ใช้อาจรู้สึกว่ องค์กรนั้น ๆ ไม่ใส่ใจในคุณภาพของระบบเท่าที่ควร

Tao Zhou (2011) คุณภาพของระบบ สะท้อนถึง ความเร็วในการเข้าถึง ความง่ายต่อการใช้งาน การนำทางและรูปลักษณะของโมบายเบงค์กิ้ง

Ali Reza Montazemi and Hamed Qahri-Saremi (2014) คุณภาพของระบบ เน้นเกี่ยวกับลักษณะทางเทคนิคที่จัดไว้ในระบบออนไลน์ และถูกให้นิยามว่าเป็นส่วนขยายออกมาจากคุณสมบัติที่มีอยู่ของออนไลน์

Mahmood Jasim Alsamydai (2014) คุณภาพของระบบ หมายถึงความสามารถของระบบข้อมูลในการสื่อสาร การวัดคุณภาพของระบบถูกนำมาใช้ในการวัดความสามารถของระบบข้อมูล

2.5.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวัดคุณภาพของระบบ

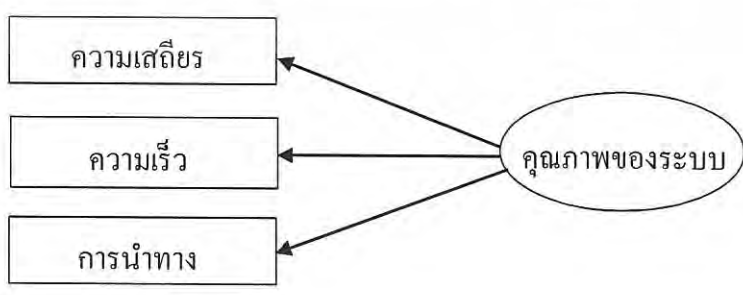
ปัจจัยด้านการวัดคุณภาพของระบบ สามารถจำแนกตัวแปรที่ใช้ได้ดังนี้

2.5.2.1 ความเสถียร (Stable) หมายถึง ระบบมีความเสถียรในการใช้งาน สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มใช้งาน จนกระทั่งใช้งานระบบสำเร็จ

2.5.2.2 ความเร็ว (Speed) หมายถึง ความเร็วในการเข้าถึงระบบ โมบายเบงค์กิ้งมีความคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง หรือสะดุดเมื่อกำลังใช้งานระบบ

2.5.2.3 การนำทาง (Navigate) หมายถึง ระบบโมบายเบงค์กิ้งมีการนำทางที่ดี มีประสิทธิภาพ และง่ายต่อการใช้งาน

ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการประกัน โครงสร้างของการใช้งาน โมบายเบงค์กิ้ง ทั้ง 3 ตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยที่ตัวแปรดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ที่มากกว่า 0.70 โดยสามารถนำมาเขียนเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.6 โมเดลการวัดคุณภาพของระบบ โมบายเบงค์กิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณภาพของระบบอยู่ในส่วนของแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้โดยตรง คุณภาพของระบบสะท้อนให้เห็นถึง ความเร็วของเครือข่าย ความเร็วในการเข้าถึง และความเสถียรของระบบ คุณภาพของระบบมีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม J.C. Gu. et al (2009) ผู้ใช้จะรับรู้ประโยชน์ของบริการ โฆษณาเบงค์กิ้ง ที่มีความแม่นยำ และมีความเร็วสูง การให้บริการเชื่อถือได้ ทั้งในเรื่องของการรับประกันความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ผู้ใช้สามารถควบคุมการทำงานได้ มีการนำทางที่ดี และภาพลักษณ์ที่ดี มีข้อมูลแนะนำการใช้งานหน้าเว็บไซต์ มีความเหมาะสมของกราฟฟิคของแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้งานระบบไม่เกิดความสับสนในการใช้งาน จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มคุณภาพของระบบเป็นปัจจัยภายนอก (External Variables) ไว้ในส่วนของการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) โดยสามารถกำหนดสมมติฐานและเขียนภาพแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัย ได้ดังรูปที่ 2.7

สมมติฐาน : คุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ



รูปที่ 2.7 สมมติฐานของปัจจัยคุณภาพของระบบ

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility)

2.6.1 ความหมายของความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility)

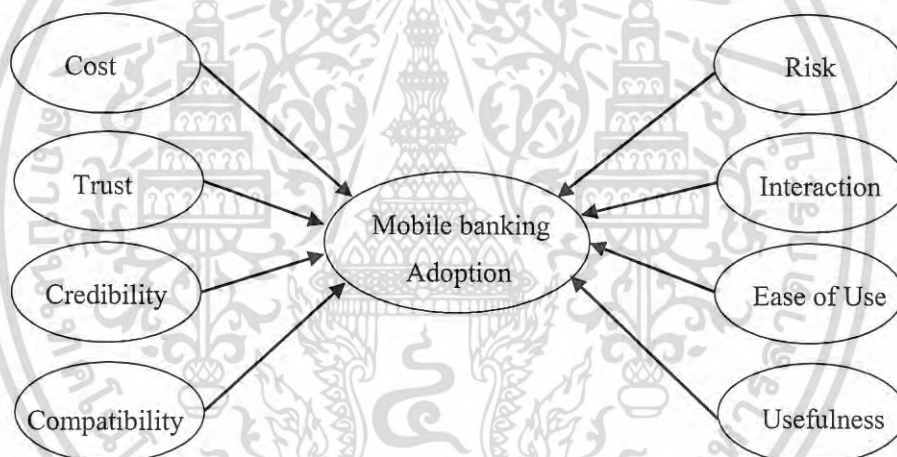
P.Hanafizadeh et.al (2014 : 62-78) กล่าวว่า ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล หมายถึง บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีความสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) และความจำเป็นในชีวิตประจำวัน (Current needs)

Saifullah M. et. al. (2010 : 204-210) กล่าวว่า ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล หมายถึง สถานะที่นวัตกรรมที่มีอยู่ถูกรับนำไปใช้ด้วยคุณค่าของนวัตกรรมนั้น รวมถึงความต้องการจำเป็นและประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้ใช้ที่มีศักยภาพ

ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล สามารถให้คำจำกัดความได้ว่า การที่เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นได้รับการยอมรับจากผู้ใช้ที่เห็นคุณค่า และความจำเป็นของเทคโนโลยีนั้น ๆ ทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ เนื่องจากผู้ใช้เห็นถึงความสอดคล้องและเข้ากันได้กับวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งมีความจำเป็น และเกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน จะส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โฆษณาเบงค์กิ้ง

และการยอมรับ ดังแบบจำลองของ P.Hanafizadeh et al (2014 : 62-78) รูปที่ 2.8 ในงานวิจัยกำหนดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตเห็นไปเซปกระเขียนช่นดำนการค้ำ
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

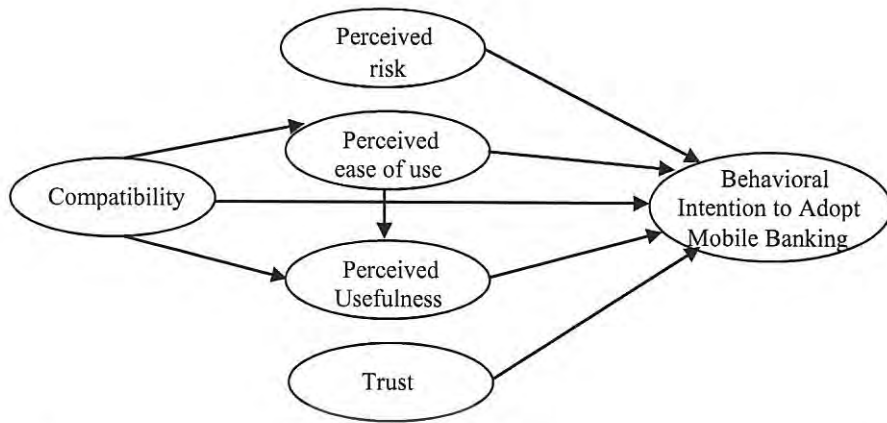
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งใจใช้โมบายแบงก์กึ่งอยู่ 8 ปัจจัย แต่มีปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการตั้งใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง 3 ปัจจัย โดยเรียงตามลำดับที่มีอิทธิพลสูงสุดดังนี้ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) ความไว้วางใจ(Trust) และการรับรู้ประโยชน์(Perceived Usefulness) ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กึ่งมากที่สุด คือ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ในการศึกษาให้นิยาม ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล หมายถึง ระดับของการบริการ โมบายแบงก์กึ่งที่มีต่อแนวทางการดำเนินชีวิต และความต้องการของลูกค้า มีนักวิจัยบางคนกล่าวไว้ว่า สองในสามของบริการธุรกรรมการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าประสบความสำเร็จกับความล้มเหลวเพราะช่องทางให้บริการแบบเดิม ๆ ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทั่วถึง ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่า หากมีความเข้ากันได้สูงมากเท่าไร ก็ยิ่งนำไปสู่โอกาสของการยอมรับเทคโนโลยี ในการศึกษาผลกระทบของความเข้ากันได้ที่มีต่อความตั้งใจในการใช้ (Usage Intention) มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยีกับความจำเป็นและความต้องการที่อยู่ในระดับสูงของแต่ละบุคคล จะทำให้ความเป็นไปได้ของการยอมรับสูงตามไปด้วย



รูปที่ 2.8 Mobile-banking adoption by Iranian bank clients (P. Hanafizadeh et al, 2014 : 70)

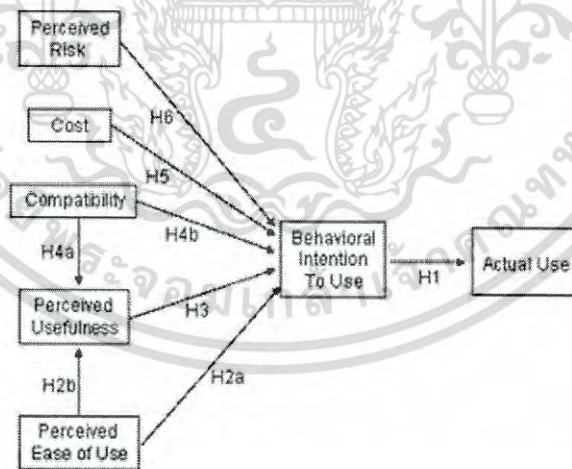
ตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ โมบายแบงก์กึ่งของประชากรในอิหร่าน พบว่าความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ไม่เพียงแต่มีอิทธิพลโดยตรงเท่านั้น แต่ยังเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สำคัญต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับในการขยายตัวของนวัตกรรมที่เหมาะสมกับโครงสร้างของสังคมและเทคโนโลยี นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการประเมินผู้บริโภคในแง่ของการขยายตัวของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สามารถเข้ากันได้กับวิถีชีวิต และความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีที่มีอยู่ สะท้อนให้เห็นว่าถ้าผู้บริโภคยอมรับโมบายแบงก์กึ่งในลักษณะที่มีอยู่เดิมพร้อมกับความเชื่อ ค่านิยม วิถีชีวิต และประสบการณ์ที่ผ่านมา บุคคลนั้นจะตัดสินใจใช้บริการ ดังแสดงในรูปที่ 2.9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.9 Factor Affecting Isfahanian Mobile Banking Adoption Based on TAM
(Hossien Rezaei dolat abadi 2013 : 611-623)

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอื่น ๆ ที่ระบุว่า ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลนั้น ส่งผลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้ เช่น ในงานวิจัยของ J.H. Wu, S.C. (2005 : 719-729)ในการศึกษานี้ได้รวมทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (DOI) มีปัจจัยความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายเข้าในแบบจำลอง TAM เพื่อตรวจสอบการยอมรับของผู้ใช้ M-Commerce ผลสำรวจพบว่า ตัวแปร การรับรู้ความเสี่ยง ค่าใช้จ่าย ความเข้ากันได้ การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการความตั้งใจในการใช้ ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้งาน ดังรูปที่ 2.10



รูปที่ 2.10 Model for mobile commerce acceptance. (J.H. Wu, S.C.2005 : 719-729)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า บุคคลจะยอมรับเทคโนโลยีนั้นก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้บุคคลผู้นั้นแสดงพฤติกรรมการความตั้งใจใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวัดความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล

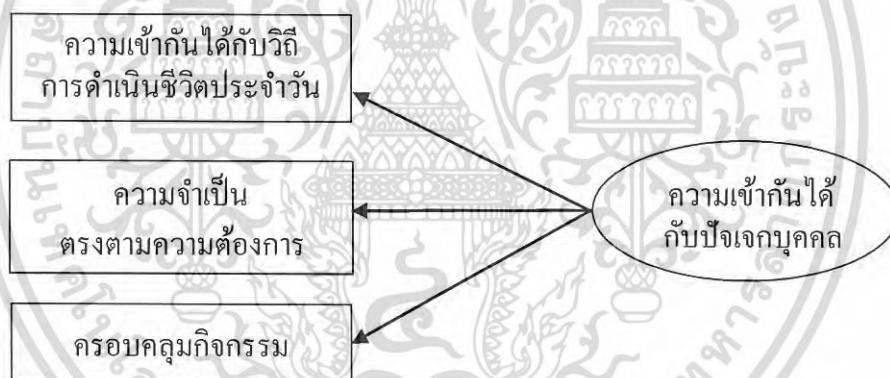
ปัจจัยด้านการวัดความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล สามารถจำแนกตัวแปรที่ใช้ในการวัดความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ได้ดังนี้

2.6.2.1 ความเข้ากันได้กับ วิธีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง โมบายเบงคี้กึ่ง มีความเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับกิจกรรมที่ทำ

2.6.2.2 ความจำเป็น (Necessity) หมายถึง ผู้ใช้เกิดความจำเป็นและต้องการใช้งาน โมบายเบงคี้กึ่ง

2.6.2.3 ครอบคลุมกิจกรรม (Coverage) หมายถึง ระบบโมบายเบงคี้กึ่งมีฟังก์ชันการทำงานได้หลากหลาย ครอบคลุมทุกกิจกรรมของการทำธุรกรรม

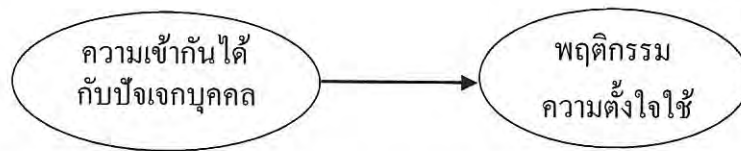
ตัวแปรที่ใช้ในการวัดความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ของการใช้งาน โมบายเบงคี้กึ่ง ทั้ง 3 ตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัย ได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยที่ตัวแปรดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ที่มากกว่า 0.80 โดยสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.11



รูปที่ 2.11 โมเดลการวัดความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลในการใช้โมบายเบงคี้กึ่ง

ดังนั้น ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล จึงถูกจัดไว้ในส่วนที่สาม (User) เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งาน โดยตรง โดยผู้วิจัยได้เพิ่ม ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล เข้ากับพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงคี้กึ่งในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เมื่อผู้ใช้เกิดความจำเป็นและมีโอกาสที่จะใช้งานจริง ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐาน และเขียนแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.12

สมมติฐาน : ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง



รูปที่ 2.12 สมมติฐานของปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy)

2.7.1 ความหมายของการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy)

J.C. Gu, et. al. (2009) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความเชื่อที่แต่ละคนมีต่อความสามารถในการบริหารพฤติกรรมเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในบริบทของโมบายแบงก์กิ้ง ผู้ใช้จะรับรู้ว่ามีแนวโน้มง่ายต่อการใช้อย่างไร เมื่อบุคคลรับรู้ว่าคุณมีความสามารถสูงพอที่จะใช้ได้

Tao Zhou (2012) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความสามารถและทักษะในการใช้งานการทำธุรกรรมการเงินผ่านมือถือ ที่ให้บริการอยู่ในขณะนี้

S. Al-Somali et. al. (2009) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง เป็นความมั่นใจส่วนบุคคลที่มีต่อความสามารถของตนเองในการใช้ Computer Application Domains ที่ซับซ้อน

Hamza Salim Khraim et. al. (2011) กล่าวว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความมั่นใจในตัวเองที่ผู้ใช้จะสามารถแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ได้

Bandura (1994) กล่าวว่า ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถตนเอง อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อผลที่จะได้รับจากการกระทำพฤติกรรม กับระดับความมั่นใจของบุคคล โดยเชื่อว่า หากบุคคลใดมีความมั่นใจสูงว่าตนสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นด้วยตนเองได้ ล่วงบุคคลนั้นจะมีแนวโน้มสูงที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ในทางกลับกันหากบุคคลมีความมั่นใจน้อย หรือไม่มีความมั่นใจว่าตนมีความสามารถพอที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ได้ตามที่คาดหวัง บุคคลนั้นจะมีแนวโน้มไม่แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความเชื่อที่แต่ละบุคคลมีต่อความสามารถในการบริหารพฤติกรรมเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในงานวิจัยของ J.C. Gu et. al. (2009) ได้ระบุว่าผู้ใช้จะรับรู้ว่ามีแนวโน้มง่ายต่อการใช้งาน เมื่อเขารู้สึกว่าตนเองมีความสามารถพอที่จะใช้งานได้

ดังนั้นการรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความเชื่อที่บุคคลแต่ละบุคคลมีต่อความสามารถและระดับความมั่นใจของตนเองในการใช้เทคโนโลยี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง

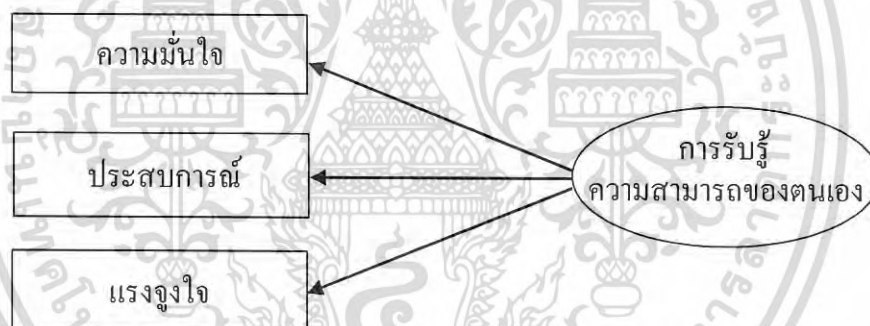
ปัจจัยด้านการวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง สามารถจำแนกตัวแปรที่ใช้ในการวัดการรับรู้ได้ดังนี้

2.7.2.1 ความมั่นใจ (Confident) หมายถึง ผู้ใช้งานมีความกล้าที่จะใช้งาน เพราะเกิดความมั่นใจในความสามารถของตนเอง

2.7.2.2 ประสบการณ์ (Experience) หมายถึง ประสบการณ์ในการใช้งานที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ หรือการใช้แอปพลิเคชันอื่น ๆ มาก่อน ทำให้ผู้ใช้เกิดการรับรู้ว่าคุณสามารถใช้งานโมบายเบงค์กิ้งได้

2.7.2.3 แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง ผู้ใช้จะสามารถใช้งานระบบได้ ถ้าเขาเห็นว่าคนอื่น ๆ สามารถใช้โมบายเบงค์กิ้ง จะเกิดความมั่นใจและรับรู้ว่าคุณก็สามารถใช้ได้เช่นกัน

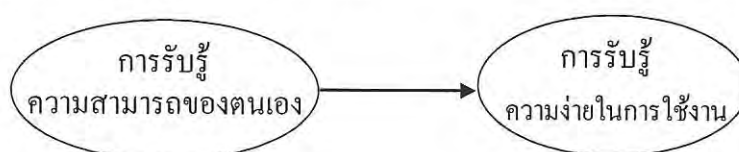
ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการรับรู้ความสามารถของตนเอง ของการใช้งานโมบายเบงค์กิ้ง ทั้ง 4 ตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยที่ตัวแปรดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ที่มากกว่า 0.85 โดยสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.13



รูปที่ 2.13 โมเดลการวัดการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้โมบายเบงค์กิ้ง

ผู้วิจัยได้นำปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง เข้ามาเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งอยู่ในส่วนที่สอง เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ใช้งานโดยตรง สามารถกำหนดสมมติฐาน และเขียนเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.14

สมมติฐาน : การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน



รูปที่ 2.14 สมมติฐานของปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8 แนวคิดเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

2.8.1 ความหมายของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

การคล้อยตาม (Conformity) เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองให้เข้ากับมาตรฐานหรือความเชื่อซึ่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการคล้อยตามนั้น คือแรงกดดันจากกลุ่ม เช่น เด็กวัยรุ่นมักจะคล้อยตามกลุ่มเพื่อนของตนเองเป็นอย่างมาก ยิ่งกลุ่มเพื่อนมีความคิดเหมือนกันมากเท่าไรยิ่งมีอิทธิพลทำให้คนในกลุ่มนั้นคิดคล้อยตามมากขึ้นเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งคนเราก็ต้องคล้อยตามคนอื่นเพื่อแสวงหาการยอมรับ ทั้งที่คนเราอาจจะไม่ได้เชื่ออย่างนั้นก็ตาม (Normative Social influences) แต่ก็แสดงพฤติกรรมคล้อยตามไป อันเป็นการยอมทำตามในสายตาคนอื่น (Private Compliance)

2.8.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคล้อยตาม นักจิตวิทยาสังคมได้พยายามศึกษาวิจัย เรื่องการคล้อยตาม เพื่อหาคำตอบให้แก่คำถามที่ว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเกิดการคล้อยตาม เกิดได้อย่างไร และมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลสรุปการวิจัยปรากฏดังนี้

2.8.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) กับการคล้อยตาม คำว่ากลุ่มอ้างอิง หมายถึง กลุ่มที่เราคิดว่าเราก็เหมือนกับเขา หรือเราอยากจะเป็นเหมือนเขาเหล่านั้นในคุณลักษณะบางประการ ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ค่านิยม ความเชื่อ หรือพฤติกรรมที่แสดงออกมา นักศึกษามักจะคล้อยตามความคิด และทำตามคารา นักแสดง นักร้อง มากกว่านักธุรกิจ เพราะเป็นกลุ่มอ้างอิงของเขา วัยรุ่นย่อมมีเจตคติ ความคิด และการทำตามกลุ่มเพื่อนสนิทของตนมากกว่าทำตามคำสอนของครู พ่อแม่ เพราะเพื่อนเป็นกลุ่มอ้างอิงสำคัญกว่า

2.8.2.2 ขนาดของกลุ่มกับการคล้อยตาม คนเราจะคล้อยตามเป็นอย่างมากในกรณี ที่กลุ่มอ้างอิงมีจำนวนคนมาก ยิ่งกลุ่มมีขนาดใหญ่มากขึ้นเท่าไรก็ควรจะมีอิทธิพลทำให้คนเราต้องคล้อยตามมากขึ้น

2.8.2.3 พันธมิตรกับการคล้อยตาม ระหว่างที่คนกำลังจะตัดสินใจว่าจะคล้อยตามดีหรือไม่ถ้าเขาได้รับรู้ว่ายังมีคนอื่นอีกอย่างน้อยก็ 1 คน ซึ่งคิดเหมือนเขา คือไม่เหมือนกับคนอื่นในกลุ่ม การมีคนคิดเหมือนกับเขาขึ้นมาจะทำให้การคล้อยตามของเขาลดลงหรือไม่ คำตอบที่ได้จากผลการทดลองนักจิตวิทยาคือลดลง

2.8.2.4 การแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange) กับการคล้อยตาม หลักการทางจิตวิทยาสังคมที่สำคัญมากอย่างหนึ่ง คือทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) ซึ่งสรุปได้ว่าการที่คนเราจะมีปฏิสัมพันธ์ (interaction) ต่อกันนั้นคนเราจะคิดถึงการลงทุนและผลตอบแทนจากการปฏิสัมพันธ์นั้นด้วย ในสังคมมนุษย์นั้นแรงเสริมที่สำคัญอย่างหนึ่งสำหรับพฤติกรรมมนุษย์ก็คือ การได้รับการยอมรับจากคนอื่น ๆ ในกลุ่ม ฮอลแลนเดอร์ (Hollander, 1976, 484) ได้กล่าวว่า “การคล้อยตามเป็นการแลกเปลี่ยนเพื่อที่จะได้รับการยอมรับและการสนับสนุนจากคนอื่น”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.8.2.5 วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการคล้อยตาม นักจิตวิทยาสังคมในหลายประเทศ ได้ทำการวิจัยเปรียบเทียบพฤติกรรมการคล้อยตามข้ามวัฒนธรรม ด้วยความเชื่อว่าการที่คนเรา ได้รับการเลี้ยงดูมาในวัฒนธรรมที่ต่างกันย่อมมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการคล้อยตามอย่าง แน่นนอน ผลการวิจัยโดยสรุปเป็นอย่างนั้นจริงคือ สังคมใดหรือประเทศใดที่มีวัฒนธรรมเป็นแบบ เน้นความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualism) ก็จะมีการคล้อยตามคนอื่นน้อยกว่าคนในสังคมที่เน้น การรวมหมู่พวก (Collectivism)

2.8.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

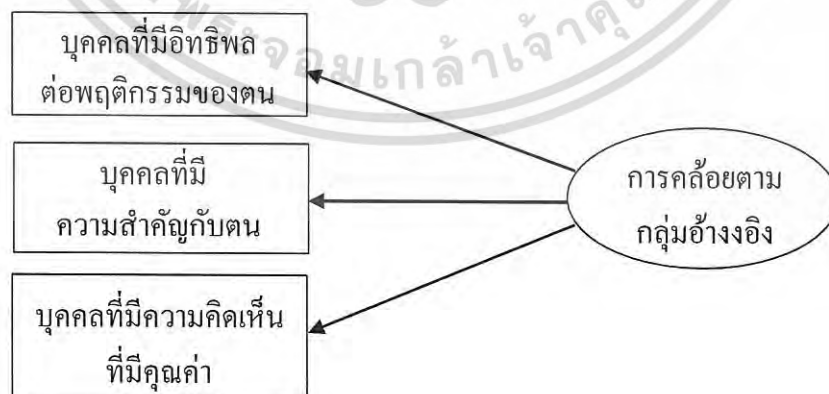
จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี ในปัจจัยด้านการคล้อย ตามกลุ่มอ้างอิง สามารถกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ของผู้ใช้งาน โมบาย แบนด์กึ่ง ได้ดังนี้

2.8.3.1 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของตน หมายถึง บุคคลที่จะเกิดการคล้อย ตามก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของเขา

2.8.3.2 บุคคลที่มีความสำคัญกับตน หมายถึง บุคคลที่มีความสำคัญต่อผู้แสดง พฤติกรรม เช่น บุคคลในครอบครัว ครู อาจารย์

2.8.3.3 บุคคลที่มีความคิดเห็นที่มีคุณค่า หมายถึง บุคคลที่ให้คำแนะนำ หรือเสนอ ความคิดเห็นที่ผู้แสดงพฤติกรรมเห็นว่ามีความสำคัญ และเกิดประโยชน์หากปฏิบัติตาม

ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ของผู้ใช้งาน โมบายแบนด์กึ่ง ทั้ง 3 ตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัยได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม โดยที่ตัวแปรดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบ ความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ที่มากกว่า 0.85 โดยสามารถนำมาเขียนเป็นแผนภาพได้ ดังรูปที่ 2.15

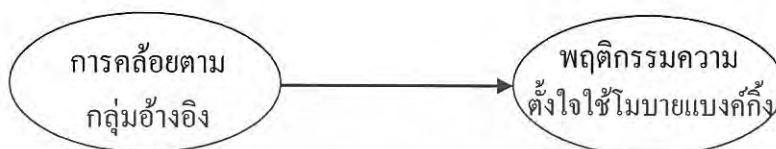


รูปที่ 2.15 โมเดลการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้ใช้โมบายแบนด์กึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น เมื่อนำปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเข้ามาใช้ในแบบจำลองตามกรอบแนวคิดการวิจัย จึงได้กำหนดไว้เป็นปัจจัยหลักที่ผนวกเข้ากับแบบจำลองการยอมรับ (TAM) และสามารถกำหนดสมมติฐาน และสามารถเขียนความสัมพันธ์ดังรูปที่ 2.16

สมมติฐาน : การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง



รูปที่ 2.16 สมมติฐานของปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

2.9 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ (Trust)

2.9.1 ความหมายของความไว้วางใจ (Trust)

Zhenhua Liu. et. al. (2009 : 7-13) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อในประสิทธิภาพซึ่งถูกรับประกันโดยบุคคลที่ 3 ซึ่งจะ使人อื่น ๆ ปฏิบัติตามดังที่คาดหวังไว้ในการศึกษาเรื่อง โมบายแบงก์กิ้ง หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งยอมรับการทำธุรกรรมบนมือถือ ถ้าบุคคลใด ๆ ไม่มีความเชื่อใจมากพอในบริการ หรือตัวแทน บุคคลนั้นสามารถที่จะเลือกใช้ช่องทางอื่น (ธนาคารอื่น)

Tao Zhou.(2011 : 527-540) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเต็มใจที่จะมีความเกี่ยวข้อง/ สัมพันธ์ซึ่งตั้งอยู่บนความคาดหวังในเชิงบวก ในพฤติกรรมของคณะบุคคลในอนาคต

P. Hanafizadeh. (2012 : 62-78) กล่าวว่า ความไว้วางใจ เป็นเสมือนความเชื่อถือที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ หรือปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องของบริษัทหนึ่งๆ

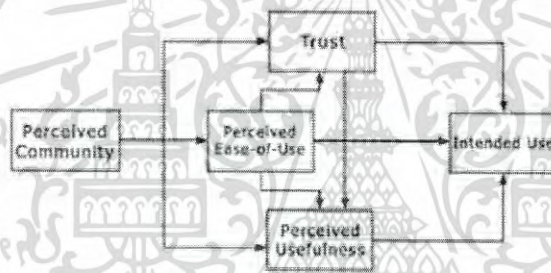
Daniel K. Maduku.(2014 : 37-51) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อที่ถือปฏิบัติตามความคาดหวัง ซึ่งความคาดหวังนั้นต้องไม่เป็นการฉวยโอกาสโดยไร้ศีลธรรมในสถานการณ์ใด ๆ

รุ่งอรุณ บุรภัทรธำรงกุล และคณะ (2556 : 219) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดซึ่งเกิดจากการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ ลูกค้าซึ่งมีความไว้วางใจจะเกิดความรู้สึกมั่นใจหรือเชื่อมั่นต่อองค์ประกอบของสินค้าหรือบริการ และผู้ให้บริการ

งานวิจัยหลายงานในด้านการทำธุรกรรมออนไลน์ เช่น งานวิจัยของ S. Al-Somali et al (2009) ระบุไว้ว่า ความไว้วางใจมีความสำคัญมากกว่าสิ่งอื่นใดในออนไลน์แบงก์กิ้ง เพราะข้อมูลที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้เป็นข้อมูลสำคัญและมีความอ่อนไหว (Sensitive) ถูกใช้งานและส่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ J.C. Gu. et al (2009) และ Zhenhua Liu et al (2009) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความไว้วางใจส่วนบุคคล ซึ่งผู้อื่นจะปฏิบัติตามบนพื้นฐานของความคาดหวังส่วนบุคคล และความคาดหวังที่บุคคลนั้น ๆ เลือกที่จะไว้วางใจ จะต้องไม่เป็นการฉวยโอกาสในสถานการณ์ใด ๆ เป็นเสมือนความไว้วางใจที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ เป็นความไว้วางใจในประสิทธิภาพซึ่งถูกรับประกัน และทำให้คนอื่น ๆ ปฏิบัติตามดังที่คาดหวัง นอกจากนี้ Chat Chuchuen (2016) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจที่ได้รับการสัญญาว่าอีกฝ่ายหนึ่งสามารถเชื่อถือได้ เมื่อผู้ใช้รู้สึกวาระบบมีความมั่นคงปลอดภัยสูงก็จะเกิดความไว้วางใจ และมีโอกาสในการยอมรับสูง ดังนั้น ความไว้วางใจจึงได้ถูกกำหนดไว้เป็นปัจจัยหลักที่ผนวกเข้ากับแบบจำลองการยอมรับ (TAM) ซึ่งในหลายๆ งานวิจัย มีการนำปัจจัยเรื่องความไว้วางใจมาผนวกเข้ากับแบบจำลองตามรูปแบบงานวิจัยเรื่องความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีในการซื้อของออนไลน์ของ Gefen et al. และมีการนำมาใช้กับงานวิจัยหลายงานวิจัย ดังรูปที่ 2.17

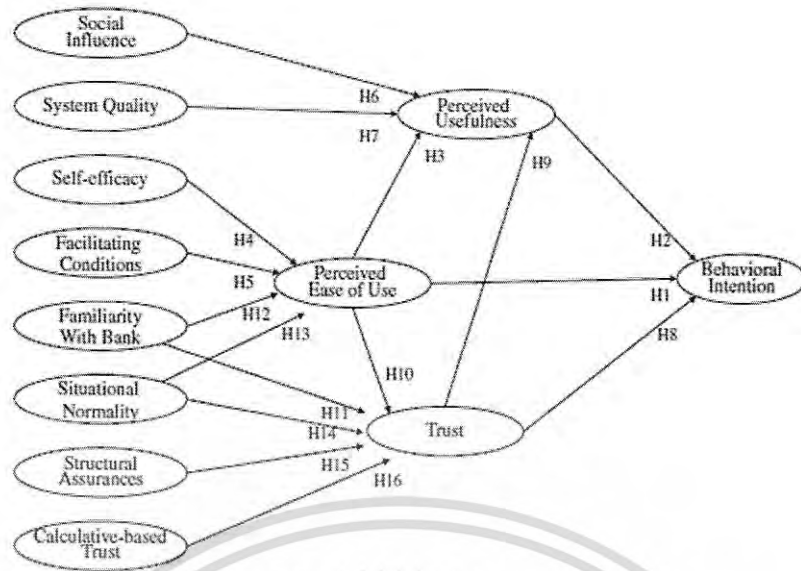


รูปที่ 2.17 The Integrated Model of Trust and Intended Use

ที่มา Basheer Mohammed AI-Ghazali et al. (2014 : 19 - 26)

จากรูปที่ 2.17 เป็นการบูรณาการระหว่างการยอมรับผ่านแบบจำลองการยอมรับ TAM รวมเข้ากับความไว้วางใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับและความตั้งใจใช้ นอกจากนี้ Gefen et al. (2011 : 51-90) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มจำนวนผู้ใช้ในการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

งานวิจัยของ J.C.Gu et al. (2009 : 11605-11616) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง โดยนำแบบจำลองการยอมรับผนวกเข้ากับปัจจัยความไว้วางใจ และหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆที่กำหนดขึ้น เพื่อทดสอบว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้ใช้ และพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดคือ ปัจจัยการประกัน โครงสร้างซึ่งส่งผลต่อความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้ ดังรูปที่ 2.18



รูปที่ 2.18 Determinants of behavioral intention to mobile banking (J.C.Gu et al. 2009)

2.9.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวัดความไว้วางใจ

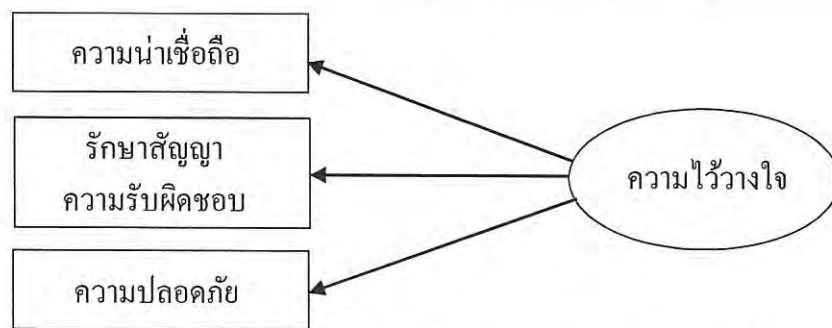
จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี ในปัจจัยด้านความไว้วางใจ สามารถจัดตัวแปรที่ใช้ในการวัดความไว้วางใจของผู้ใช้งาน โบบายแบงก์กิ้ง ได้ดังนี้

2.9.2.1 ความน่าเชื่อถือ (Reliable) หมายถึง เมื่อบุคคลตัดสินใจใช้ระบบโบบายแบงก์กิ้งแล้ว สามารถเชื่อถือในระบบนั้นได้

2.9.2.2 สัญญาและความรับผิดชอบ (Promises and Commitments) หมายถึง ผู้ใช้เชื่อว่าธนาคารสามารถรักษาสัญญาและความมีความรับผิดชอบ

2.9.2.3 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง ระบบมีความปลอดภัยเชื่อถือได้

ตัวแปรที่ใช้ในการวัดความไว้วางใจของผู้ใช้งาน โบบายแบงก์กิ้ง ทั้ง 3 ตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัย ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม โดยที่ตัวแปรดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ที่มากกว่า 0.85 โดยสามารถนำมาเขียนเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.19



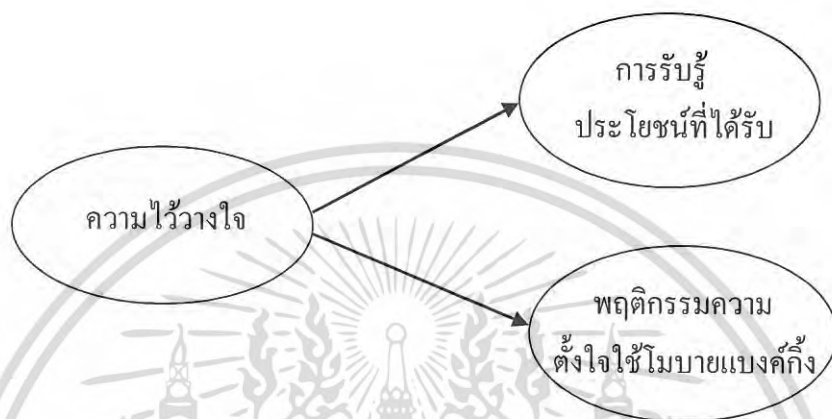
รูปที่ 2.19 โมเดลการวัดความไว้วางใจของผู้ใช้โบบายแบงก์กิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น เมื่อนำความไว้วางใจเข้ามาใช้ในแบบจำลองตามกรอบแนวคิดการวิจัย จึงได้กำหนดไว้เป็นปัจจัยหลักที่ผนวกเข้ากับแบบจำลองการยอมรับ (TAM) และสามารถกำหนดสมมติฐานได้ 2 สมมติฐาน และสามารถเขียนความสัมพันธ์ดังรูปที่ 2.20

สมมติฐาน : ความไว้วางใจส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

สมมติฐาน : ความไว้วางใจส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง



รูปที่ 2.20 สมมติฐานของปัจจัยความไว้วางใจ

2.10 แนวคิดเกี่ยวกับการประกันโครงสร้าง (Structure Assurance)

2.10.1 ความหมายของการประกันโครงสร้าง (Structure Assurance)

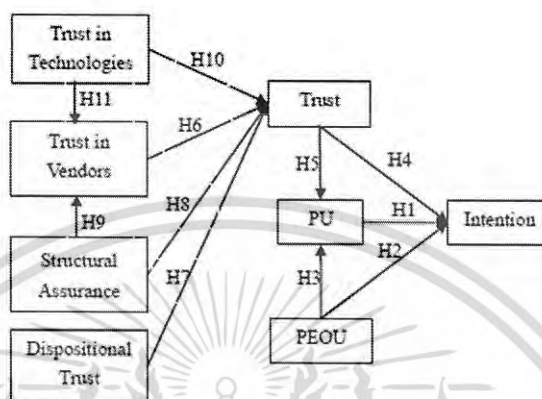
J.C. Gu et al. (2009) กล่าวว่า การประกันโครงสร้าง หมายถึง ระบบเครือข่ายที่มีความมั่นคงปลอดภัย เช่น เป็นแหล่งที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีการรับประกันและมีกติกาในการใช้

Tao Zhou.(2011) กล่าวว่า การประกันโครงสร้าง หมายถึง ความถูกต้องตามกฎหมาย และโครงสร้างทางเทคโนโลยี ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นคงปลอดภัยในการชำระเงิน

นอกจากนี้ J.C. Gu et al. (2009) ได้กล่าวว่า การประกันโครงสร้าง ถือเป็นเรื่องสำคัญมากอีกปัจจัยหนึ่ง ในการทำธุรกรรมออนไลน์ ต้องเป็นระบบเครือข่ายที่มีความมั่นคงปลอดภัย เป็นแหล่งที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีการรับประกัน และมีกติกาในการใช้ นอกจากนี้ โครงสร้างทางเทคโนโลยีต้องช่วยเพิ่มความมั่นคงปลอดภัยในการทำธุรกรรม Tao Zhou (2011) ในฐานะที่เป็นฐานของความเชื่อถือในองค์กรหรือสถาบัน McKnight et al. (2002) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกในการเลือกใช้งานของผู้ใช้ คือ เมื่อเกิดความผิดพลาดในระบบนั้น มีกฎหมายรองรับ เพื่อความมั่นใจในความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความมั่นคงปลอดภัยในการทำธุรกรรม

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับโมบายแบงก์กิ้ง ในประเด็นของความไว้วางใจ โดยผู้วิจัยได้ผนวกรวมความไว้วางใจเข้ากับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เพื่อทำการเอกสารเป็นเอกสารทบทวนวิสาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำเอาเนื้อหาไปใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตรวจสอบบทบาทของความไว้วางใจในมุมมองที่หลากหลายมิติ พบว่าความไว้วางใจมีผลทางอ้อมต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ และความไว้วางใจที่มีผลโดยตรงเกิดจาก 3 ประการ คือ ความไว้วางใจในเทคโนโลยี ความไว้วางใจในผู้ขาย และความไว้วางใจในการประกันโครงสร้าง ซึ่งการประกันโครงสร้างเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของความไว้วางใจของบุคคล ดังแบบจำลอง ในรูปที่ 2.21



รูปที่ 2.21 Integrated Model : An Empirical Study on Mobile Banking Adoption :
The Role of Trust ที่มา Zhenhua Liu, et al. (2009 : 7-13)

2.10.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการประกันโครงสร้าง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี ในปัจจัยด้านการประกันโครงสร้าง ตัวแปรที่ใช้ในการวัดการประกันโครงสร้าง ประกอบด้วย

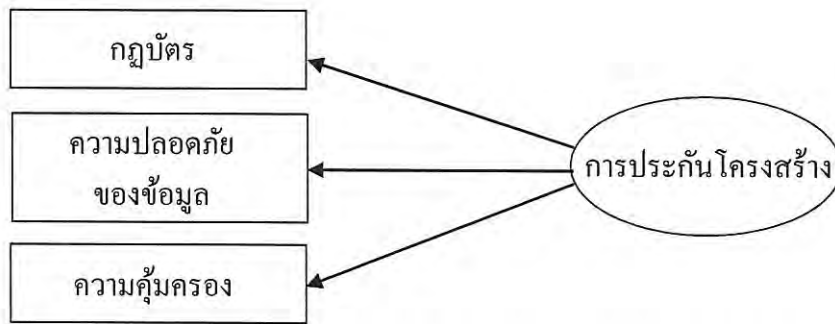
2.10.2.1 กฎบัตร หลักจรรยาของธนาคาร (Guarantees & Ethics) หมายถึง ธนาคารมีกฎบัตรในการรับประกันข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม

2.10.2.2 ข้อมูลส่วนตัวมีความปลอดภัย (Information Security) หมายถึง ธนาคารมีการป้องกันความเป็นส่วนตัวของข้อมูล ซึ่งผู้ใช้จะไม่ต้องกังวลเรื่องการถูกขโมยข้อมูล

2.10.2.3 ความคุ้มครอง หมายถึง ธนาคารสามารถคุ้มครองการทำธุรกรรมของผู้ใช้บริการได้

ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการวัดการประกันโครงสร้างของการใช้งาน โหมบายเบงคิง ทั้ง 4 ตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัยได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยที่ตัวแปรดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) และมีค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) ที่มากกว่า 0.85 โดยสามารถนำมาเขียนเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 2.22

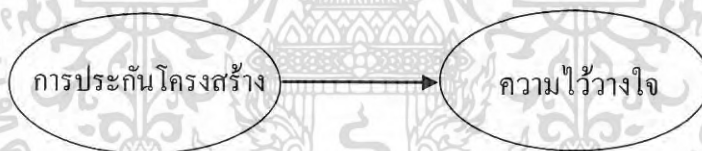
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.22 โมเดลการประกันโครงสร้างของผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้ง

นักวิจัยหลายคนได้เพิ่มปัจจัยเกี่ยวกับการประกันโครงสร้างเข้ากับปัจจัยความไว้วางใจ เพื่อพิสูจน์ว่าปัจจัยทั้งสองส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เพิ่มการประกันโครงสร้าง เข้าในส่วนของปัจจัยความไว้วางใจ หากมองภาพรวมของแบบจำลองแล้ว ปัจจัยนี้จะอยู่ในส่วน โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) และสามารถกำหนดสมมติฐานและเขียนภาพแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัย ได้ดังรูปที่ 2.23

สมมติฐาน : การประกันโครงสร้างส่งผลต่อความไว้วางใจ



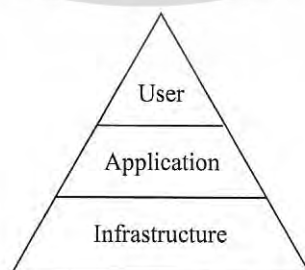
รูปที่ 2.23 สมมติฐานของปัจจัยการประกันโครงสร้าง

2.11 นำเสนอแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง

แบบจำลองปัจจัยของพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ J.C.Gu et al (2009) ได้นำเสนอเกี่ยวกับการตัดสินใจแสดงความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรมในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง โดยมีพื้นฐานมาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ซึ่งมีโครงสร้างหลักที่ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และพฤติกรรมความตั้งใจ นอกจากนี้ยังผนวกปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) เข้ากับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) จากกรอบทฤษฎีที่นำเสนอของ Gefen et al. ให้แนวทางว่า การทำธุรกรรมออนไลน์ใด ๆ ตลอดจนการยอมรับเทคโนโลยี สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ความไว้วางใจ มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งในประเด็นของความไว้วางใจ โดยเพิ่มปัจจัยความไว้วางใจเข้าไปในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทำการทดลองผลของความไว้วางใจเป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไว้วางใจในหลายมิติ พบว่า พื้นฐานของความไว้วางใจมีผลทางอ้อมมาจากคนที่เคยใช้มาก่อนหน้า และมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ที่เป็นพื้นฐานของพฤติกรรมความตั้งใจ นอกจากนี้ Zhenhua Liu et al (2009) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับความไว้วางใจในการประกันโครงสร้างเป็นหลัก จากแบบจำลองของ J.C. Gu et al (2009) และ Tao Zhou (2011) ได้กำหนดปัจจัยภายนอกขึ้นเพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยในแบบจำลอง พบว่า คุณภาพของระบบ (System Quality) มีนัยสำคัญต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจ, การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy) ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral intention) ทำให้ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้ที่รับรู้ประโยชน์และรับรู้ความง่ายในการใช้งานจะแสดงพฤติกรรมความตั้งใจ นอกจากนี้การประกันโครงสร้าง (Structure Assurances) จะสนับสนุนการทำธุรกรรมที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ (Trust)

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้น ยังมีปัจจัยที่สำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีโมบายเบงค์กึ่งอีกปัจจัยหนึ่ง คือ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) ในการศึกษาของ P.Hanafizadeh et. al. (2014) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้โมบายเบงค์กึ่งมากที่สุด คือ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ในการศึกษาผลกระทบของความเข้ากันได้ที่มีต่อความตั้งใจในการใช้ (Usage Intention) มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยีกับความจำเป็นและความต้องการที่อยู่ในระดับสูงของแต่ละบุคคล จะทำให้ความเป็นไปได้ของการยอมรับสูงตามไปด้วย และในการศึกษาเรื่องการตรวจสอบหาข้อเท็จจริงในการยอมรับ โมบายเบงค์กึ่งของผู้บริโภค ของ Lisa Wessels and Judy Rennan (2010) สนับสนุนความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมความตั้งใจใช้เช่นกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลมาไว้ในแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โมบายเบงค์กึ่ง เมื่อรวบรวมแบบจำลองข้างต้นทั้งหมดเข้าด้วยกัน จะสามารถแบ่งลำดับชั้นการทำงานของแบบจำลองได้เป็น 3 ส่วนหลัก ๆ คือส่วน โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ส่วนระบบที่ติดต่อกับผู้ใช้ (Application) และส่วนผู้ใช้งาน (User) ดังแสดงในรูปที่ 2.24



รูปที่ 2.24 การแบ่งส่วนการทำงานของแบบจำลอง

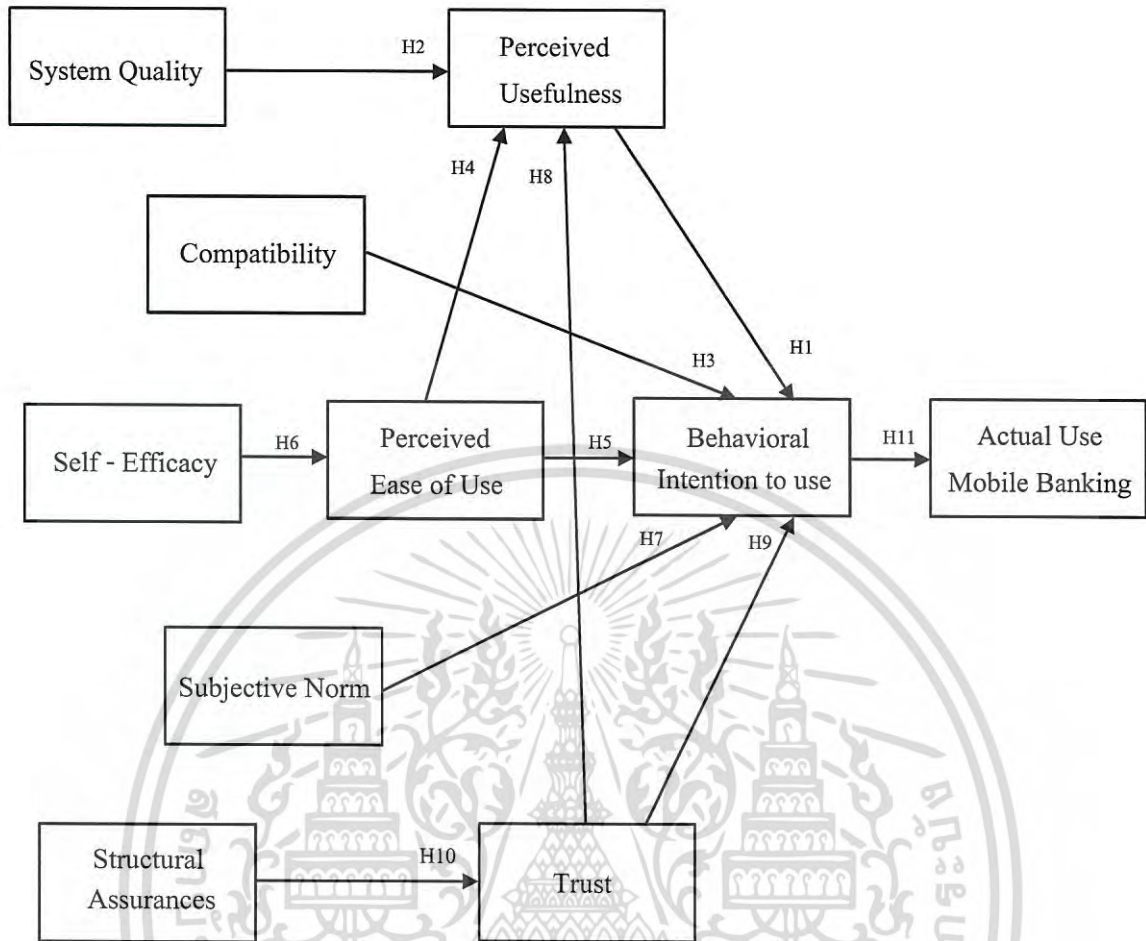
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร

Factor/ Researchers	Actual use	Behavioral	PU	PEOU	Trust	Compatibility	System Quality	Self-efficacy	Structural	Subjective Norm
Ja-Chul Gu, et al. (2009)		●	●	●	●		●	●	●	
Payam Hanafizadeh , et al. (2012)	●		●	●	●	●				
Daniel K. Maduku.(2014)		●	●	●	●			●		●
Tao Zhou.(2011)	●		●		●		●		●	
Tao Zhou.(2012)					●			●	●	
Tiago Oliveira, et al. (2014)	●	●			●				●	
Fakhraddin Maroofi, et al. (2013)	●		●	●	●				●	
Ali Reza Montazemi, et al. (2014)			●	●	●				●	
Zhenhua Liu, et al.(2009)			●	●	●				●	
S. A. Al-Somali, et al. (2009)	●		●	●				●		
Khaled M.S. Faqih, Mohammed-Issa Riad Mousa Jaradat	●	●	●	●				●		
Wadie Nasri, Lanouar Charfeddine. (2012)			●	●				●		●
Pin Luarn, Hsin-Hui Lin.(2005)			●	●				●		
Tao Zhou. (2013)					●		●			
Shan chu, et al. (2009)	●				●	●			●	
Saifullah M. Dewan, et al. (2010)						●				
B. M. Al-Ghazali, et al. (2014)						●	●			
Yu, C.S. (2013)										●
Adam J. Ducey. (2013)		●	●	●		●				●
Chat Chuchuen. (2016)	●	●	●	●	●					●
Hua Dai, Prashant C. Palvia. (2009)			●	●		●				●

จากการทบทวนวรรณกรรม และความสำคัญของตัวแปร จึงได้แบบจำลองของงานวิจัยตาม
สมมติฐานที่กำหนดข้างต้น ดังรูปที่ 2.25

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.25 แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โมบายแบงก์กิ้ง
(Conceptual framework)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญ และส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง รวมถึงการพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้งกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดและวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

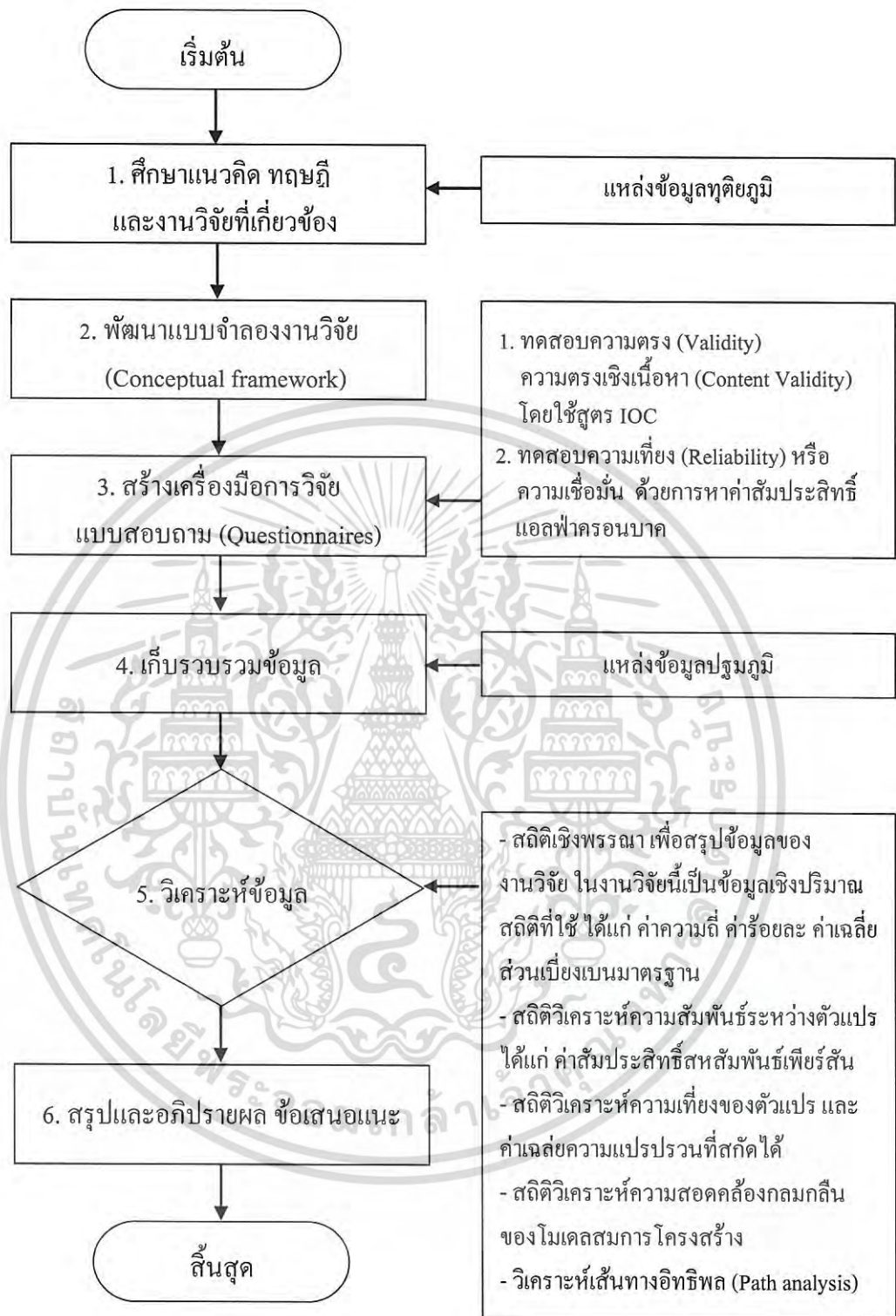
1. รูปแบบและขั้นตอนการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 รูปแบบและขั้นตอนการวิจัย

วิธีการดำเนินการศึกษา เรื่อง แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายแบงก์กิ้ง ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

3.1.1 ขั้นตอนการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาเป็นขั้นตอนในการกำหนดตัวแปรของการศึกษา จากนั้นทำการสร้างเครื่องมือเพื่อการศึกษา ให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพ (ความตรงตามเนื้อหา) นำเครื่องมือที่ได้มาทดลองใช้กับกลุ่มทดลองจำนวนอย่างน้อย 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) พิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อคำถาม โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และปรับปรุงเครื่องมือเพื่อความพร้อมในการเก็บข้อมูล

3.1.2 ขั้นตอนการลงภาคสนามเก็บข้อมูล กำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคำนวณทางสถิติ SPSS วิเคราะห์และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษา



รูปที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

จากผลสำรวจประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไป ทั้งสิ้นจำนวน 62.6 ล้านคน เกี่ยวกับการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า จำนวนผู้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มีประมาณ 49.6 ล้านคน โดยผู้ใช้ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสัดส่วนผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่สูงสุดร้อยละ 90.3 หรือประมาณ 44.7 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558)

ประชากรที่สนใจศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าธนาคารที่ใช้สมาร์ตโฟน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ลูกค้าธนาคารที่ใช้สมาร์ตโฟน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยคัดเลือกจากประชากรเพื่อใช้เป็นตัวแทนของหน่วยข้อมูลที่จะสำรวจ ในกรณีนี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน สามารถใช้สูตรของคอคแรน (W.G. Cochran) เพื่อคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร
 Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้
 Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ .05)
 e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

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

$$n = 384.16 \text{ หน่วย}$$

ในกรณีนี้ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของคอคแรน (W.G. Cochran) และได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขนาด 384 ตัวอย่าง

3.2.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้การเลือกตัวอย่างตามความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2548 : 13-22) ดังนี้

3.2.3.1 ประชากรที่ต้องการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารที่ใช้สมาร์ตโฟน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยสามารถแบ่งประชากรตามการแบ่งเขตของกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 กลุ่มเขต ประกอบด้วย กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงธนเหนือ และกลุ่มกรุงธนใต้ (กองนโยบายและแผนงาน สำนักผังเมือง, 2555) รายละเอียด ดังนี้

- กลุ่มกรุงเทพกลาง ประกอบด้วย 9 เขต ดังนี้ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตวังทองหลาง เขตดุสิต เขตสัมพันธวงศ์ เขตพระนคร และเขตป้อมปราบศัตรูพ่าย

- กลุ่มกรุงเทพใต้ ประกอบด้วย 10 เขต ดังนี้ เขตปทุมวัน เขตบางรัก เขตสาทร เขตยานนาวา เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตพระโขนง เขตสวนหลวง เขตบางนา และเขตบางคอแหลม

- กลุ่มกรุงเทพเหนือ ประกอบด้วย 7 เขต ดังนี้ เขตจตุจักร เขตบางซื่อ เขตลาดพร้าว เขตหลักสี่ เขตดอนเมือง เขตสายไหม และเขตบางเขน

- กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ประกอบด้วย 9 เขต ดังนี้ เขตบางกะปิ เขตบึงกุ่ม เขตคันนายาว เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตคลองสามวา เขตประเวศ เขตสะพานสูง และเขตหนองจอก

- กลุ่มกรุงธนเหนือ ประกอบด้วย 8 เขต ดังนี้ เขตคลองสาน เขตบางพลัด เขตธนบุรี เขตจอมทอง เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตตลิ่งชัน และเขตทวีวัฒนา

- กลุ่มกรุงธนใต้ ประกอบด้วย 7 เขต ดังนี้ เขตราชบุรีบูรณะ เขตหนองแขม เขตบางบอน เขตบางขุนเทียน เขตภาษีเจริญ เขตบางแค และเขตทุ่งครุ

3.2.3.2 ทำการเลือกเขตในการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีเชิงโควตา (Quota sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างกระจายในทุกๆ กลุ่มเขต ได้กลุ่มเขตละ 2 เขต รวมทั้งสิ้น 12 เขต

3.2.3.3 สุ่มเลือกเขตด้วยวิธีสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) ด้วยการจับฉลากเลือกเขต โดยได้เขตของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มกรุงเทพกลาง ได้แก่ เขตดินแดง เขตพญาไท
- กลุ่มกรุงเทพใต้ ได้แก่ เขตสาทร เขตยานนาวา
- กลุ่มกรุงเทพเหนือ ได้แก่ เขตจตุจักร เขตบางเขน
- กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ได้แก่ เขตมีนบุรี เขตประเวศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- กลุ่มกรงชนเหนือ ได้แก่ เขตธนบุรี เขตตลิ่งชัน
- กลุ่มกรงชนใต้ ได้แก่ เขตหนองแขม เขตบางแค

3.2.3.4 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเงื่อนไขของโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ดังนี้

1. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตามข้อกำหนดให้ค่าขนาดวิกฤตตัวอย่าง (Critical N : CN) มีค่าน้อย 200 ตัวอย่าง (สุภมาส อังศุโชติ และคณะ, 2554)
2. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากตัวแปรสังเกต (p) ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 30 ตัวแปร กล่าวคือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างต้องมากกว่าจำนวนค่าแปรปรวน – ค่าแปรปรวนร่วมของตัวแปรสังเกต (กัลยา วาณิชขัญญา, 2556) ดังนี้

$$n = \frac{p(p+1)}{2}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ในหลักการข้อนี้ คือ 465 กลุ่มตัวอย่าง

3. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาให้เพียงพอและเหมาะสมกับโมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งในการวิเคราะห์ต้องใช้ข้อมูลมากพอ (Lindeman, Marenka & Gold , 1980) แนะนำว่า ข้อมูลที่รวบรวมควรมี 10 - 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ดังนั้นวิธีการนี้จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 600 กลุ่มตัวอย่าง

จากเงื่อนไขข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า งานวิจัยครั้งนี้ ต้องมีกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วง 200 – 600 กลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 600 กลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเขตต่างๆที่ได้จับฉลากไว้แล้ว จำนวน 12 เขต โดยเก็บข้อมูลจากเขตต่าง ๆ จำนวนเขตละ 50 ฉบับ

3.2.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

3.2.4.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพของระบบ การประกันโครงสร้าง ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเอง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจ และพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน โมบายเบงคี้กิ้ง

3.2.4.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) มี 1 ตัวแปร ได้แก่ การใช้โมบายเบงคี้กิ้ง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย เรื่อง แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายเบงคี้กิ้ง ใช้วิธีเชิงสำรวจ (Survey research method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีรูปแบบดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่มี ลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ให้ผู้ตอบเลือกคำตอบใดคำตอบหนึ่งจากสองคำตอบ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โนบายแบงก์กิ้งได้อย่างอิสระ

3.3.2 การตรวจสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

เมื่อออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามที่ได้นั้นส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาคุณภาพของแบบสอบถาม (ความตรงตามเนื้อหา) ความเชื่อถือได้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 อย่าง คือ การทดสอบความตรง (Validity) โดยใช้สูตร IOC และทดสอบความเที่ยง (Reliability) หรือความเชื่อมั่น ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbachs' alpha coefficient) ดังนี้

3.3.2.1 การทดสอบความตรง (Validity) โดยใช้สูตร IOC ดังนี้ (พิสนุ ฟองศรี.

2554 : 202)

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

เมื่อ	$\sum R$	=	ผลรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
	n	=	จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ มีดังนี้

คะแนนเท่ากับ +1	หมายถึง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
คะแนนเท่ากับ 0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
คะแนนเท่ากับ -1	หมายถึง ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่า IOC ≥ 0.50	คำถามตรงกับวัตถุประสงค์
ค่า IOC < 0.50	คำถามไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

3.3.2.2 การทดสอบความเที่ยง (Reliability) หรือความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ดังนี้ (พิสนุ พองศรี, 2554 : 202)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s^2}\right)$$

เมื่อ k	=	จำนวนข้อของเครื่องมือ
s_i^2	=	ความแปรปรวนของข้อมูลแต่ละข้อ
s^2	=	ความแปรปรวนของข้อมูลที่ได้

จากนั้นนำเครื่องมือที่ได้มาทดสอบใช้กับกลุ่มทดลองจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อคำถาม โดยพิจารณาจากค่า IOC ปรับปรุงเครื่องมือเพื่อความพร้อมในการเก็บข้อมูล

เกณฑ์สำหรับการประเมินความเชื่อมั่น ดังนี้ (กัลยา วานิชปัญษา, 2556)

ค่าความเชื่อมั่น ≥ 0.7	หมายถึง	เชื่อมั่น
ค่าความเชื่อมั่น ≥ 0.8	หมายถึง	เชื่อมั่นมาก
ค่าความเชื่อมั่น ≥ 0.9	หมายถึง	เชื่อมั่นอย่างมาก

ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามด้วยสูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า ข้อคำถามที่สร้างขึ้นมีค่าความเชื่อมั่นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยค่าความเชื่อมั่นมีค่ามากกว่า 0.8 ขึ้นไป อยู่ในระดับ เชื่อมั่นมาก และเชื่อมั่นอย่างมาก ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามกับกลุ่มทดลองใช้

n = 30

แบบสอบถามงานวิจัย	จำนวน รายการ	ค่าความ เชื่อมั่น	แปลผล
1. ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบโมบายเบงคั้ง	3	0.872	เชื่อมั่นมาก
2. ปัจจัยด้านความเข้ากันได้ของปัจเจกบุคคล	3	0.866	เชื่อมั่นมาก
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	3	0.866	เชื่อมั่น มาก
4. ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	3	0.953	เชื่อมั่นอย่างมาก
5. ปัจจัยด้านการประกัน โครงสร้าง	3	0.897	เชื่อมั่นมาก
6. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	3	0.852	เชื่อมั่นมาก
7. ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3	0.894	เชื่อมั่นมาก
8. ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	3	0.946	เชื่อมั่นอย่างมาก
9. ปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงคั้ง	3	0.908	เชื่อมั่นอย่างมาก
10. ปัจจัยด้านการใช้งานโมบายเบงคั้ง	3	0.863	เชื่อมั่นมาก
รวม	30	0.953	เชื่อมั่นอย่างมาก

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มลูกค้าธนาคารที่ใช้งานสมาร์ตโฟน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกวิธีการเก็บข้อมูลแบบวิธีตามสะดวก (Convenience sampling) ตามเขตที่ได้ระบุไว้ข้างต้นในกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 ชุด ช่วงเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วง 19 มีนาคม – 25 เมษายน 2559

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยสถิติที่กำหนดมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลทางสถิติ ประกอบด้วยสถิติดังนี้

3.5.1 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ใช้การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นจากสูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค หรือคำนวณจากโปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 22 ได้

3.5.2 สถิติเชิงพรรณนา แบ่งเป็นค่าต่างๆ ดังนี้

3.5.2.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.5.2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ \bar{X}) ของข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล (ชานินทร์ คิลป์จารุ, 2557 : 336)

ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	น้อยที่สุด

3.5.2.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย

3.5.3 สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ ทิศทางของความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางใด (บวก หรือ ลบ) และความสัมพันธ์นั้นอยู่ในระดับใด เพื่อใช้ในการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยเหตุและผล โดยจะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็นเกณฑ์พิจารณาระดับของความสัมพันธ์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ , 2543)

$r > 0.8$	หมายถึง	ความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงมาก
$0.6 < r < 0.8$	หมายถึง	ความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง
$0.4 < r < 0.6$	หมายถึง	ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง
$0.2 < r < 0.4$	หมายถึง	ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ
$r < 0.2$	หมายถึง	ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

โดยที่ทิศทางของความสัมพันธ์ จะถูกกำหนดด้วยเครื่องหมาย + และ - หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แปลความหมายได้ ดังนี้

เครื่องหมาย + หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

(หากตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งก็จะมีค่าสูงไปด้วย)

เครื่องหมาย - หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

(หากตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวแปรหนึ่งก็จะมีค่าต่ำ)

3.5.4 การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง

การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล เป็นการตรวจสอบว่าแบบจำลองการวิจัยที่พัฒนาขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บรวบรวมหรือไม่ ถ้าสอดคล้องเรียกว่า model fit ในการพิจารณาดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองมีค่าดัชนีต่างๆที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้อง ดังนี้ (ยูทธ ไกยวรรณ, 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.4.1 ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square statistics) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบด้วย Likelihood ratio chi-square ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติถึงความสอดคล้องตามสมมติฐาน ถ้าไคสแควร์มีค่าต่ำมาก หรือเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เกณฑ์ในการตรวจสอบค่าความสอดคล้อง

$p > 0.05$ หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญ

3.5.4.2 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เป็นค่าที่ใช้พิจารณาถึงความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ ดังนี้

$(\chi^2/df) < 2.00$ หมายถึง สอดคล้องดี

$2.00 - 5.00$ หมายถึง สอดคล้องพอใช้

3.5.4.3 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of fit index : GFI) เป็นค่าพิจารณาถึงปริมาณค่าแปรปรวน และความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้ด้วยโมเดล โดยค่า GFI ยิ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ยิ่งดี เกณฑ์ที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้อง ดังนี้

$GFI \geq 0.95$ หมายถึง สอดคล้องดี

3.5.4.4 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root mean square error of approximation : RMSEA) เป็นค่าที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า RMSEA ยิ่งมีค่าเข้าใกล้ 0 ยิ่งดี เกณฑ์ที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้อง ดังนี้ (Schumaker & Lomax, 2004 อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา , 2556)

$RMSEA \leq 0.05$ หมายถึง โมเดลมีความกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

$0.05 < RMSEA \leq 0.08$ หมายถึง โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

$RMSEA > 0.08$ หมายถึง โมเดลไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง “แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โมบายแบงก์กิ้ง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญ และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบน โมบายแบงก์กิ้ง รวมถึงการพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินบน โมบายแบงก์กิ้งกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษา คือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าธนาคารที่ใช้สมาร์ทโฟน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 คน เนื่องจากในกรุงเทพมหานครมีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก มีวิถีชีวิตประจำวันที่มีความเร่งรีบ มีเวลาจำกัด รวมทั้งมีความพร้อมในด้านระบบเครือข่ายที่ให้บริการ รวมถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินบน โมบายแบงก์กิ้ง
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรงานวิจัย
- 4.6 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์
- 4.7 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง
- 4.8 ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองมติฐานการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

n = 600

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	269	44.8
หญิง	331	55.2
รวม	600	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	68	11.3
25 – 30 ปี	239	39.8
31 – 40 ปี	194	32.3
41 – 50 ปี	75	12.5
50 ปีขึ้นไป	24	4.0
รวม	600	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	65	10.8
ปริญญาตรี	391	65.2
ปริญญาโท	136	22.7
ปริญญาเอก	8	1.3
รวม	600	100.0
4. อาชีพ		
รับราชการ	38	6.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	88	14.7
พนักงานบริษัทเอกชน	377	62.8
ธุรกิจส่วนตัว	30	5.0
อื่น ๆ	67	11.2
รวม	600	100.0

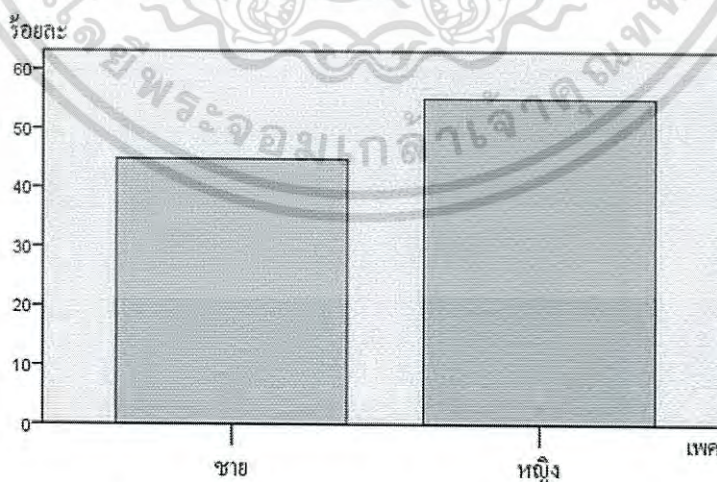
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	65	10.8
15,000 – 30,000 บาท	359	59.8
30,001 – 45,000 บาท	105	17.5
45,001 – 60,000 บาท	51	8.5
60,001 – 75,000 บาท	12	2.0
75,001 บาท	8	1.3
รวม	600	100.0

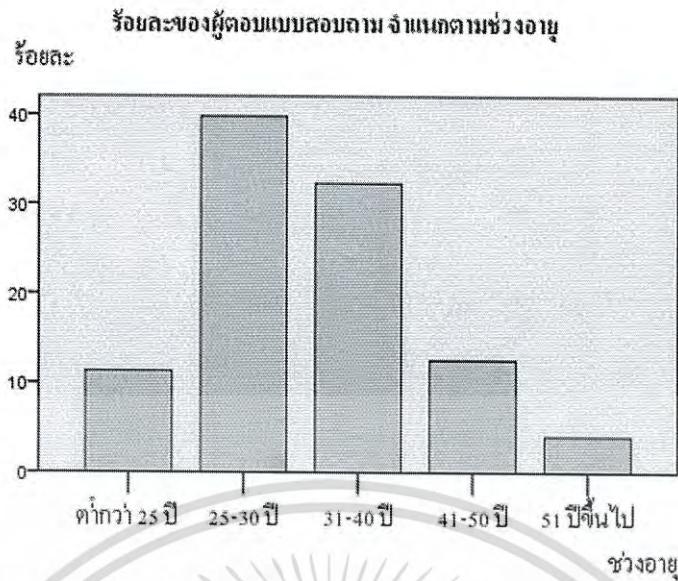
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากตารางที่ 4.1 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 600 คน พบว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เพศหญิง จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 55.20 ที่เหลือ ได้แก่ เพศชาย จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุ 25 – 30 ปี จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมา ได้แก่ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และ ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.1 และ รูปที่ 4.2 ตามลำดับ

ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ



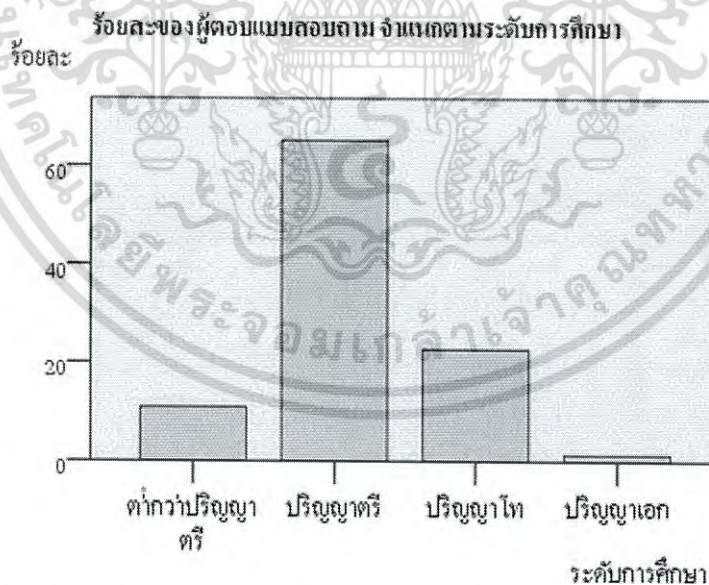
รูปที่ 4.1 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.2 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 และระดับปริญญาเอก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.3

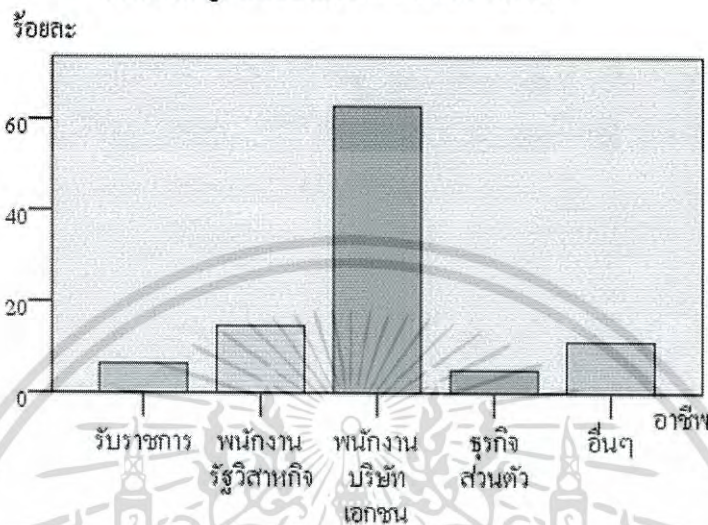


รูปที่ 4.3 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

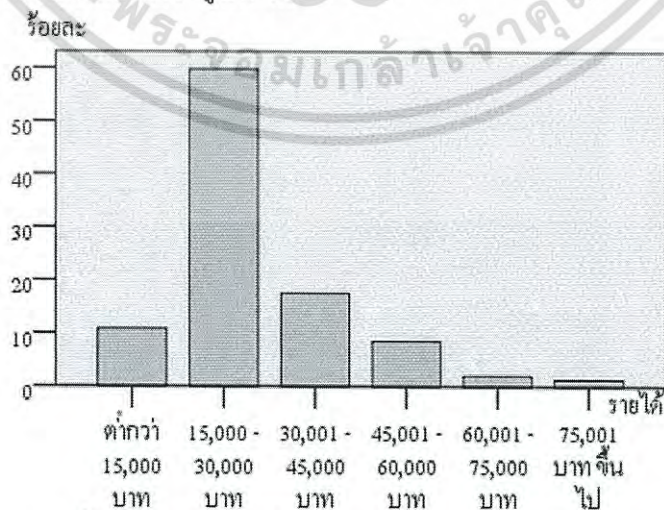
อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 62.80 รองลงมา ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 14.70 ประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 11.20 รัฐบาล จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 และทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.4

ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ



รูปที่ 4.4 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงรายได้ 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมา อยู่ในช่วงรายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 ช่วงรายได้ 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ช่วงรายได้ 60,001 – 75,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และช่วงรายได้ตั้งแต่ 75,001 บาทขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.5



รูปที่ 4.5 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้งของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำธุรกรรมการเงินบน โมบายแบงก์กิ้งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เคยได้ยิน หรือรู้จักโมบายแบงก์กิ้ง		
ใช่	557	92.8
ไม่ใช่	43	7.2
รวม	600	100.0
2. รับรู้การใช้โมบายแบงก์กิ้งจากแหล่งใด		
ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	135	17.4
ได้รับคำแนะนำจากญาติ / บุคคลใกล้ชิด	70	9.0
ได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	236	30.5
ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ/ประชาสัมพันธ์ของธนาคาร อินเทอร์เน็ต)	333	43.0
รวม	774	100.0
3. ทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใดมากที่สุด		
คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	59	9.8
โทรศัพท์มือถือ	318	53.0
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	48	8.0
แท็บเล็ต	6	1.0
ตู้เอทีเอ็ม / ตู้คีออส (Kiosk)	169	28.2
รวม	600	100.0
4. ประสิทธิภาพในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง		
เคยใช้	444	74.0
ไม่เคยใช้	156	26.0
รวม	600	100.0

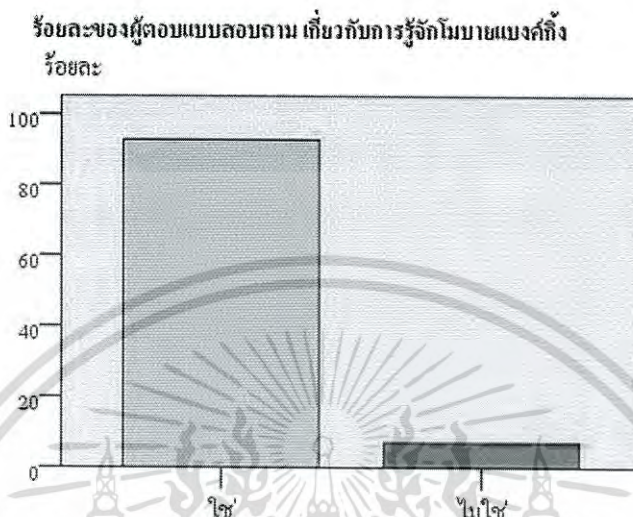
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

5. คาดว่าจะใช้บริการโหมบายเบงคั้งในอนาคตรหรือไม่		
(เฉพาะคนที่ไม่เคยใช้ จำนวน 156 คน)		
ใช้แน่นอน	31	19.9
ไม่แน่ใจ	110	70.5
ไม่ใช้แน่นอน	15	9.6
รวม	156	100.0
6. ความถี่ หรือปริมาณในการใช้โหมบายเบงคั้งต่อเดือน		
(เฉพาะคนที่ใช้ จำนวน 444 คน)		
น้อยกว่า 1 ครั้ง	34	7.7
1 – 5 ครั้ง	280	63.1
6 – 10 ครั้ง	84	18.9
11 – 20 ครั้ง	27	6.1
20 ครั้งขึ้นไป	19	4.3
รวม	444	100.0
7. ประเภทของบริการโหมบายเบงคั้ง		
- ตรวจสอบยอดบัญชี (สอบถามยอดบัญชี /ดูการทำรายการย้อนหลัง)	333	24.50
- โอนเงิน	400	29.50
- ชำระค่าสินค้าและบริการ	226	16.70
- เติมเงิน Easy Pass	54	4.00
- ชำระค่าโทรศัพท์ / เติมเงินมือถือ	182	13.40
- ธุรกิจเกี่ยวกับเช็ค (สั่งซื้อ ตรวจสอบ อายัด)	6	0.40
- เกี่ยวกับสินเชื่อ (ตรวจสอบข้อมูล ชำระสินเชื่อ)	27	2.00
- บริการด้านการลงทุน (ซื้อ-ขาย-สับเปลี่ยนกองทุน)	38	2.80
- บริการออนไลน์บู้คกั้ง (จองตั๋วเครื่องบิน / ที่พัก)	91	6.70
รวม	1,357	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายเบงคั้งของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 600 คน จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยได้ยืมและรู้จัก โหมบายเบงคั้ง จำนวน 557 คน คิดเป็นร้อยละ 92.80 ที่เหลือตอบว่าไม่เคยได้ยืม และไม่เคยรู้จัก โหมบายเบงคั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 ดังแสดงในรูปที่ 4.6

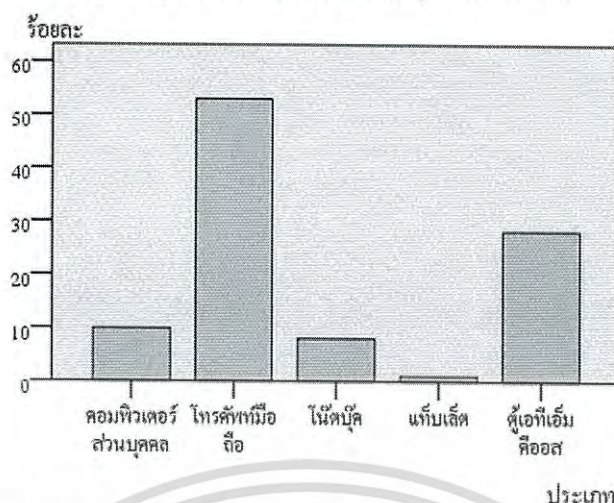


รูปที่ 4.6 ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการรู้จัก โหมบายเบงคั้ง

โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูล ข่าวสาร หรือรู้จักเกี่ยวกับ โหมบายเบงคั้ง จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่ แหล่งข้อมูลจากเพื่อน แหล่งข้อมูลจากญาติ/บุคคลใกล้ชิด แหล่งข้อมูลจากพนักงานธนาคาร และแหล่งข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โหมบายเบงคั้งจากการประชาสัมพันธ์บนสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ/ประชาสัมพันธ์ของธนาคาร และอินเทอร์เน็ต จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมา ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับ โหมบายเบงคั้งจากพนักงานธนาคาร จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 และได้รับคำแนะนำจากญาติ / บุคคลใกล้ชิด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 11.70 ตามลำดับ

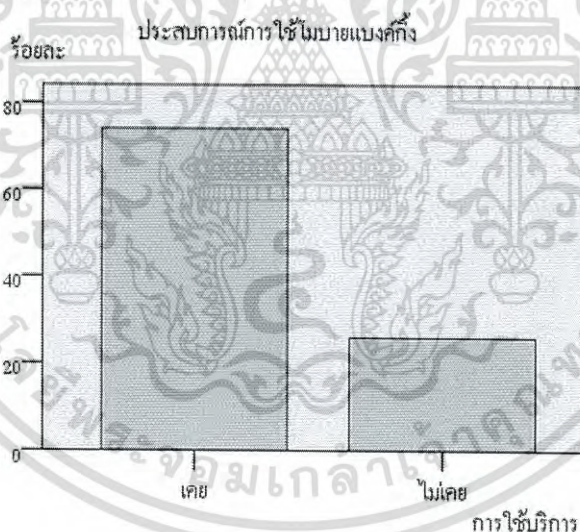
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือ จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา ทำธุรกรรมการเงินผ่านทางตู้เอทีเอ็ม/ตู้คีอออส จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 ทำธุรกรรมการเงินผ่านทางคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโน้ตบุ๊ก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และทำธุรกรรมการเงินผ่านทางแท็บเล็ต จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.7

ประเภทอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน



รูปที่ 4.7 ประเภทของอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง มากที่สุด จำนวน 444 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 ที่เหลือไม่เคยใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ดังแสดงในรูปที่ 4.8

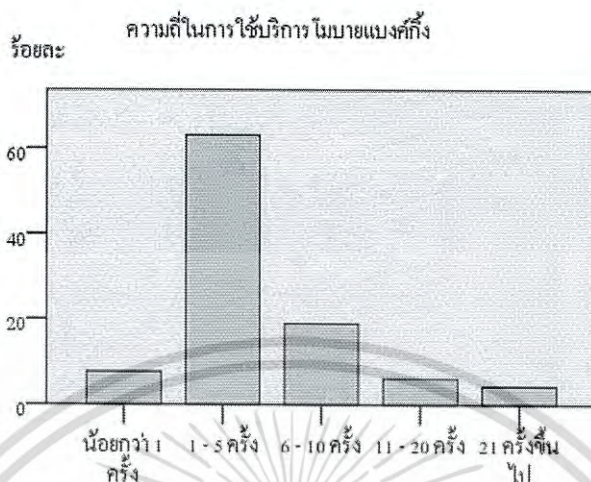


รูปที่ 4.8 จำนวนผู้ใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง

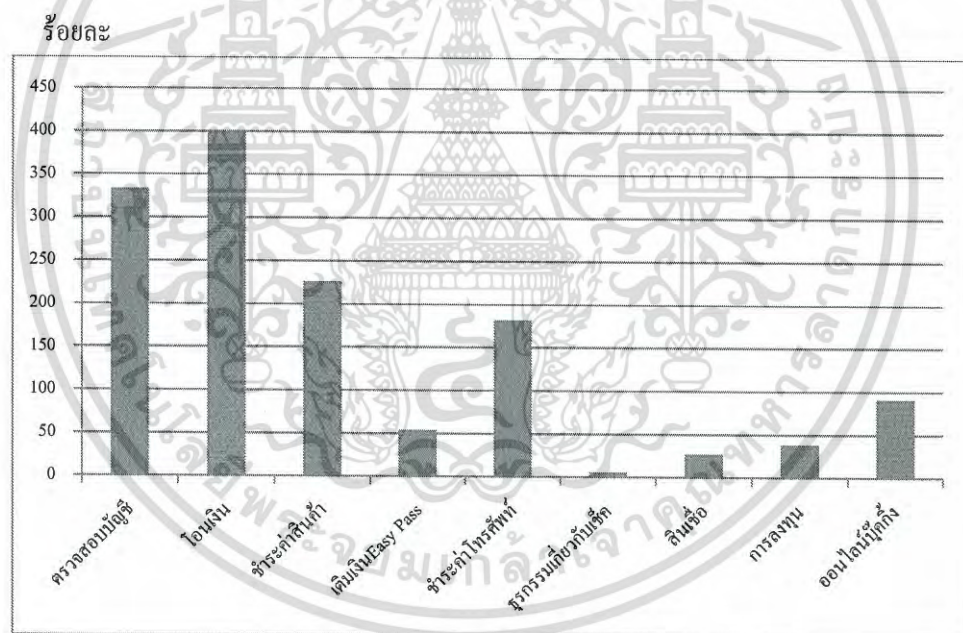
สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง มีทั้งสิ้น จำนวน 444 คน มีปริมาณการใช้บริการ โฆษณาเบงคั้งอยู่ที่ 1 – 5 ครั้ง/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.10 รองลงมาอยู่ที่ 6 – 10 ครั้ง/เดือน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 ประเภทของบริการ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ การโอนเงิน จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 รองลงมา ได้แก่ ตรวจสอบยอดบัญชี (สอบถามยอดบัญชี /ดูการทำรายการย้อนหลัง) จำนวน 333

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 ชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 37.70 ตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 4.9 และ รูปที่ 4.10 ตามลำดับ



รูปที่ 4.9 ความถี่ในการใช้บริการ โบนัสเบงค์กิ้ง

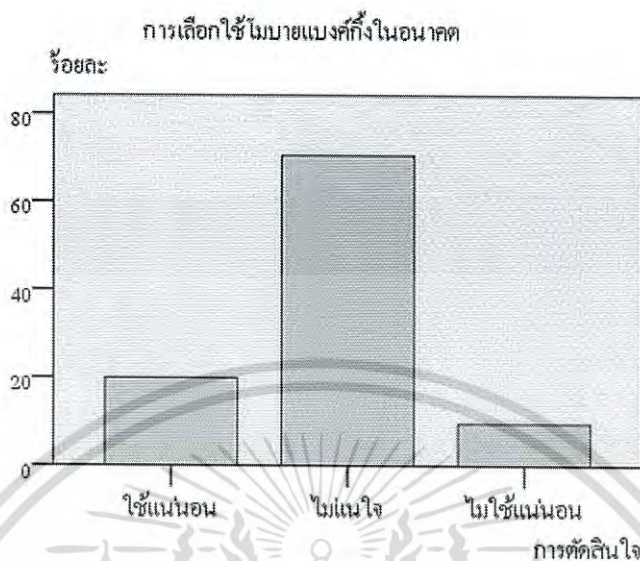


รูปที่ 4.10 ประเภทของอุปกรณ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการ โบนัสเบงค์กิ้ง จำนวน 156 คน ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการ โบนัสเบงค์กิ้ง ในอนาคตของตนเอง มากที่สุด ได้แก่ ไม่แน่ใจว่าจะใช้ โบนัสเบงค์กิ้ง ในอนาคต จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 รองลงมา ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้โมบายแบงก์กึ่งแน่นอน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 และไม่ใช้โมบายแบงก์กึ่งแน่นอน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 ดังแสดงในรูปที่ 4.11



รูปที่ 4.11 การตัดสินใจใช้บริการ โมบายแบงก์กึ่งในอนาคตของผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการ

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ในภาพรวมของความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โมบายแบงก์กึ่ง โดยแบ่งออกเป็นปัจจัย ทั้ง 10 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ โมบายแบงก์กึ่ง ปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านการประกัน โครงสร้าง ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง และปัจจัยการใช้โมบายแบงก์กึ่ง โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล (ชานินท์ ศิลปจารุ , 2557 : 336) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์	น้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพของระบบโมบายเบงค์กิ้ง (System Quality)

ในการศึกษาด้านคุณภาพของระบบ โมบายเบงค์กิ้ง ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อคุณภาพของระบบ โมบายเบงค์กิ้ง โดยลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามภาพแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพของระบบ โมบายเบงค์กิ้ง

คุณภาพของระบบ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
คุณภาพของระบบ (System Quality)	3.98	0.59	มาก
1. ระบบ โมบายเบงค์กิ้งมีเสถียรภาพในการใช้งาน	3.97	0.53	มาก
2. ความเร็วในการตอบสนองของระบบ โมบายเบงค์กิ้งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งาน	4.20	0.58	มาก
3. ระบบ โมบายเบงค์กิ้งมีเมนูการใช้งานที่มีการนำทางไปยังเมนูต่อไปได้ดี	3.96	0.65	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านคุณภาพของระบบในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.59) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุด ไปยังน้อยที่สุด พบว่า ความเร็วในการตอบสนองของระบบ โมบายเบงค์กิ้งมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.58) รองลงมาได้แก่ ความมีเสถียรภาพในการใช้งานของระบบ โมบายเบงค์กิ้ง ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.53) และระบบ โมบายเบงค์กิ้งมีเมนูการใช้งานที่มีการนำทางไปยังเมนูต่อไปได้ดี ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.65) ตามลำดับ

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility)

ในการศึกษาด้านความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความเข้ากันได้ของ
ปัจเจกบุคคล

ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility)	4.02	0.71	มาก
1. โหมบายเบงคักิ่งเข้ากันได้กับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	4.17	0.59	มาก
2. โหมบายเบงคักิ่งมีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน	4.09	0.74	มาก
3. โหมบายเบงคักิ่งครอบคลุมทุกธุรกรรมการเงิน	3.79	0.79	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.02$, S.D. = 0.71) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด พบว่า โหมบายเบงคักิ่งเข้ากันได้กับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}= 4.17$, S.D. = 0.59) รองลงมา ได้แก่ โหมบายเบงคักิ่งมีความจำเป็นในชีวิตประจำวัน ($\bar{X}= 4.09$, S.D. = 0.74) ระบบโหมบายเบงคักิ่งครอบคลุมทุกธุรกรรมการเงิน ($\bar{X}= 3.79$, S.D. = 0.79) ตามลำดับ

4.3.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy)

ในการศึกษาด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งานระบบโหมบายเบงคักิ่ง ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถ
ของตนเอง (Self - Efficacy)

การรับรู้ความสามารถของตนเอง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy)	4.18	0.64	มาก
1. รับรู้ว่าสามารถใช้งาน โหมบายเบงคักิ่งได้ด้วยตนเอง	4.34	0.57	มาก
2. รับรู้ว่าตนเองสามารถใช้งาน โหมบายเบงคักิ่งได้ไม่ยาก	4.30	0.59	มาก
3. มั่นใจเมื่อรับรู้ว่าธนาคารมีบริการช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา	3.91	0.75	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.64) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุด ไปยังน้อยที่สุด พบว่า รับรู้ว่าสามารถใช้งานระบบโมบายแบงก์กิ้งได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.34, S.D. = 0.57) รองลงมา ได้แก่ ผู้ใช้งานรับรู้ว่าตนเองสามารถใช้งานระบบโมบายแบงก์กิ้งได้ไม่ยาก (\bar{X} = 4.30, S.D. = 0.59) และผู้ใช้งานเกิดความมั่นใจเมื่อรับรู้ว่าธนาคารมีบริการช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานระบบ โมบายแบงก์กิ้ง (\bar{X} = 3.91, S.D. = 0.75) ตามลำดับ

4.3.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการประกันโครงสร้าง (Structure Assurance)

ในการศึกษาด้านการประกันโครงสร้าง ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการประกัน โครงสร้าง (Structure Assurance)

การประกันโครงสร้าง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การประกันโครงสร้าง (Structure Assurance)	4.58	0.61	มากที่สุด
1. กฎ และการรับประกันความผิดพลาดของธนาคารมีความจำเป็น	4.55	0.62	มากที่สุด
2. การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลมีความสำคัญ	4.61	0.60	มากที่สุด
3. การคุ้มครองความเสียหายของระบบโมบายแบงก์กิ้งมีความสำคัญ	4.58	0.62	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการประกันโครงสร้าง ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.58, S.D. = 0.61) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุด ไปยังน้อยที่สุด พบว่า การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลมีความสำคัญ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.61, S.D. = 0.60) รองลงมา การคุ้มครองความเสียหายของระบบโมบายแบงก์กิ้งมีความสำคัญ (\bar{X} = 4.58, S.D. = 0.62) กฎ และการรับประกันความผิดพลาดของธนาคารมีความจำเป็น (\bar{X} = 4.55, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

4.3.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)

ในการศึกษาด้านความไว้วางใจ ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust)

ความไว้วางใจ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความไว้วางใจ (Trust)	3.91	0.72	มาก
1. ระบบโมบายเบงคั้งมีความน่าเชื่อถือ	3.95	0.66	มาก
2. ธนาคารมีความมุ่งมั่นที่จะรักษาสัญญา และ รับผิดชอบอย่างเต็มที่	3.93	0.76	มาก
3. ระบบโมบายเบงคั้งมีความปลอดภัย	3.84	0.73	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านความไว้วางใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.72) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุด ไปยังน้อยที่สุด พบว่า มีสองปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ระบบโมบายเบงคั้งมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.66) และ ธนาคารมีความมุ่งมั่นที่จะรักษาสัญญา และรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.76) รองลงมา ระบบโมบายเบงคั้งมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

4.3.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)

ในการศึกษาด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)	4.24	0.57	มาก
1. ระบบโมบายแบงก์กึ่งให้บริการได้ง่าย	4.17	0.58	มาก
2. ทักษะในการใช้โมบายแบงก์กึ่งเกิดขึ้นไม่ยาก	4.26	0.57	มาก
3. ระบบโมบายแบงก์กึ่งสามารถเรียนรู้ได้ไม่ยาก	4.30	0.56	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.24$, S.D. = 0.57) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด พบว่า ระบบโมบายแบงก์กึ่งสามารถเรียนรู้ได้ไม่ยาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.30$, S.D. = 0.56) รองลงมา ทักษะในการใช้โมบายแบงก์กึ่งเกิดขึ้นไม่ยากเมื่อได้ใช้ ($\bar{X}=4.26$, S.D. = 0.57) และ ระบบโมบายแบงก์กึ่งให้บริการได้ง่าย ($\bar{X}=4.17$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

4.3.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness)

ในการศึกษาด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness)

การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness)	4.41	0.58	มาก
1. ระบบโมบายแบงก์กึ่งช่วยให้การทำธุรกรรมการเงินรวดเร็วขึ้น	4.41	0.57	มาก
2. ระบบโมบายแบงก์กึ่งช่วยให้การทำธุรกรรมการเงินสะดวกสบายขึ้น	4.40	0.58	มาก
3. ระบบโมบายแบงก์กึ่งช่วยให้ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมการเงิน	4.43	0.60	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.41, S.D. = 0.58) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด พบว่า ระบบโมบายแบงก์กึ่งช่วยให้ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมการเงิน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.43, S.D. = 0.60) รองลงมา ระบบโมบายแบงก์กึ่งช่วยให้การทำธุรกรรมการเงินรวดเร็วขึ้น (\bar{X} = 4.41, S.D. = 0.57) และระบบโมบายแบงก์กึ่งช่วยให้การทำธุรกรรมการเงินสะดวกสบายขึ้น (\bar{X} = 4.40, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

4.3.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

ในการศึกษาด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)	3.30	1.04	ปานกลาง
1. เพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง	3.30	1.05	ปานกลาง
2. บุคคลที่มีความสำคัญ หรือ คนในครอบครัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง	3.27	1.04	ปานกลาง
3. บุคคลที่มีความคิดเห็นที่มีคุณค่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง	3.33	1.02	ปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.30, S.D. = 1.04) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด พบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ บุคคลที่มีความคิดเห็นที่มีคุณค่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง (\bar{X} = 3.33, S.D. = 1.02) รองลงมา เพื่อนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง (\bar{X} = 3.30, S.D. = 1.05) และบุคคลที่มีความสำคัญ หรือคนในครอบครัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กึ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ (\bar{X} = 3.27, S.D. = 1.04) ตามลำดับ

4.3.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้ โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use)

ในการศึกษาด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจ ใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use)

พฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
พฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use)	4.12	0.67	มาก
1. จะเริ่มใช้/ใช้โมบายแบงก์กิ้งต่อไปในอนาคต	4.29	0.57	มาก
2. จะใช้โมบายแบงก์กิ้งเป็นประจำ	4.06	0.72	มาก
3. จะใช้บริการชำระเงินด้วยโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง	4.02	0.73	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.67) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะเริ่มใช้/ใช้โมบายแบงก์กิ้งต่อไปในอนาคต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.57) รองลงมา จะใช้โมบายแบงก์กิ้งเป็นประจำ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.72) และจะใช้บริการชำระเงินด้วยโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

4.3.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง (Actual use Mobile Banking)

ในการศึกษาด้านการใช้งาน โมบายแบงก์กิ้ง ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยกำหนดระดับคะแนนดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย และระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการใช้งาน โบบาย แบนคิง (Actual use Mobile Banking)

การใช้งานโบบายแบนคิง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การใช้งานโบบายแบนคิง (Actual use Mobile Banking)	4.04	0.72	มาก
1. ใช้โบบายแบนคิงในการทำธุรกรรมการเงิน	4.27	0.56	มาก
2. ใช้โบบายแบนคิงทุกครั้งที่มีการโอนเงิน	3.79	0.87	มาก
3. การใช้โบบายแบนคิงมีข้อได้เปรียบมากกว่าการทำธุรกรรมการเงินที่ธนาคาร และตู้เอทีเอ็ม	4.07	0.72	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการใช้งานโบบายแบนคิง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.04, S.D. = 0.72) และเมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยของข้อคำถามจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด พบว่า ใช้โบบายแบนคิงในการทำธุรกรรมการเงิน (\bar{X} = 4.27, S.D. = 0.56) รองลงมา การใช้โบบายแบนคิงมีข้อได้เปรียบมากกว่าการทำธุรกรรมการเงินที่ธนาคาร และตู้เอทีเอ็ม (\bar{X} = 4.07, S.D. = 0.72) และใช้โบบายแบนคิงทุกครั้งที่มีการโอนเงิน (\bar{X} = 3.79, S.D. = 0.87) ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยสร้างแบบสอบถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมในทุกปัจจัยที่ต้องการศึกษา

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามโดยตรงกับผู้ตอบแบบสอบถาม และตรวจสอบความครบถ้วนของการตอบข้อคำถาม เมื่อได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนด ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง จึงได้นำข้อมูลที่ได้อาการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เพื่อใช้วัดค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถาม โดยใช้เกณฑ์สำหรับการประเมินความเชื่อมั่น (กัลยา วานิชบัญญัติ, 2556) ดังนี้

ค่าความเชื่อมั่น ≥ 0.7	หมายถึง	เชื่อมั่น
ค่าความเชื่อมั่น ≥ 0.8	หมายถึง	เชื่อมั่นมาก
ค่าความเชื่อมั่น ≥ 0.9	หมายถึง	เชื่อมั่นอย่างมาก

พบว่าข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของคำถามกับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย

n = 444

แบบสอบถามงานวิจัย	จำนวน รายการ	ค่าความ เชื่อมั่น	แปลผล
1. ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบโมบายเบงคั้ง	3	0.704	เชื่อมั่น
2. ปัจจัยด้านความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล	2	0.721	เชื่อมั่น
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง	2	0.855	เชื่อมั่นมาก
4. ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	3	0.917	เชื่อมั่นอย่างมาก
5. ปัจจัยด้านการประกัน โครงสร้าง	3	0.903	เชื่อมั่นอย่างมาก
6. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ	3	0.833	เชื่อมั่นมาก
7. ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	3	0.856	เชื่อมั่นมาก
8. ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	3	0.914	เชื่อมั่นอย่างมาก
9. ปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงคั้ง	2	0.857	เชื่อมั่นมาก
10. ปัจจัยด้านการใช้งาน โมบายเบงคั้ง	3	0.747	เชื่อมั่น
รวม	27	0.904	เชื่อมั่นอย่างมาก

4.5 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรงานวิจัย

เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และความหมายที่ใช้แทนตัวแปร และค่าสถิติงานวิจัย ซึ่งแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4.14 และตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.14 อักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปรงานวิจัย

อักษรย่อ	ความหมาย
SYSQ	คุณภาพของระบบ โมบายเบงคั้ง (System Quality)
COM	ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility)
SEL	การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy)
STR	การประกัน โครงสร้าง (Structure Assurance)
TRU	ความไว้วางใจ (Trust)
PEOU	การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)
PU	การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness)
SN	การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

อักษรย่อ	ความหมาย
BI	พฤติกรรมการตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use)
ACT	การใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง (Actual use Mobile Banking)

ตารางที่ 4.15 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

สัญลักษณ์	ความหมาย
\bar{X}	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
r	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation)
P-value	ค่าสัดส่วนของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการปฏิเสธสมมติฐาน และเป็นค่าที่คำนวณได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์ (Observed significance level)
P	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
N	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
χ^2	ค่าสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square)
df	ค่าองศาความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
GFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit index)
AGFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted goodness of fit index)
RMSEA	ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root mean square error of approximation)
R^2	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of determination)

4.5.1 การตรวจสอบข้อมูลพื้นฐานการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ใน AMOS

ก่อนทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้างจำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูล ว่าข้อมูลมีการแจกแจงที่มีลักษณะเป็น โค้งปกติหรือไม่ โดยการวัดลักษณะความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) ของข้อมูล ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรงานวิจัย

n=444

ตัวแปร	MIN	MAX	\bar{x}	S.D.	Skewness	Kurtosis	แปลผล
SYSQ	3.00	5.00	4.04	0.47	.210	.007	มาก
COM	2.50	5.00	4.13	0.59	-.145	-.337	มาก
SEL	3.00	5.00	4.32	0.54	-.070	-.789	มาก
STR	2.33	5.00	4.58	0.56	-1.141	.520	มากที่สุด
TRU	1.67	5.00	3.91	0.62	-.105	-.149	มาก
PEOU	3.00	5.00	4.24	0.50	.159	-.541	มาก
PU	3.00	5.00	4.41	0.54	-.242	-.947	มาก
SN	1.00	5.00	3.30	0.96	-.564	-.064	ปานกลาง
BI	2.00	5.00	4.04	0.68	-.179	-.393	มาก
ACT	2.67	5.00	4.04	0.59	-.156	-.441	มาก
รวม	2.42	5.00	4.10	0.61	-0.223	-0.313	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ตัวแปรแฝงมีค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าค่าเฉลี่ย (\bar{x}) มีค่าเท่ากับ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มีค่าเท่ากับ 0.61 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ย

เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (skewness) มีค่าเท่ากับ -0.223 แสดงว่า ข้อมูลมีลักษณะของการแจกแจงแบบเบ้ซ้าย (negative skewness) และเมื่อพิจารณาค่าความโค้ง (kurtosis) มีค่าเท่ากับ -0.313 แสดงว่าข้อมูลมีลักษณะ โค้งน้อย เนื่องจากค่า kurtosis < 0 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลมีลักษณะเบ้ซ้ายเล็กน้อย และมีความโค้งของข้อมูลต่ำ

4.6 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรม AMOS เวอร์ชัน 22 ด้วยวิธีการประมาณค่าสูงสุด (Maximum likelihood estimation : MLE) โดยค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-square Probability level) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of fit Index) และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

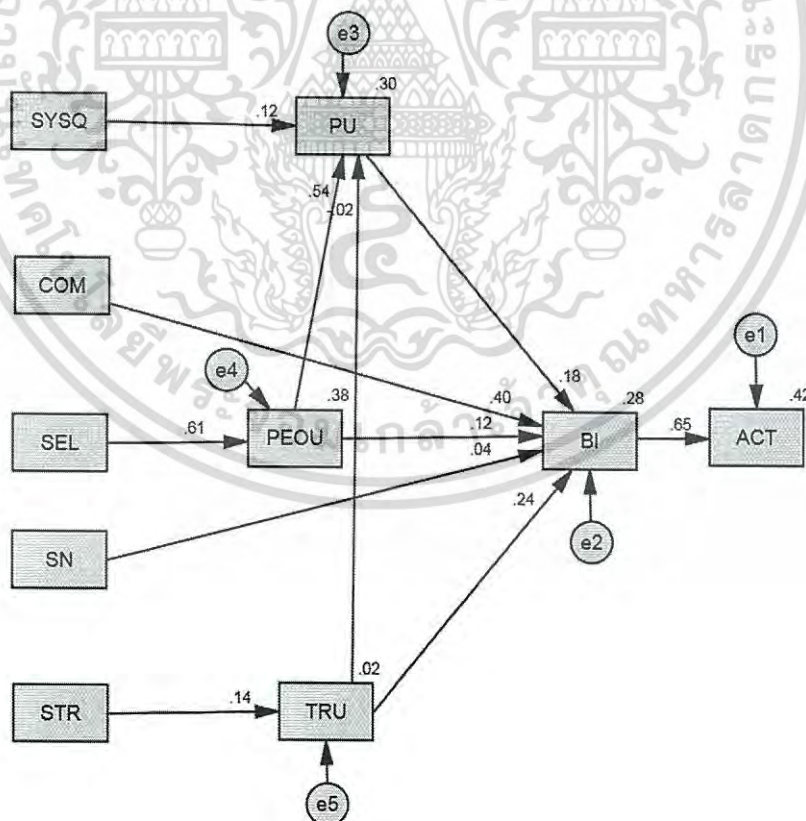
ข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (กูญชร เจือดี , 2559 : 21) ประกอบด้วย

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลต้องเป็นอิสระ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างต้องมีโอกาสถูกเลือกเท่าๆกัน
2. ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมต้องมีลักษณะการกระจายเป็นแจกแจงปกติ (normal distribution)

ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแล้วสามารถนำข้อมูลที่ได้รวบรวมมาดำเนินการในขั้นการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้

4.6.1 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนปรับโมเดล

ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์อิทธิพล (Path Analysis) ครั้งแรกได้ค่าต่างๆ เปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของโมเดล ดังแสดงในรูปที่ 4.12 และตารางที่ 4.17



$$Chi\text{-square} = 763.29, df = 34, p = 0.000, x^2/DF = 22.450, GFI = 0.699, RMSEA = 0.220$$

รูปที่ 4.12 แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง (ก่อนปรับ โมเดล)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนปรับโมเดล

ดัชนี	เกณฑ์พิจารณา	ค่าที่วัดได้	ผลการพิจารณา
p-value	> 0.05	0.000	ไม่ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	< 2.00	22.450	ไม่ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.699	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.220	ไม่ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 4.17 พบว่าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน จึงต้องทำการปรับโมเดล โดยเลือกวิธีการปรับโมเดล (Modification Indices) จากค่า M.I. และค่า Par Change และทำการปรับโมเดลตามที่โปรแกรมแนะนำ

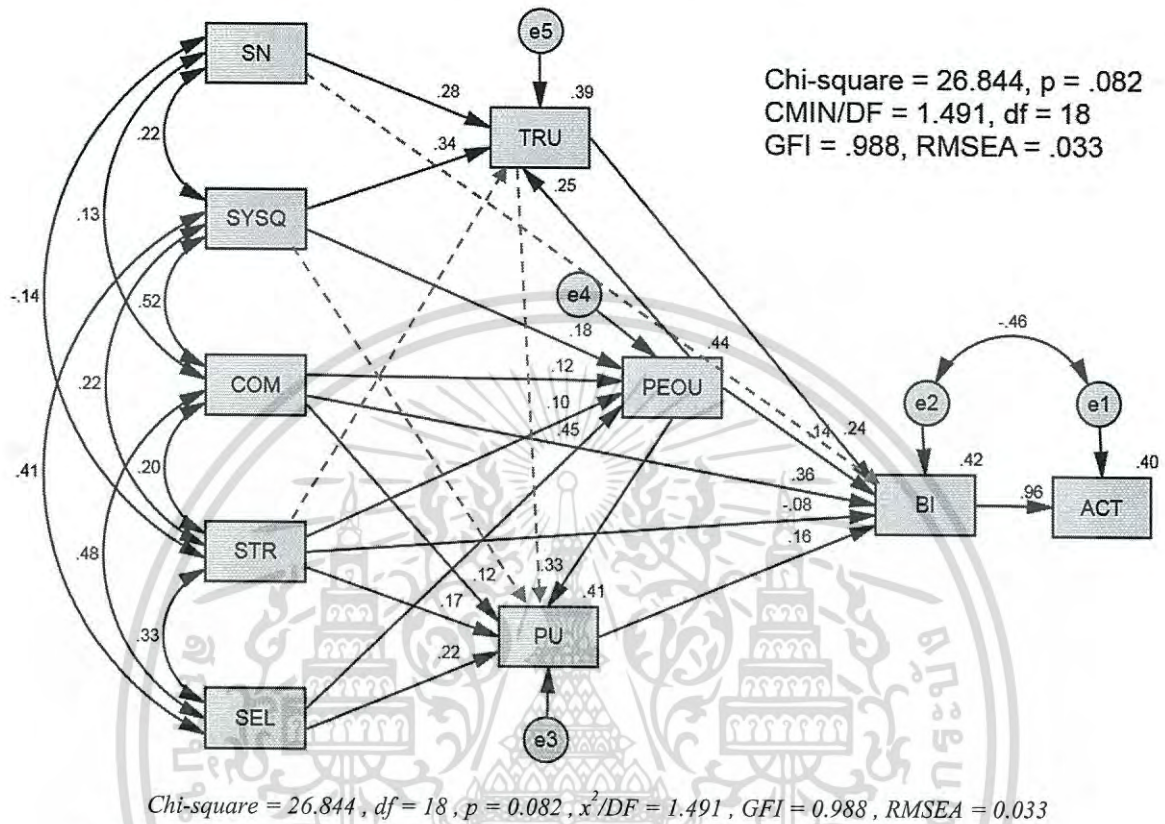
4.6.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดล

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ปรับโมเดล ตามคำแนะนำการปรับโมเดล (Modification Indices) ของโปรแกรม AMOS โดยทำการปรับค่าความแปรปรวนร่วม (Covariance) และค่าน้ำหนักปัจจัย (Regression weight) โดยดูจากค่า M.I. และค่า Par Change ที่โปรแกรมแนะนำ ที่ละเส้น จนได้ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (p-value = 0.082) เป็นไปตามเกณฑ์ คือ ค่า p-value มากกว่า 0.05 จากนั้นทำการตรวจสอบค่าอื่นๆ พบว่า ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ($\chi^2 / df = 1.491$) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI = 0.988) และ ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน = 0.033) ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดล

ดัชนี	เกณฑ์พิจารณา	ค่าที่วัดได้	ผลการพิจารณา
p-value	> 0.05	0.082	ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	< 2.00	1.491	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.988	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	0.033	ผ่านเกณฑ์

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ค่าดัชนีทุกค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดและผ่านเกณฑ์ทั้งหมด ถือว่าแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณแบงคั้งมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) ดังแสดงในรูปที่ 4.13



รูปที่ 4.13 แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณแบงคั้ง (หลังปรับโมเดล)

หมายเหตุ : เส้นประ หมายถึง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.19 ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณแบงคั้ง ด้วยค่าคะแนนมาตรฐาน

ตัวแปร	Regression Weights		Standardized Regression Weight
	Estimate	P	
PEOU < --- COM	0.099	0.008	0.117
PEOU < --- SYSQ	0.198	***	0.184
PEOU < --- SEL	0.415	***	0.449
PEOU < --- STR	0.090	0.007	0.101
TRU < --- PEOU	0.314	***	0.254
TRU < --- SN	0.182	***	0.282
TRU < --- SYSQ	0.456	***	0.344

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ตัวแปร	Regression Weights		Standardized Regression Weight
	Estimate	P	
PU <--- SEL	0.215	***	0.217
PU <--- COM	0.107	0.005	0.118
PU <--- PEOU	0.355	***	0.332
PU <--- STR	0.161	***	0.169
BI <--- PU	0.197	***	0.157
BI <--- TRU	0.256	***	0.236
BI <--- COM	0.411	***	0.360
BI <--- PEOU	0.184	0.001	0.137
BI <--- STR	-0.094	0.025	-0.079
ACT <--- BI	0.844	***	0.960

หมายเหตุ : *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า .001

จากตารางที่ 4.19 แสดงค่าความสอดคล้องของโมเดลการวัด และแสดงค่าของอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายเบงคั้งด้วยค่าคะแนนมาตรฐาน (Standardize regression weight) เมื่อนำตัวแปรแฝงของงานวิจัยแต่ละตัวแปรมาประกอบเป็นแบบจำลอง พบว่า โมเดลการวัดแต่ละตัวแปรแฝงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) จากรูปที่ 4.13 และตารางที่ 4.19 พบว่า ปัจจัยการใช้ โหมบายเบงคั้ง ได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมความตั้งใจใช้ โหมบายเบงคั้งมากที่สุด ($\beta = 0.96$) ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรการใช้งาน โหมบายเบงคั้ง ได้ร้อยละ 40 ($R^2 = 0.40$)

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากที่สุด ($\beta = 0.33$) เมื่อเปรียบเทียบกับอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ ซึ่งต่างก็ส่งผลไปยังปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับด้วยเช่นกัน โดยที่ตัวแปรทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ นั้น ร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ได้ร้อยละ 41 ($R^2 = 0.41$)

ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความสามารถของตนเองมากที่สุด ($\beta = 0.45$) เมื่อเปรียบเทียบกับอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ ซึ่งต่างก็ส่งผลไปยังปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานด้วยเช่นกัน โดยที่ตัวแปรทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานนั้นร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้ร้อยละ 44 ($R^2 = 0.44$)

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ได้รับอิทธิพลจากคุณภาพของระบบ มากที่สุด ($\beta = 0.34$) เมื่อเปรียบเทียบกับอิทธิพลจากตัวแปรอื่นๆ ซึ่งต่างก็ส่งผลไปยังปัจจัยด้านความไว้วางใจด้วยเช่นกัน โดยที่ตัวแปรทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจนั้นร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรปัจจัยด้านความไว้วางใจ ได้ร้อยละ 39 ($R^2 = 0.39$)

เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ (Correlations : r) พบว่าปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล มีความสัมพันธ์กับปัจจัยคุณภาพของระบบในทิศทางบวก อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.52$) นอกจากนี้ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลยังมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถของตนเองในทิศทางบวก อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.48$)

4.7 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณาแบบคิก ซึ่งประกอบด้วยอิทธิพลทางตรง (Direct Effects) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects) และอิทธิพลรวม (Total Effects) แสดงรายละเอียดในตารางที่ 4.20 ตารางที่ 4.21 และ ตารางที่ 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 อิทธิพลทางตรง

	SN	STR	SYSQ	SEL	COM	PEOU	TRU	PU	BI
PEOU	-	.101	.184	.449	.117	-	-	-	-
TRU	.282	-	.344	-	-	.254	-	-	-
PU	-	.169	-	.217	.118	.332	-	-	-
BI	-	-.079	-	-	.360	.137	.236	.157	-
ACT	-	-	-	-	-	-	-	-	.960

จากตารางที่ 4.20 พบว่าปัจจัยพฤติกรรมความตั้งใจใช้โฆษณาแบบคิก (Behavioral intention to use) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยการใช้โฆษณาแบบคิก (Actual use Mobile Banking) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.960 และสามารถอธิบายอิทธิพลทางตรงของปัจจัยอื่น ๆ ได้ดังนี้

4.7.1 อิทธิพลทางตรง (Direct Effects)

4.7.1.1 ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวก จากปัจจัย 4 ปัจจัยด้วยกัน โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy) มากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.449 รองลงมาคือ คุณภาพของระบบ (System Quality) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.184 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.117 และการประกันโครงสร้าง มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.101 ตามลำดับ

4.7.1.2 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวก จากปัจจัย 3 ปัจจัยด้วยกัน โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยคุณภาพของระบบ มากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.344 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.282 และปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.254 ตามลำดับ

4.7.1.3 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวก จากปัจจัย 4 ปัจจัยด้วยกัน โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.332 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.217 ปัจจัยด้านการประกันโครงสร้าง (Structural Assurance) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.169 และปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.118 ตามลำดับ

4.7.1.4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตั้งใจใช้งาน (Behavioral intention to use) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวก จากปัจจัย 4 ปัจจัยด้วยกัน โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) มากที่สุด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.360 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.236 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.157 และปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.137 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านการประกันโครงสร้าง ที่มีอิทธิพลในทางตรงในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ -0.079

ตารางที่ 4.21 อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects)

	SN	STR	SYSQ	SEL	COM	PEOU	TRU	PU	BI
PEOU	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TRU	-	.026	.047	.114	.030	-	-	-	-
PU	-	.034	.061	.149	.039	-	-	-	-

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

	SN	STR	SYSQ	SEL	COM	PEOU	TRU	PU	BI
BI	.067	.052	.127	.146	.048	.112	-	-	-
ACT	.064	-.026	.122	.140	.391	.239	.226	.150	-

จากตารางที่ 4.21 พบว่าปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวก ต่อปัจจัยการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (ACT) มากที่สุด ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.391 รองลงมา คือ ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวก ต่อปัจจัยการใช้โมบายแบงก์กิ้ง มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.239 และปัจจัยความไว้วางใจ (TRU) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวก ต่อปัจจัยการใช้โมบายแบงก์กิ้ง มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.226 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 อิทธิพลรวม

	SN	STR	SYSQ	SEL	COM	PEOU	TRU	PU	BI
PEOU	-	.101	.184	.449	.117	-	-	-	-
TRU	.282	.026	.391	.114	.030	.254	-	-	-
PU	-	.202	.061	.366	.157	.332	-	-	-
BI	.067	-.027	.127	.146	.407	.249	.236	.157	-
ACT	.064	-.026	.122	.140	.391	.239	.226	.150	.960

จากตารางที่ 4.22 พบว่าปัจจัยพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use) มีอิทธิพลรวมเชิงบวกต่อการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง (Actual to use Mobile Banking) มากที่สุด มีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.960 สามารถอธิบายตามปัจจัยได้ดังนี้

4.7.2 อิทธิพลรวม (Total Effects)

4.7.2.1 ปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use) ได้รับอิทธิพลรวมจากปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล มากที่สุด มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.407

4.7.2.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ได้รับอิทธิพลรวมจากปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy) มากที่สุด มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.366

4.7.2.3 ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ได้รับอิทธิพลรวมจากปัจจัยคุณภาพของระบบ (System Quality) มากที่สุด มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.391

4.7.2.4 ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ได้รับอิทธิพลรวมจากปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy) มากที่สุด มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.449

4.8 ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองสมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัยไว้ 11 สมมติฐาน และทำการทดสอบ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.157 ดังนั้น สมมติฐานที่ 1 ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพของระบบไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ดังนั้น สมมติฐานที่ 2 ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.360 ดังนั้น สมมติฐานที่ 3 ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.332 ดังนั้น สมมติฐานที่ 4 ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.137 ดังนั้น สมมติฐานที่ 5 ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 6 การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.449 ดังนั้น สมมติฐานที่ 6 ยอมรับสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานที่ 7 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้ง
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ
พฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้ง ดังนั้น สมมติฐานที่ 7 ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 8 ความไว้วางใจส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความไว้วางใจไม่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ
ดังนั้น สมมติฐานที่ 8 ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 9 ความไว้วางใจส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้ง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจ
ใช้โมบายเบงค์กิ้ง มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.236 ดังนั้น สมมติฐานที่ 9 ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 10 การประกันโครงสร้างส่งผลต่อความไว้วางใจ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การประกันโครงสร้างไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ดังนั้น
สมมติฐานที่ 10 ปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 11 พฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้งส่งผลต่อการใช้โมบายเบงค์กิ้ง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้งมีอิทธิพลทางตรง
ต่อการใช้โมบายเบงค์กิ้ง มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.960 ดังนั้น สมมติฐานที่ 11 ยอมรับ
สมมติฐาน

ตารางที่ 4.23 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

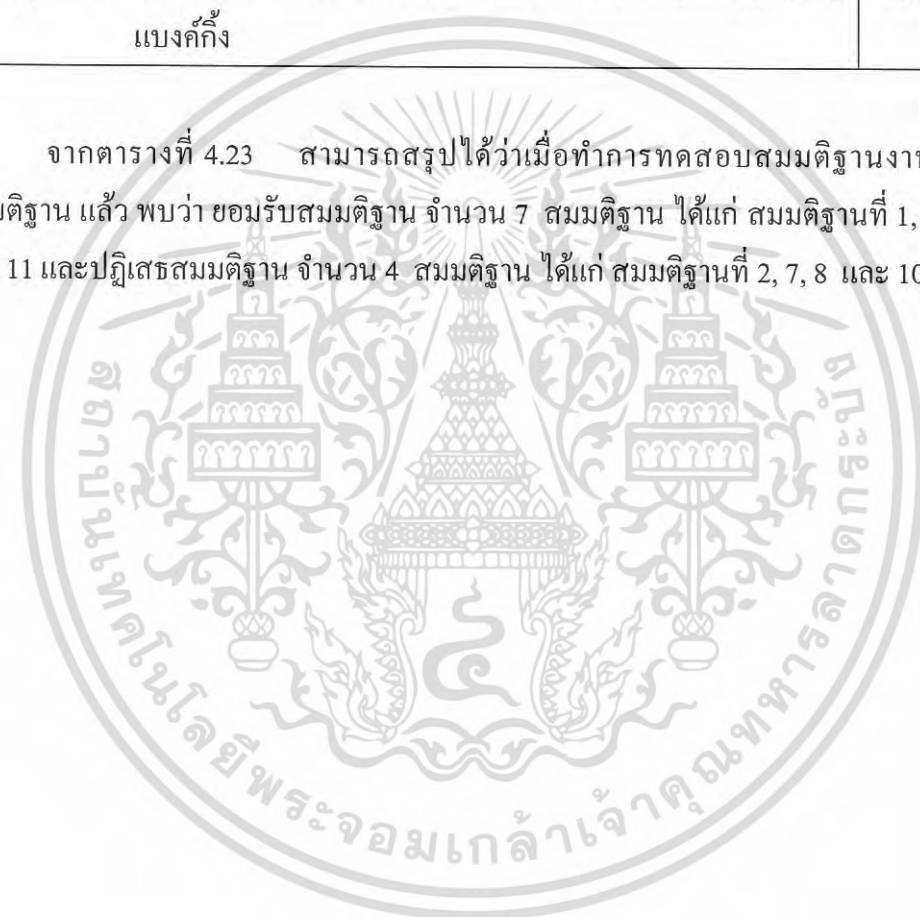
สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้ง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 คุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้ง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายเบงค์กิ้ง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	ยอมรับสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 7 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ นโยบายเบงคั้ง	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 8 ความไว้วางใจส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 9 ความไว้วางใจส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้นโยบายเบงคั้ง	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 10 การประกันโครงสร้างส่งผลต่อความไว้วางใจ	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 11 พฤติกรรมความตั้งใจใช้นโยบายเบงคั้งส่งผลต่อการใช้นโยบาย เบงคั้ง	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4.23 สามารถสรุปได้ว่าเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยทั้ง 11 สมมติฐาน แล้ว พบว่า ยอมรับสมมติฐาน จำนวน 7 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 1, 3, 4, 5, 6, 9 และ 11 และปฏิเสธสมมติฐาน จำนวน 4 สมมติฐาน ได้แก่ สมมติฐานที่ 2, 7, 8 และ 10



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณเบงคั้ง” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research method) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าธนาคารที่ใช้สมารทโฟน และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณเบงคั้ง 2) วิเคราะห์ความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้น กับข้อมูลเชิงประจักษ์ วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม รวมถึงการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมที่ส่งผลต่อตัวแปร ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติทั้งหมด ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เวอร์ชัน 22 ในการวิเคราะห์ข้อมูล และสร้างแบบจำลองด้วย AMOS เวอร์ชัน 22

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปและจัดระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

- 1) ด้านการประกัน โครงสร้าง มีความสำคัญระดับมากที่สุด ($\bar{X}= 4.58, S.D. = 0.61$)
- 2) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มีความสำคัญระดับมาก ($\bar{X}= 4.41, S.D. = 0.58$)
- 3) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสำคัญระดับมาก ($\bar{X}= 4.24, S.D. = 0.57$)
- 4) ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง มีความสำคัญระดับมาก ($\bar{X}= 4.18, S.D. = 0.64$)
- 5) ด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้ โฆษณเบงคั้ง มีความสำคัญระดับมาก ($\bar{X}= 4.12, S.D. = 0.67$)
- 6) ด้านการใช้งาน โฆษณเบงคั้ง มีความสำคัญระดับมาก ($\bar{X}= 4.04, S.D. = 0.72$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 7) ด้านความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล มีความสำคัญระดับมาก
($\bar{X}= 4.02, S.D. = 0.71$)
- 8) ด้านคุณภาพของระบบ มีความสำคัญระดับมาก ($\bar{X}= 3.98, S.D. = 0.59$)
- 9) ด้านความไว้วางใจ มีความสำคัญระดับมาก ($\bar{X}= 3.91, S.D. = 0.72$)
- 10) ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีความสำคัญระดับปานกลาง
($\bar{X}= 3.30, S.D. = 1.04$)

5.1.2 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยวิธีการประมาณค่าสูงสุด (Maximum likelihood estimation : MLE) ในครั้งแรกได้ค่าต่างๆ ดังนี้ (p-value = 0.000 , $x^2/df = 22.450$, GFI = 0.699 , $R^2 = 0.220$) สามารถสรุปได้ว่าการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองในครั้งแรก พิจารณาว่า p-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน จึงต้องทำการปรับโมเดล โดยเลือกวิธีการปรับโมเดล (Modification Indices) จากค่า M.I. และค่า Par Change และทำการปรับโมเดลตามที่โปรแกรมแนะนำ จนได้ค่าต่าง ๆ ดังนี้ (p-value = 0.082, $x^2/df = 1.491$, GFI = 0.988, $R^2 = 0.033$) สามารถสรุปได้ว่า ค่าดัชนีทุกค่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดและผ่านเกณฑ์ทั้งหมด ถือว่าแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้งมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit)

5.1.2.1 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง พบว่า ปัจจัยการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งได้รับอิทธิพลจากพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด ($\beta = 0.96$) ซึ่งทำนายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งได้ร้อยละ 40 ($R^2 = 0.40$)

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากที่สุด ($\beta = 0.33$) เมื่อเปรียบเทียบกับอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ซึ่งต่างก็ส่งผลไปยังปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับด้วยเช่นกัน โดยที่ตัวแปรทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับนั้น ร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ได้ร้อยละ 41 ($R^2 = 0.41$)

ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเอง มากที่สุด ($\beta = 0.45$) เมื่อเปรียบเทียบกับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งต่างก็ส่งผลไปยังปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานด้วยเช่นกัน โดยที่ปัจจัยทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานนั้น ร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ได้ร้อยละ 44 ($R^2 = 0.44$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยคุณภาพของระบบ มากที่สุด ($\beta = 0.34$) เมื่อเปรียบเทียบกับอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ซึ่งต่างก็ส่งผลไปยังปัจจัยด้านความไว้วางใจ ด้วยเช่นกัน โดยที่ปัจจัยทุกตัวที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจนั้นร่วมกันทำนายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้านความไว้วางใจ ได้ร้อยละ 39 ($R^2 = 0.39$)

เมื่อพิจารณาถึงค่าความสัมพันธ์ (Correlations : r) ระหว่างปัจจัยภายนอก พบว่า ปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยคุณภาพของระบบในทิศทางบวก อยู่ในระดับปานกลาง ($r = .52$) นอกจากนี้ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเองในทิศทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง ($r = .48$)

5.1.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ในตอนต้น จำนวน 11 สมมติฐาน เมื่อทำการทดสอบแล้ว พบว่า มีสมมติฐานที่ยอมรับสมมติฐานทั้งสิ้น 7 สมมติฐาน และปฏิเสธสมมติฐานทั้งสิ้น 4 สมมติฐาน ดังแสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	ค่าอิทธิพลทางตรง	ผลการทดสอบ	สอดคล้องกับงานวิจัย
สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง	.157	ยอมรับสมมติฐาน	Davis et al. (1989), J.C. Gu et al. (2009), P. Hanafizadeh et al. (2014)
สมมติฐานที่ 2 คุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ	.000	ปฏิเสธสมมติฐาน	Kim B. and Han I. (2011)
สมมติฐานที่ 3 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง	.360	ยอมรับสมมติฐาน	P. Hanafizadeh et al. (2014), Lisa Wessels and Judy Drennan. (2009), Hua dai and Prashant C. Palvia. (2009)
สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ	.332	ยอมรับสมมติฐาน	Davis et al. (1989)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

สมมติฐาน	ค่าอิทธิพล ทางตรง	ผลการทดสอบ	สอดคล้องกับงานวิจัย
สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง	.137	ยอมรับสมมติฐาน	J.C. Gu et al. (2009), P. Hanafizadeh et al. (2014)
สมมติฐานที่ 6 การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	.449	ยอมรับสมมติฐาน	J.C. Gu et al. (2009), Daniel K. Maduku (2014), S.A. Al-somali et al. (2009)
สมมติฐานที่ 7 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่งผลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง	.000	ปฏิเสธสมมติฐาน	Yang K. and Jolly D.L.(2009)
สมมติฐานที่ 8 ความไว้วางใจส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ	.000	ปฏิเสธสมมติฐาน	Siegrist M. and Cvetkovic G.(2000) Muchriana Muchran (2015)
สมมติฐานที่ 9 ความไว้วางใจส่งผลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง	.236	ยอมรับสมมติฐาน	J.C. Gu et al. (2009), Chat Chuchuen (2016), P. Hanafizadeh et al. (2014) Chian-Son Yu (2015), Zhenhua Liu et al. (2009) Tariq Saeed Mian and Muhammad Rizwan. (2013)
สมมติฐานที่ 10 การประกันโครงสร้างส่งผลต่อความไว้วางใจ	.000	ปฏิเสธสมมติฐาน	Wei Sha. (2009)
สมมติฐานที่ 11 พฤติกรรมการความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง	.960	ยอมรับสมมติฐาน	J.C. Gu et al. (2009) Jirajporn Sripalawat et al. (2010) T. Oliveira et al. (2014) Mahmood Jasim Alsamydai. (2014) Ahmad Mashhour. (2015)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้มีการเผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายแบงก์กึ่ง” สามารถ อภิปรายถึงข้อเท็จจริงจากการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้ดังนี้ ผลจากการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ผู้มีประสบการณ์ในการทำธุรกรรมการเงินบน โบบายแบงก์กึ่งระบุว่า การยอมรับการใช้งาน โบบายแบงก์กึ่งนั้นได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัย พฤติกรรมความตั้งใจใช้โบบายแบงก์กึ่ง มีค่าอิทธิพล เท่ากับ 0.96 ซึ่งส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งาน โบบายแบงก์กึ่งได้ร้อยละ 40 และสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

5.2.1 การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ โบบายแบงก์กึ่ง (Behavioral intention to use) มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.157 สอดคล้องกับ ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ของ Davis et al. (1989) ที่ระบุว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ เป็นระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อว่าเทคโนโลยีนั้นๆ จะช่วยให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น นั้นแสดงว่า เมื่อผู้ใช้ เกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ของ โบบายแบงก์กึ่ง จะส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pin Luama, Hsin-Hui Lin (2005), Vincent S. Lai and Honglei Li (2005) ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน โบบายแบงก์กึ่ง โดยนำทฤษฎีการยอมรับ เทคโนโลยี (TAM) เข้ามาเป็นกรอบแนวคิด และพบว่าเมื่อผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ จะเป็นผล ไปสู่พฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้งาน และการใช้งานจริง

5.2.2 คุณภาพของระบบ (System Quality) กับ การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า คุณภาพของระบบไม่ส่งผลต่อการรับรู้ ประโยชน์ที่ได้รับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim B. and Han I. (2011) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความคุ้มค่า ของประโยชน์ที่ได้รับและความพึงพอใจในการใช้บริการข้อมูลผ่านระบบ โทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า คุณภาพของระบบไม่ส่งผลต่อความคุ้มค่ากับประโยชน์ที่ได้รับ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาคุณภาพ ของระบบ โบบายแบงก์กึ่งของประเทศไทยในปัจจุบันจากงานวิจัยครั้งนี้ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ ประโยชน์ที่ได้รับของผู้ใช้งานได้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาคุณภาพของระบบ โบบายแบงก์กึ่งส่งผลต่อการรับรู้ ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.18 นอกจากนี้ยังมีอิทธิพล ที่ส่งผลไปความไว้วางใจ (Trust) มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.34 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tao Zhou (2011) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพของระบบมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ เนื่องจากเมื่อผู้ใช้เกิดความ ไว้วางใจในคุณภาพของระบบ ได้แก่ ความเร็วในการเข้าถึง เสถียรภาพของระบบ และการนำทาง สิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น Tao Zhou ยังระบุว่า หากทำการพัฒนาใน ด้านคุณภาพของระบบให้มีการใช้งานที่ง่ายขึ้น ก็จะสามารเพิ่มเพิ่มความพึงพอใจ และนำไปสู่การใช้ บริการเพิ่มมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.3 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use) ซึ่งมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.360 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ การที่เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นได้รับการยอมรับจากผู้ที่ใช้ที่เห็นคุณค่า และความจำเป็นของเทคโนโลยีนั้น ๆ ทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ เนื่องจากผู้ใช้เห็นถึงความสอดคล้องและเข้ากันได้กับวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งมีความจำเป็น และเกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน จะส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ P.Hanafizadeh et al. (2014) พบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) โดยให้คำนิยามไว้ว่า ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล หมายถึง ระดับของการบริการ โมบายแบงก์กิ้งที่มีต่อแนวทางการดำเนินชีวิต และความต้องการของลูกค้าสองในสามของบริการธุรกรรมการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าพร้อมกับความล้มเหลวเพราะช่องทางให้บริการแบบเดิม ๆ ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทั่วถึงด้วยเหตุนี้ จึงพบว่า หากมีความเข้ากันได้สูงมากเท่าไร ยิ่งนำไปสู่โอกาสของการยอมรับเทคโนโลยีในการศึกษาผลกระทบของความเข้ากันได้ที่มีต่อความตั้งใจในการใช้ (Usage Intention) มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยีกับความจำเป็นและความต้องการที่อยู่ในระดับสูงของแต่ละบุคคล จะทำให้ความเป็นไปได้ของการยอมรับสูงตามไปด้วยนอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Jen-Her Wu and Shu-Ching Wang (2005) ในการศึกษาเพื่อตรวจสอบการยอมรับของผู้ใช้ M-Commerce ผลสำรวจพบว่าความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้ ซึ่งส่งผลต่อการใช้งานด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ในงานวิจัยของ Pham Tan Tai and Gia-Shie Liu (2015) ศึกษาเกี่ยวกับการปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ Mobile Payment ในประเทศเวียดนาม ระบุว่า ปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลหลักต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ และความง่ายในการใช้งาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้งาน

5.2.4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) ซึ่งมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.332 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานหมายถึง ผู้ใช้งานรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นมีความง่ายในการใช้งาน ซึ่งสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญหรือ ความพยายาม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Davis et al. (1989)ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ระบุว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ นอกจากนี้ในงานวิจัยของ พชรพันธุ์ สำเภารัตน (2552) ได้ระบุว่า การที่ผู้ใช้จะรับรู้ถึงประโยชน์ในแง่การยอมรับเทคโนโลยีที่นำมาประยุกต์ใช้ในการบริการธุรกรรมได้นั้น เทคโนโลยีนั้นต้องส่งเสริมให้ระบบสามารถเข้าใช้บริการได้ง่าย และเป็นระบบที่สามารถใช้เพียงไม่กี่ครั้งก็เกิดความชำนาญ ระบบง่ายแก่การเรียนรู้ในการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use) ซึ่งมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.137 ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ และแนวคิดของ Davis et al. (1989) ที่ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยหลัก ๆ คือ ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

5.2.6 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy) ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.449 สอดคล้องกับ J.C. Gu, et. al. (2009) การรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นความเชื่อที่แต่ละคนมีต่อความสามารถในการบริหารพฤติกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ใช้จะรับรู้ว่ามีแนวโน้มง่ายต่อการใช้งาน เมื่อบุคคลนั้นรับรู้ว่าคุณมีความสามารถสูงพอที่จะใช้ได้ ดังนั้น การรับรู้ว่าคุณสามารถใช้งานโมบายแบงก์กิ้งได้ จึงส่งผลทำให้ผู้ใช้เกิดการรับรู้ว่าการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งมีความง่ายในการใช้

5.2.7 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) กับพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use) จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang K. and Jolly D.L.(2009) ที่ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบการรับรู้คุณค่าและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคในการใช้บริการข้อมูลผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่างผู้บริโภคชาวอเมริกันกับผู้บริโภคชาวเกาหลี ผลการวิจัยพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการข้อมูลผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคชาวเกาหลี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งของคนไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

5.2.8 ความไว้วางใจ (Trust) กับการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ความไว้วางใจไม่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ สามารถสรุปได้ว่า หากผู้ใช้งานระบบ โมบายแบงก์กิ้ง มีความไว้วางใจในระบบอาจตัดสินใจใช้งานโมบายแบงก์กิ้งโดยไม่พิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Muchran M. (2015) ศึกษาเรื่องการยอมรับข้อมูลสารสนเทศของระบบธนาคาร PT BNI ในเมือง Makassar มีเหตุผลสนับสนุนไว้ว่า ความไว้วางใจไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ โดยที่ผู้ใช้งานบางคนคิดว่าประโยชน์ที่ได้รับไม่ใช่เรื่องที่สำคัญ หากผู้ใช้งานมีความไว้วางใจ และมั่นใจในอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งเขาก็จะใช้งาน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Siegrist M. and Cvetkovic G. (2000) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์เรื่องการรับรู้ถึงความอันตราย : บทบาทของการไว้วางใจต่อสังคมและองค์ความรู้ ระบุไว้ว่าความไว้วางใจและประโยชน์ที่ได้รับไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.9 ความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use) ซึ่งมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.236 สอดคล้องกับงานวิจัยของ S. Al-Somali et al. (2009) นอกจากนี้ J.C. Gu. et al (2009) และ Zhenhua Liu et al (2009) ระบุไว้ในลักษณะเดียวกันว่า ความไว้วางใจมีความสำคัญมากกว่าสิ่งอื่นใดในออนไลน์แบงก์กิ้ง เพราะข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลสำคัญและมีความอ่อนไหว (Sensitive) ถูกใช้งานและส่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ Chat Chuchuen (2016) ได้กล่าวว่า ความไว้วางใจที่ได้รับการสัญญาว่าอีกฝ่ายหนึ่งสามารถเชื่อถือได้ เมื่อผู้ใช้รู้สึกว่าการระบบมีความมั่นคงปลอดภัยสูงก็จะเกิดความไว้วางใจ และมีโอกาสในการยอมรับสูง ดังนั้น ปัจจัยด้านความไว้วางใจจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้งาน โมบายแบงก์กิ้ง

5.2.10 การประกันโครงสร้าง (Structural Assurance) กับความไว้วางใจ (Trust) จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ทั้งสองปัจจัยระหว่างการประกัน โครงสร้าง และความไว้วางใจไม่มีความสัมพันธ์กัน สามารถสรุปได้ว่าการประกันโครงสร้างของระบบโมบายแบงก์กิ้งซึ่งประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานที่มีความเกี่ยวข้องในด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้ไม่ส่งผลต่อความไว้วางใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wei Sha (2009) ที่ศึกษาเกี่ยวกับประเภทของการประกันโครงสร้างและความสัมพันธ์ของการประกันโครงสร้างกับความตั้งใจไว้วางใจในอีคอมเมิร์ซแบบ B2C พบว่า โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อความตั้งใจไว้วางใจซึ่งมีลักษณะการใช้งานระบบผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับการใช้งานระบบ โมบายแบงก์กิ้งที่ทำงานออนไลน์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเช่นเดียวกัน

5.2.11 พฤติกรรมการความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use) ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Actual Use of Mobile Banking) ซึ่งมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.960 ทำให้เกิดการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้งได้ร้อยละ 40 ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis et al. (1989) ที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการความตั้งใจในการยอมรับเทคโนโลยี

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย เรื่อง “แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง” เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการยอมรับ และตัดสินใจในการทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือโมบายแบงก์กิ้ง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ครอบคลุมใน 3 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานของธนาคาร การรับประกันความผิดพลาด และข้อสัญญาต่างๆ ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้ หรือระบบในการให้บริการ และส่วนที่ 3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ใช้งาน ความสามารถ และประสบการณ์เกี่ยวกับเทคโนโลยี หรือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นว่าเป็นประโยชน์ในการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การใช้งาน โหมบายเบงคั้ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะใน 2 ประเด็น คือ ข้อเสนอแนะทั่วไปที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.3.1.1 ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนที่ไม่ยอมรับการใช้งาน โหมบายเบงคั้ง ประเด็นหลักคือเรื่องของระบบความปลอดภัย และความคุ้มครองของธนาคาร มีความล่าช้าเมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับโหมบายเบงคั้ง และไม่รู้สึกมั่นใจว่าธนาคารมีกฎเกี่ยวกับการคุ้มครองลูกค้าธนาคารมากเพียงพอ ดังนั้น ภาคราชการควรสร้างความมั่นใจในระบบความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้น

5.3.1.2 ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของระบบ ให้เกิดการใช้ง่าย และมีความปลอดภัยสูงเพื่อช่วยเพิ่มความมั่นใจ และเกิดความไว้วางใจต่อผู้ใช้งาน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาในกลุ่มประชากรในภาคอื่นๆ ให้ครอบคลุมในทุก ๆ ภาคของประเทศไทย เพื่อตรวจสอบแบบจำลองการยอมรับกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากคนในแต่ละภาคซึ่งมีวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน นำมาเปรียบเทียบกับแบบจำลองที่ได้ในครั้งนี้

5.3.2.2 ควรศึกษาและเก็บข้อมูลจากคนที่ไม่มีประสบการณ์ในการใช้โหมบายเบงคั้ง แล้วนำมาเปรียบเทียบกับแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบน โหมบายเบงคั้ง ศึกษาว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลที่แตกต่างจากคนที่มีความรู้ประสบการณ์ในการใช้งาน โหมบายเบงคั้ง

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2556. การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง(SEM) ด้วยAMOS. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- กฤษกร เจือดี. 2559. “เอกสารประกอบการบรรยาย การใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล AMOS (Analysis of moment structures)”. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- กองนโยบายและแผนงาน สำนักผังเมือง. 2555. การศึกษาการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. [Online]. Available : http://cpd.bangkok.go.th:90/web2/strategy/DATA54_55/6INVEST.pdf
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2544. การแปลความหมายสัมประสิทธิ์สัมพัทธ์และสัมประสิทธิ์การอธิบาย. [Online]. Available : <http://www.watpon.com/Elearning/stat23.htm>
- ณรงค์ โพธิ์พุกขานันท์. 2556. ระเบียบวิธีวิจัย หลักการและแนวคิด เทคนิคการเขียนรายงานการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : บริษัท แอคทีฟ พรินท์ จำกัด
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2558. ขอบเขตธุรกิจของธนาคารพาณิชย์. [Online]. Available : <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/OthFIsSupervision/Documents/ขอบเขตธุรกิจของธนาคารพาณิชย์.pdf>
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : บริษัท เอส อาร์. พรินต์ติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2553. “การวิเคราะห์อิทธิพล (Path Analysis).” เอกสารประกอบการบรรยาย เรื่องการวิเคราะห์อิทธิพลและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง. : 1- 11.
- เพชรพันธุ์ ลำเกาเงิน. 2552. การยอมรับเทคโนโลยี RFID ของลูกค้าธนาคารออมสิน. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิศณุ ฟองศรี. 2554. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัท ด่านสุทธาคารพิมพ์ จำกัด
- พลพงษ์ สุขสว่าง. 2556. โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling). พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : บริษัท โรงพิมพ์วัฒนาพานิช จำกัด.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ยุทธ ไถยวรรณ. 2556. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : บริษัท วี พรินท์(1991) จำกัด.
- รุ่งอรุณ บุรภัทรธำรงกุล, บุญฤทธิ์ อติพัฒน์, จิรศิลป์ จยาวรรณ และปภัศร ชัยวัฒน์. 2556. “การศึกษาปัจจัยการเพิ่มความพึงพอใจผู้ใช้บริการ Mobile Banking.” **การประชุมวิชาการเครือข่ายงานวิจัย สาขาการบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรมครั้งที่ 5.** : 216.
- วารสารยุคิธรรม. 2558. ธนาคารออนไลน์สบาย ๆ เรื่องการเงิน. [Online]. Available : <http://vclass.mgt.psu.ac.th>
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. 2558. บริการโบายแบบคั้งในประเทศไทย. [Online]. Available: <http://kanchanapisek.or.th/kp6 / sub/book/book.php?book=3 4 &chap=6 &page=t3 4 -6 - infodetail06.html>
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร. 2555. “ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ,” **KMITL Information Technology Journal.** (Jan-June 2012).
- สุภมาส อังศุโชติ , สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชนิกุล ภิญญ โภษานุวัฒน์. 2554. สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ : เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). 2557. “พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่และพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ที่ผู้เสี่ยง.” รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. 73-76.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). 2558. **E –Banking คืออะไร.** [Online]. Available : <https://standard.etcha.or.th/wp/?p=219>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2558. **สรุปผลที่สำคัญ สำรองการมีผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2558.** กรุงเทพฯ : สำนักสถิติเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- อิศรัฎฐ์ ริน ไชยสง. 2559. สถิติสำหรับการวิจัยทางการศึกษา. [Online]. Available : www.edu.tsu.ac.th
- A. Bandura. 1994. “Self-Efficacy.” **Encyclopedia of human behavior.** Vol 4. : 71-81.
- Ahmad Mashhour. 2015. “Community Perception of the Security and Acceptance of Mobile Banking Services in Bahrain : An Empirical Study.” **International Journal of Advanced Computer Science and Applications.** 6(9) : 46 - 54
- A. R. Montazemi. H. Qahi-Saremi. 2014. “Factors affecting adoption of online banking : A meta – analytic structural equation modeling study.” **Information & Management.** : 1 – 17.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- A.Vance, E.D.C. Christophe & Straub. 2008. "Examining trust in information technology artifacts : the effects of system quality and culture." **Journal of Management Information System**. 24(4) : 73-100.
- Basheer Mohammed Al-Ghazali et al. 2015. "A review of Theories on Technology Acceptance : The Case of Mobile Banking User Retention in Saudi Arabia." **Journal Technology Sciences & Engineering**. 19-26.
- Chain - Son Yu. 2014. "Consumer Switching Behavior from online banking to mobile banking," **International Journal of Cyber Society and Education**. 7(1) : 1-28.
- Chain - Son Yu. 2015. "Analysis of Consumer E-Lifestyles and Their Effects on Consumer Resistance to Using Mobile Banking : Empirical Surveys in Thailand and Taiwan." **International Journal of Business and Information**. 10(2) : 198 – 232.
- Chat Chuchuen. 2016. "The Perception of Mobile Banking Adoption : The Study of Behavioral, Security, and Trust in Thailand." **International Journal of Social Science and Humanity**. 6(7) : 547-550.
- Danial K. Maduku. 2014. "Behavioral intention towards mobile banking usage by South African retail banking clients." **Investment Management and Financial Innovations**. 11(3) : 37-51.
- David Gefen, et al. 2011. "Trust and TAM in Online Shopping : An Integrated Model." **MIS Quarterly**. 27(1) : 51 – 99
- Davis , F.D. 1989. "Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology." **MIS Quarterly**. 13(3) : 319 – 339.
- Delone , W.H. & McLean E.R. 1992. "Information systems success : The quest for the dependent variable." **Information Systems Research**. 60-95.
- Delone , W.H. & McLean E.R. 2003. "The Delone and McLean model of information system success : A ten-year update." **Journal of Management Information Systems**. 9-30.
- Fakhraddin Maroofi, et al. 2013. "An Investigation of Initial Trust in Mobile Banking," **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**. 3(9) : 394 – 403
- Fatemeh Aghajani Golsefid and Fereidoun Davoudi Kiakalayeh. 2016. "Factors Affecting the Acceptance of Mobile Banking by Customers Case Study : The Branches of Tejarat Bank in Rasht City." **Mediterranean Journal of Social Sciences**. 7(2) : 518 – 525.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. **“Belief, Attitude, Intention, and Behavior : An Introduction to Theory and Research.”** Reading, MA : Addison-Wesley.
- Fred D. Davis. 1993. “User Acceptance of Information Technology, System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts.” **International Journal Man-Machine Studies.** 475-487
- Kim B.& Han I. 2011. “The role of utilitarian and hedonic values and their antecedents in a mobile data service environment.” **Expert Systems with Applications.** 38 : 2311–2318
- Hinkle, D.E, William ,W. and Stephen G. J. 1998. **“Applied Statistics for the Behavior Sciences,”** 4th ed. New York : Houghton Mifflin. : 118.
- Hossien Rezaei dolat abadi, et al. 2013. “Factors Affecting Isfahanian Mobile Bnking Adoption Based on the Technology Acceptance Model.” **International journal of Academic Research in Business and Social Sciences.** 3(5) : 611 – 623.
- Hua Dai and Prashant C. Palvia. 2009. “Mobile Commerce Adoption in China and the United States : A Cross – Cultural Study.” **The Data base for Advances in Information Systems.** 40(4) : 43 – 61.
- Ja-ChulGu, et al. 2009. “Determinants of behavioral intention to mobile banking.” **Journal Expert System with Applications.** 36(9) : 11605-11616.
- Jarunee Wonglimpiyarat. 2014. “Competition and challenges of mobile banking : A systematic review of major bank models in the Thai banking industry.” **Journal of High Technology Management Research.** 25 : 123-131
- Jen-Her Wu and Shu-Ching Wang. 2005. “What drives mobile commerce? An empirical evaluation of the revised technology acceptance model.” **Information & Management.** 42. : 719 - 729
- Jiraporn Sripalawwat, et al. 2010. “M-Banking in metropolitan Bangkok and a comparison with other countries.” **Journal of Computer Information System.** 67-76.
- Lindeman, R.H., Merenda, P.F. & Gold, R.Z. 1980. **Introduction to Bivariate and Multivariate Analysis.** Glenview, Illinois : Scott, Foreman and Company.
- Lisa Wessels and Judy Drennan. 2010. “An Investigation of Consumer Acceptance of M-Banking.” **International Journal of Bank Marketing.** 28 (7) : 547 – 568.

- Mahmood Jasim Alsamydai. 2014. "Adaptation of the Technology Acceptance Model (TAM) to the Use of Mobile Banking Services." **International Review of Management and Business Research**. 3(4) : 2039 – 2051.
- Manzoor Ahmed et al. 2014. "Mobile Banking Adoption : A Qualitative Approach towards the Assessment of TAM Model in an Emerging Economy." **Academic Research**
- Muchran. M. 2015. " Acceptance of Banking Information Technology in PT BNI of Makassar." **Journal of Economics and Behavioral Studies**. 7(2) : 124-130.
- Payam Hanafizadeh, et al. 2012. "Mobile - banking adoption by Iranian bank clients." **Journal Telematics and Informatic**. 31 : 62-78.
- Pham Tan Tai and Gia-Shie Liu. 2015. "An Analysis of Factors Affecting the Intention to Use Mobile Payment Services in Vietnam." **Proceedings of the Second Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences**. : 1-21.
- Pin Luarn and Hsin-Hui Lin. 2005. "Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking." **Computers in Human Behavior**. 21 : 873 – 891.
- Rex B. Kline. 2011. "**Principles and Practice of Structural Equation Modeling**." New York London : The Guilford Publication, Inc.
- Sabah Abdullah Al-Somali, et al. 2009. "An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia." **Technovation**, 29(2) : 130-141.
- Siegrist M. and Cvetkovich G. 2000. "Perception of Hazards: The Role of Social Trust and Knowledge." **Risk Analysis**. 20(5) : 713-720.
- Tahmineh Javabdeh and Norasnita Ahmad. "Developing Customer Positive World-of-Mouth and Loyalty in Mobile Banking Services by Considering the Role of Trust and Security." **Journal of Information systems research and innovation**. : 1 - 11
- Tariq Saeed Mian and Muhammad Rizwan. 2013. "Determinants of Customer Intention to Use Mobile Banking : An Empirical Research Based on Extended Technology Acceptance Model." **Journal of Basic and Applied Scientific Research**. 3(11) : 201 – 211.
- Tao Zhou. 2011. "An empirical examination of initial trust in mobile banking." **Internet Research**, 21(5) : 527-542.
- T. Oliveira et al. 2014. "Extending the understanding of mobile banking adoption : When UTAUT meets TTF and ITM." **International Journal of Information Management**. 34 : 689 – 703.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Vincent S. Lai and Honglei Li. 2005. “Technology acceptance model for internet banking : an invariance analysis.” **Information & Management**. 42 : 373 – 386.
- Wei Sha. 2009. “Types of structural assurance and their relationships with trusting intentions in business-to-consumer e-commerce.” **Electron Markers**.19(1) : 43-54
- Yang K. and Jolly D.L. 2009. “The effects of consumer perceived value and subjective norm on mobile data service adoption between American and Korean consumers.” **Journal of Retailing and Consumer Services**. 16 : 502–508.
- Yu, C.S. 2013. “What Influences People to Transfer from One Technological Service to Another: Examples of Online and Mobile Banking.” **Journal of Information Management**. 20(2). : 219-252.
- Zhenhua Liu, et al. 2009. “An Empirical Study on Mobile Banking Adoption : The Role of Trust” **International Symposium on Electronic Commerce and Security**. 7-13.





ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๑๑ / นพ/น

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
๑ ซอยฉลองกรุง ๑ เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๒๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ดร.พัลลภ พิริยะสุรวงศ์

ด้วยนางสาวพรนภา พุทธิรักษา รหัสประจำตัว 55660922 นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ แขนงวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่” (A Model of Factors Affecting the Adoption of Mobile Banking) โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์บุรณ สกิตวิริยวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวพรนภา พุทธิรักษา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร โชติศักดิ์)

คณบดี

งานบริการการศึกษา

โทรสาร ๐๒ ๗๒๓ ๕๙๓๖
โทรสาร ๐๒ ๗๒๓ ๕๙๔๐

ขอสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๑๑ / *Loan/nn*

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
๑ ซอยฉลองกรุง ๑ เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๒๒/๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.สมเกียรติ ตันติวงศ์วานิช

ด้วยนางสาวพรนภา พุทธิรักษา รหัสประจำตัว 55660922 นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ แขนงวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่" (A Model of Factors Affecting the Adoption of Mobile Banking) โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์บุรณ์ สติฉวีวิญวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวพรนภา พุทธิรักษา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร โชติศักดิ์)

คณบดี

งานบริการการศึกษา

โทร. ๐๒ ๗๒๓ ๔๙๓๖

โทรสาร. ๐๒ ๗๒๓ ๔๙๔๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๑๑ / ๒๖๗/๗

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

๑ ซอยฉลองกรุง ๑ เขตลาดกระบัง

กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๒๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรวี อำนวยตระกูล

ด้วยนางสาวพรนภา พุทธิรักษา รหัสประจำตัว 55660922 นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ แขนงวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่” (A Model of Factors Affecting the Adoption of Mobile Banking) โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์บูรณ์ สติติวิริยวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวพรนภา พุทธิรักษา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร โชติภักดิ์)

คณบดี

งานบริการการศึกษา

โทร: ๐๒ ๗๒๓ ๕๔๓๖

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

โทรสาร: ๐๒ ๗๒๓ ๕๔๕๖

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ ๐๕๒๔.๑๑ /๒๓๗/๓๖

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

๓ ซอยฉลองกรุง ๑ เขตลาดกระบัง

กรุงเทพฯ ๑๐๕๒๐

๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข

ด้วยนางสาวพรนภา พุทธิรักษา รหัสประจำตัว 55660922 นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ แขนงวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่” (A Model of Factors Affecting the Adoption of Mobile Banking) โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.จันทร์บูรณ์ สกิตวิริยวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวพรนภา พุทธิรักษา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามมาด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร โชติกำธร)

คณบดี

งานบริการการศึกษา

โทร. ๐๒ ๗๒๓ ๔๙๓๖

เอกสาร โทรสาร. ๐๒ ๗๒๓ ๔๙๔๖

สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่คร ๐๕๔๔๓๒ / ๒๕๖๕

คณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
๑๕๓ ถนนลาดกระบัง แขวงลาดกระบัง
กรุงเทพมหานคร ๑๐๕๒๐

๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๕

เรื่อง ขอยื่นสิทธิเป็นผู้อาวุโสผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการและงานบริหารงาน เพื่อการวิจัย

เรียน ศ.ร. สมนึก ทองเดือน

ข้าพเจ้า อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (มทส.) ขอเรียนแจ้งให้ท่านทราบว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ได้ดำเนินการคัดเลือกและเสนอชื่อคุณสมนึก ทองเดือน เป็นผู้อาวุโสผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการและงานบริหารงาน เพื่อการวิจัย ในตำแหน่งศาสตราจารย์พิเศษ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยคุณสมนึก ทองเดือน มีผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ และผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ซึ่งคุณสมนึก ทองเดือน มีชื่อคุณสมนึก ทองเดือน เป็นผู้อาวุโสผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการและงานบริหารงาน เพื่อการวิจัย ในตำแหน่งศาสตราจารย์พิเศษ สาขาวิชาเทคโนโลยีการเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ โดยคุณสมนึก ทองเดือน มีผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ และผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ

จึงเรียน เพื่อโปรดพิจารณา และขอเรียนขอความเห็นชอบจากท่านด้วย ขอแสดงความนับถือ

ศาสตราจารย์ ดร. อธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(นางสาวดารารักษ์ ขจรนพพร โสภิกขั้ว) ศ.ร.
คณะที่

กองบริหารงาน
โทร. ๐๒-๕๒๓-๕๖๖๖
โทรสาร ๐๒-๕๒๓-๕๖๖๖



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อคำถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการทำธุรกรรมการเงิน

ปัจจัย	ข้อคำถาม	อ้างอิง	Factor loading
System Quality	1. M-banking system is stable to use	J.C. Gu et al.,2009	0.88
	2. The speed of m-banking is stable systems is quick and fast to use	J.C. Gu et al.,2009	0.87
	3. M-banking is easy to navigate.	Tao Zhou, 2011	0.80
Compatibility	4. Using mobile phone banking would fit well how I like to do my banking.	P.Hanafizadeh ,2014	0.84
	5. Using mobile phone banking would be compatible with most aspects of my banking activities.	P.Hanafizadeh ,2014	0.80
	6. Using mobile phone banking would fit my lifestyle.	P.Hanafizadeh ,2014	0.72
Self-Efficacy	7. I have a confident to use m-banking.	J.C. Gu et al.,2009	0.93
	8. I do not feel difficulties to use m-banking.	J.C. Gu et al.,2009	0.93
	9. I could conduct online banking transaction if I could call someone for help it I got stuck	S.A. Al-somoli et al. 2009	0.87
Structural Assurances	10. I feel safe conducting business with bank because of its statements of guarantees and ethics charter.	J.C. Gu et al.,2009	0.90
	11. I do not incur in the risk of personal information theft using mobile banking services.	T.Oliverira et al., 2014	0.89
	12. I feel safe conducting business with bank because the better business bureau will protect me.	J.C. Gu et al.,2009	0.88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัย	ข้อความ	อ้างอิง	Factor loading
Trust	13. Mobile banking seems reliable.	T.Oliverira et al., 2014	0.96
	14. I believe bank keeps its promises and commitments.	J.C. Gu et al.,2009	0.94
	15. I would trust my bank to offer secure mobile banking	P.Hanafizadeh ,2014	0.88
Perceived ease of use	16. I think it is easy to become skilful at using mobile banking	Danial K. Maduku, 2014	0.95
	17. I think it is easy to get mobile banking to do what I want it to do	Danial K. Maduku, 2014	0.94
	18. Learning to use mobile banking would be easy	P.Hanafideh, 2014	0.87
Perceived Usefulness	19. Mobile banking enables one to do banking activities more quickly.	Danial K. Maduku, 2014	0.93
	20. I think mobile banking enables one to complete banking activities more conveniently	Danial K. Maduku, 2014	0.92
	21. Using m-banking can improve my living and working performance.	Tao Zhou, 2011	0.90
Subjective Norm	22. People who are important to me would think that I should use online banking.	W.Nasri, L. Charfeddine	0.91
	23. People who influence me would think that I should use online banking.	W.Nasri, L. Charfeddine	0.86
	24. People whose opinions are valued to me would prefer that I should use online banking.	W.Nasri, L. Charfeddine	0.89

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัย	ข้อความ	อ้างอิง	Factor loading
Behavioral Intention to use	25. I intend to start/continue using mobile banking services in future	Danial K. Maduku, 2014	0.98
	26. I intend to use m-banking continuously in the future.	J.C. Gu et al.,2009	0.93
	27. I will frequently use mobile banking in the future.	J.C. Gu et al.,2009	0.93
Actual Use M-banking	28. I use mobile banking to manage my accounts.	T.Oliverira et al., 2014	0.95
	29. I use mobile banking to make transfers.	T.Oliverira et al., 2014	0.91
	30. To the extent possible, I would take advantage of mobile phone banking for my activities.	P.Hanafideh, 2014	0.87

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อแบบสอบถาม
เรื่อง แบบจำลองการยอมรับการนำธุรกรรมการเงินบน โหมบายเบงค์กึ่ง

ข้อที่	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ผลรวมคะแนน $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการพิจารณา
	1	2	3	4	5			
1	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
3	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
4	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
5	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
6	1	1	1	0	1	4	0.8	ใช้ได้
7	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
8	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
9	1	1	1	0	1	4	0.8	ใช้ได้
10	1	1	1	0	1	4	0.8	ใช้ได้
11	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
12	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
13	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
14	1	1	-1	1	1	3	0.6	ใช้ได้
15	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
16	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
17	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
18	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
19	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
20	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
21	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
22	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
23	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
24	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
25	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่	ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ผลรวมคะแนน $\sum R$	IOC = $\frac{\sum R}{N}$	ผลการพิจารณา
	1	2	3	4	5			
26	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
27	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
28	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
29	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
30	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
31	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
32	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
33	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
34	1	1	0	1	0	3	0.6	ใช้ได้
35	1	1	0	1	0	3	0.6	ใช้ได้
36	1	1	0	1	0	3	0.6	ใช้ได้
37	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
38	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
39	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
40	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
41	1	1	-1	1	1	3	0.6	ใช้ได้
42	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง แบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาโท หลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง และนำผลที่ได้มาศึกษาว่าปัจจัยใดมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการยอมรับ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ ไปใช้เพื่อสรุปผลการวิจัยเป็นภาพรวม ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการสอบถามในครั้งนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม คำตอบของท่านมีคุณค่าอย่างยิ่งต่องานวิจัย ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและสมบูรณ์จะช่วยให้การวิจัยดำเนินไปด้วยความถูกต้อง ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการยอมรับ โมบายแบงก์กิ้ง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ โมบายแบงก์กิ้ง เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินบนโมบายแบงก์กิ้ง ได้อย่างอิสระ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องคำตอบ เพียงคำตอบเดียว

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ 1. ต่ำกว่า 25 ปี 2. 25 – 30 ปี 3. 31 – 40 ปี
 4. 41 – 50 ปี 5. 51 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี
 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก
4. อาชีพ 1. รัฐบาล 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ธุรกิจส่วนตัว
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 15,000 - 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 30,001 – 45,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 45,001 – 60,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 60,001 – 75,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. 75,001 บาท ขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินบน โฆษณาเบงคั้ง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- ท่านเคยได้ยื่น หรือรู้จัก โฆษณาเบงคั้ง (Mobile Banking) หรือไม่

<input type="checkbox"/> 1.ใช่	<input type="checkbox"/> 2.ไม่ใช่*ข้ามไปข้อ3
--------------------------------	---
- ท่านรับรู้การใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง (Mobile Banking) จากแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 1.ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน	<input type="checkbox"/> 2.ได้รับคำแนะนำจากญาติ/บุคคลใกล้ชิด
<input type="checkbox"/> 3.ได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	<input type="checkbox"/> 4.ประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ/ประชาสัมพันธ์ของธนาคาร อินเทอร์เน็ต)
- ท่านทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 คำตอบ)

<input type="checkbox"/> 1. คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	<input type="checkbox"/> 2. โทรศัพท์มือถือ
<input type="checkbox"/> 3. คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก	<input type="checkbox"/> 4. แท็บเล็ต
<input type="checkbox"/> 5. ตู้เอทีเอ็ม / ตู้คีออส (Kiosk)	
- ท่านเคยใช้บริการ โฆษณาเบงคั้งหรือไม่

<input type="checkbox"/> 1. เคย*ข้ามไปข้อ 6	<input type="checkbox"/> 2. ไม่เคย
---	------------------------------------
- ท่านคาดว่าจะใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง (Mobile Banking) ในอนาคตหรือไม่

<input type="checkbox"/> 1. ใช่แน่นอน	<input type="checkbox"/> 2. ไม่แน่ใจ
<input type="checkbox"/> 3. ไม่ใช่แน่นอน	
- ปริมาณการใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง (Mobile Banking) ของท่านต่อเดือน (ตอบเฉพาะคนที่ใช่)

<input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2. 1-5 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 3. 6 - 10 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4. 11 - 20 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 5. 21 ครั้งขึ้นไป	
- ท่านใช้บริการ โฆษณาเบงคั้ง (Mobile Banking) ใดบ้าง (ตอบเฉพาะคนที่ใช่ และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

<input type="checkbox"/> 1. ตรวจสอบยอดบัญชี (สอบถามยอดบัญชี / ดูการทำรายการย้อนหลัง)	<input type="checkbox"/> 3. ชำระค่าสินค้าและบริการ(Bill Payment)
<input type="checkbox"/> 2. โอนเงิน	<input type="checkbox"/> 5. ชำระค่าโทรศัพท์ / โอนเงินมือถือ
<input type="checkbox"/> 4. เติมเงิน Easy Pass	

เอกสารนี้เป็น 6. ธุรกรรมเกี่ยวกับเช็ค (ตั้งชื่อ ตรวจสอบ आयัด) นั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 7. เกี่ยวกับสินเชื่อ (ตรวจสอบข้อมูล / ชำระสินเชื่อ)
- 8. บริการด้านการลงทุน (ซื้อ-ขาย-สับเปลี่ยนกองทุน)
- 9. บริการออนไลน์บุ๊กกิ้ง (จองตั๋วเครื่องบิน / ที่พัก)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการยอมรับโมบายเบงคั้ง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
(เลือกคำตอบเพียง 1 ข้อ)

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
ด้านคุณภาพของระบบ โมบายเบงคั้ง (System Quality)					
1. ท่านคิดว่าระบบของโมบายเบงคั้งมีเสถียรภาพ(Stability) ในการใช้งาน					
2. ท่านคิดว่าความเร็วในการตอบสนองของระบบ โมบายเบงคั้ง มีผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายเบงคั้งของท่าน					
3. ท่านคิดว่าหน้าจอการใช้งานของระบบ โมบายเบงคั้ง มีเมนูการใช้งานในการนำทาง (Navigate) ไปยังเมนูต่อไปที่ดี					
ด้านความเข้ากันได้ของแต่ละบุคคล (Compatibility)					
4. ท่านคิดว่าการใช้โมบายเบงคั้งเข้ากันได้กับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของท่าน					
5. ท่านคิดว่าโมบายเบงคั้งมีความจำเป็น (Necessity) สำหรับท่าน					
6. ท่านคิดว่าบริการ โมบายเบงคั้งครอบคลุม (Coverage) ทุกธุรกรรมการเงินของท่าน					
ด้านการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)					
7. ท่านคิดว่าตนเองสามารถใช้โมบายเบงคั้งได้ด้วยตนเอง					
8. ท่านคิดว่าตนเองสามารถใช้โมบายเบงคั้งได้ไม่ยาก					
9. ท่านมีความมั่นใจ หากรู้ว่าธนาคารมีบริการช่วยเหลือ เมื่อเกิดปัญหากับการใช้โมบายเบงคั้ง					
ด้านการประกันโครงสร้าง (Structure Assurance)					
10. ท่านคิดว่าธนาคารจำเป็นต้องมีกฎในการรับประกันความผิดพลาด					
11. ท่านคิดว่าการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลมีความสำคัญ					
12. ท่านคิดว่าระบบการคุ้มครอง (Assurance) ความเสียหายของโมบายเบงคั้ง มีความสำคัญ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
ด้านความไว้วางใจ (Trust)					
13. ท่านคิดว่าระบบนโยบายเบงคั้งมีความน่าเชื่อถือ(Reliability)					
14. ท่านคิดว่าธนาคารมีความมุ่งมั่นที่จะรักษาสัญญา และรับผิดชอบอย่างเต็มที่ (Promise & Commitment)					
15. ท่านรู้สึกปลอดภัย (Security) เมื่อทำธุรกรรมการเงินบน นโยบายเบงคั้ง					
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)					
16. ท่านคิดว่านโยบายเบงคั้งใช้บริการได้ง่าย					
17. ท่านคิดว่าทักษะในการใช้นโยบายเบงคั้งเกิดขึ้นได้ไม่ยากเมื่อท่านได้ใช้					
18. ท่านคิดว่าตนเองสามารถเรียนรู้การใช้งาน นโยบายเบงคั้งได้ไม่ยาก					
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness)					
19.ท่านคิดว่านโยบายเบงคั้งช่วยทำให้การทำธุรกรรมการเงินของท่านรวดเร็วขึ้น					
20. ท่านคิดว่านโยบายเบงคั้งช่วยทำให้การทำธุรกรรมการเงินของท่านสะดวกสบายขึ้น					
21. ท่านคิดว่านโยบายเบงคั้งช่วยให้ท่านประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมการเงิน					
ด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)					
22. ท่านคิดว่าเพื่อนของท่านมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นโยบายเบงคั้งของท่าน					
23. ท่านคิดว่าบุคคลที่มีความสำคัญ หรือ คนในครอบครัวของท่าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นโยบายเบงคั้งของท่าน					
24. ท่านคิดว่าบุคคลที่ท่านเห็นว่าความคิดเห็นของเขามีคุณค่า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้นโยบายเบงคั้งของท่าน					

เอ... ไม่อนุญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่วารณใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
ด้านพฤติกรรมการตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Behavioral intention to use)					
25. ท่านคิดว่าจะเริ่มใช้ / ใช้โมบายแบงก์กิ้งต่อไปในอนาคต					
26. ท่านคิดว่าจะใช้โมบายแบงก์กิ้งเป็นประจำ					
27. ท่านคิดว่าจะใช้บริการชำระเงินด้วยโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง					
ด้านการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง (Actual use Mobile Banking)					
28. ท่านคิดว่าโมบายแบงก์กิ้งสามารถใช้ในการทำธุรกรรมการเงินของท่านได้					
29. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งทุกครั้งที่มีการโอนเงิน					
30. ท่านคิดว่าการใช้โมบายแบงก์กิ้งมีข้อได้เปรียบมากกว่าการทำธุรกรรมการเงินที่ธนาคาร และ ตู้เอทีเอ็ม					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้บริการผ่านโมบายแบงก์กิ้ง

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

พรนภา พุทธิรักษา และ จันทร์บุรณีย์ สถิติวิริยวงศ์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร

Emails: s5660922@kmitl.ac.th, chanboon@it.kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอปัจจัยที่มีความสำคัญและส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยกรอบแนวคิดของงานวิจัยมีพื้นฐานจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีความน่าเชื่อถือในเรื่องของการพยากรณ์พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี ผนวกรวมเข้ากับปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์ โดยมีปัจจัยภายนอก ซึ่งมีอิทธิพล และส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม ในบทความนี้ ผู้เขียนได้กำหนดปัจจัยภายนอกขึ้น 4 ปัจจัย คือ คุณภาพของระบบ การรับรู้ความสามารถของตนเอง การประกันโครงสร้าง และความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล เพื่อสร้างเป็นแบบจำลองสำหรับใช้ศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยแบบจำลองนี้แบ่งปัจจัยออกเป็น 3 ส่วนหลัก ๆ คือ โครงสร้างพื้นฐาน ระบบที่ติดต่อกับผู้ใช้ และผู้ใช้งาน ซึ่งจะอธิบายในลำดับถัดไป

คำสำคัญ—โมบายแบงก์กิ้ง; แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี; การยอมรับการทำธุรกรรมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

1. บทนำ

การให้บริการการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นรูปแบบการให้บริการแนวคิดใหม่ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน ช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมผ่านเคาเตอร์ธนาคาร สถาบันการเงินหลายแห่งได้เริ่มนำการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันมาเป็นกลยุทธ์การรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ [1] เนื่องจากแนวโน้มในการใช้บริการดังกล่าวสูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถาบันการเงินหลายแห่ง ร่วมมือกับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือที่เรียกว่า โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

แม้ว่าอัตราการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง จะมีแนวโน้มเพิ่มสูงมากขึ้น แต่สำหรับในประเทศไทยยังพบว่ามีการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งไม่สอดคล้องกับแนวทางการเติบโตเมื่อเทียบกับต่างประเทศ [2] โดยปัญหาที่พบคือ ผู้ใช้ไม่มั่นใจในเรื่องของระบบความปลอดภัย และความเป็น

ส่วนตัวของข้อมูล คุณภาพของแอปพลิเคชัน ความเสถียรของระบบ ความเร็วของเครือข่าย การรับรู้ความสามารถของผู้ใช้ การรับประกันความผิดพลาดจากระบบ และความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) ของผู้ใช้งาน นอกจากนี้จากผลสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) พบว่าคนไทยใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่คิดเป็นร้อยละ 92 และมีผู้ที่นิยมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือโมบายแบงก์กิ้งมีเพียงร้อยละ 45.7 [3] ดังนั้น ในบทความนี้จะเป็นการนำปัญหาตั้งที่กล่าวมาข้างต้นนั้น มารวบรวมสร้างเป็นแบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีพื้นฐานมาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

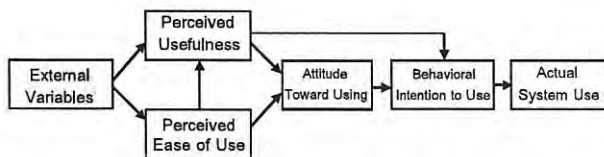
แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่นี้ มีต้นแบบมาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) [4] แบบจำลองปัจจัยของพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ [5] โดยผู้เขียนได้นำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เป็นพื้นฐานในการศึกษาปัจจัยที่จะส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และคัดเลือกปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง และปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง

2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

แบบจำลองนี้ถูกพัฒนาขึ้นในปี ค.ศ. 1986 โดย เฟรด เดวิส (Fred Davis) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่พัฒนามาจากพื้นฐานของทฤษฎีการตอบสนองอย่างมีเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) และทฤษฎีแบบแผนพฤติกรรม (Theory of Planned Behavior : TPB) แบบจำลองการยอมรับ (TAM) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งประกอบด้วยตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness หรือ PU) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Ease of Use หรือ PEOU) ทศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using หรือ A) ซึ่งความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention to Use) จะส่งผลต่อการใช้งานจริง (Actual System Use) ดังแบบจำลองต่อไปนี้ [4] [6]



รูปที่ 1. แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี TAM (Davis, 1989)

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลของ TAM นั้น เชื่อในอิทธิพลที่เป็นความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรมที่นำไปสู่การใช้ ผู้ใช้จะใช้ไมบายแมงคักก็ต่อเมื่อพวกเขาเชื่อว่ามันมีประโยชน์สำหรับการทำงานของพวกเขา แต่ผู้ใช้จะไม่ใช้เมื่อรับรู้ว่ามันยากต่อการใช้ ถึงแม้ว่ามันจะมีประโยชน์ต่อพวกเขาก็ตาม [5]

Fred D. Davis ได้ให้ความหมายของปัจจัยต่าง ๆ ในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) [4] ดังนี้

การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness : PU) หมายถึง ระดับความเชื่อและการรับรู้ของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยี โดยเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีสามารถเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของบุคคลนั้น โดยตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ของเทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติและความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ และนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้น

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) หมายถึง ระดับความเชื่อและการรับรู้ที่บุคคลเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีวิธีการที่ใช้งานง่าย มีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามสูง หรือความเชี่ยวชาญ ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติ

ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using : A) หมายถึง ความคิดเห็น มุมมองของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention to Use: BI) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้นที่ได้รับจากการรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น

การใช้งานจริง (Actual System Use) ซึ่งเป็นผลมาจากทัศนคติต่อการใช้งาน และความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม ทำให้เกิดการยอมรับและใช้งานจริง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แบบจำลองปัจจัยของพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ [5] ได้นำเสนอเกี่ยวกับการตัดสินใจแสดง ความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรมในการใช้ไมบายแมงคัก โดยมีพื้นฐานมาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ซึ่งมีโครงสร้างหลักที่

ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม นอกจากนี้ยังผนวกปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) เข้ากับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) [5] จากกรอบทฤษฎีที่นำเสนอของ Gefen et al. ให้แนวทางว่า การทำธุรกรรมออนไลน์ ๆ ตลอดจนการยอมรับเทคโนโลยี สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความไว้วางใจ มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับไมบายแมงคักกึ่ง ในประเด็นของความไว้วางใจ โดยเพิ่มปัจจัยความไว้วางใจเข้าไปในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทำการทดลองผลของความไว้วางใจ ในหลายมิติ พบว่า พื้นฐานของความไว้วางใจมีผลทางอ้อมมาจากคนที่เคยใช้มาก่อนหน้า และมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ที่เป็นพื้นฐานของความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม นอกจากนี้ความไว้วางใจของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับความไว้วางใจในการประกันโครงสร้างเป็นหลัก [7] จากแบบจำลอง [5] ได้กำหนดปัจจัยภายนอกขึ้นเพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยในแบบจำลอง พบว่า คุณภาพของระบบ (System Quality) มีนัยสำคัญต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ และมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม [5] [8] การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self - Efficacy) ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ ทำให้ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้ที่รับรู้ประโยชน์และรับรู้ความง่ายในการใช้งานจะมีความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม และการประกันโครงสร้าง (Structure Assurances) จะสนับสนุนการทำธุรกรรมที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ [5]

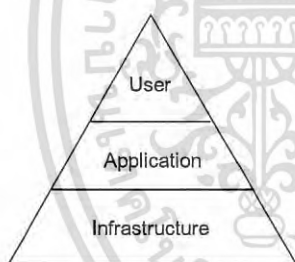
นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีไมบายแมงคักอีกปัจจัยหนึ่งคือ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility) ในการศึกษา [9] มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งใจใช้ไมบายแมงคักอยู่ 8 ปัจจัย แต่มีปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการตั้งใจใช้ไมบายแมงคัก 3 ปัจจัย โดยเรียงตามลำดับที่มีอิทธิพลสูงสุดดังนี้ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ความไว้วางใจ และการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้ไมบายแมงคักมากที่สุดคือ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล ในการศึกษาที่ให้นิยาม ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล หมายถึง ระดับของการบริการไมบายแมงคักที่มีต่อแนวทางการดำเนินชีวิต และความต้องการของลูกค้า มีนักวิจัยบางคนกล่าวไว้ว่า สองในสามของบริการธุรกรรมการเงินเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าประสมกับความล้มเหลวเพราะช่องทางให้บริการแบบเดิม ๆ ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทั่วถึง ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่า หากมีความเข้ากันได้สูงมากเท่าไร ก็ยิ่งนำไปสู่โอกาสของการยอมรับเทคโนโลยี ในการศึกษา ผลกระทบของความเข้ากันได้ที่มีต่อความตั้งใจในการใช้ (Usage Intention) มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยีกับความจำเป็นและความต้องการที่อยู่ในระดับสูงของแต่ละบุคคล จะทำให้ความเป็นไปได้ของการยอมรับสูงตามไปด้วย [9] ในการศึกษาเรื่องการตรวจสอบหาข้อเท็จจริงในการยอมรับไมบายแมงคักกึ่งของผู้บริโภค สนับสนุนความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรมเช่นกัน [10] ดังนั้นผู้เขียนจึงได้คัดเลือกปัจจัยความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลมาไว้ในแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เมื่อรวบรวมแบบจำลองทั้ง 2 เข้าด้วยกัน [4] [5] จะสามารถแบ่งลำดับการทำงานได้เป็น 3 ส่วนหลัก ๆ คือ ส่วนของโครงสร้างพื้นฐาน

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Infrastructure) ส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบที่ติดต่อกับผู้ใช้โดยตรง (Application) และส่วนของผู้ใช้งาน (User) ดังจะอธิบายในหัวข้อถัดไป

3. นำเสนอแบบจำลองของการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

จากทฤษฎีและแบบจำลองดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้เขียนได้ทำการรวบรวม ออกมาเป็นแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีพื้นฐานมาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ซึ่งปัจจัยที่ได้คัดเลือกมาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยหลัก คือ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรม นอกจากนี้ได้ผนวกปัจจัยความไว้วางใจเข้ากับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และกำหนดปัจจัยภายนอกที่ได้รับรวบรวมจากแบบจำลองที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 แบบจำลองนั้น ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ คุณภาพของระบบ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการประกันโครงสร้าง หากแบ่งส่วนการทำงาน สามารถแบ่งการทำงานออกเป็น 3 ส่วน ดังรูปที่ 2 โดยคุณภาพของระบบจะเป็นส่วนติดต่อกับผู้ใช้ (Application) การรับรู้ความสามารถของตนเอง และความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลอยู่ในส่วนของผู้ใช้งาน (User) และการประกันโครงสร้างจะอยู่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) โดยมีรายละเอียดดังนี้



รูปที่ 2. ภาพแสดงการแบ่งส่วนการทำงานของแบบจำลอง

3.1 การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness)

การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม (BI) [10] เมื่อผู้ใช้รับรู้ประโยชน์จากเทคโนโลยีจะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม นอกจากนี้การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (PEOU) ยังส่งผลถึงการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งปัจจัย 3 ปัจจัยดังกล่าว เป็นพื้นฐานในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) สามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐาน 1 การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม

3.2 คุณภาพของระบบ (System Quality)

คุณภาพของระบบ จากรูปที่ 2 จะอยู่ในส่วนของแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นส่วนที่ติดต่อกับผู้ใช้โดยตรง คุณภาพของระบบสะท้อนให้เห็นถึงความเร็วของเครือข่าย ความเร็วในการเข้าถึง และความเสถียรของระบบ คุณภาพของระบบมีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม [5]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้ใช้จะรับรู้ประโยชน์ของบริการโมบายแบงก์กิ้ง ที่มีความแม่นยำ และมีความเร็วสูง การให้บริการเชื่อถือได้ ทั้งในเรื่องของการรับประกันความ เป็นส่วนตัวของข้อมูล ผู้ใช้สามารถควบคุมการทำงานได้ มีการนำทางที่ดี และภาพลักษณ์ที่ดี มีข้อมูลแนะนำการใช้งานหน้าเว็บไซต์ มีความเหมาะสมของกราฟฟิกของแอปพลิเคชันที่ผู้ใช้งานระบบไม่เกิดความสับสนในการใช้งาน จากที่กล่าวมา ผู้เขียนจึงได้เพิ่ม คุณภาพของระบบ เป็นปัจจัยภายนอก (External Variables) ไว้ในส่วนของการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐาน 2 คุณภาพของระบบส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

3.3 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล (Compatibility)

ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล สามารถให้คำจำกัดความได้ว่า การที่เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นได้รับการยอมรับจากผู้ที่ใช้ที่เห็นคุณค่า และความจำเป็นของเทคโนโลยีนั้น ๆ ทำให้เกิดการรับรู้ประโยชน์ เนื่องจากผู้ใช้เห็นถึงความสอดคล้องและเข้ากันได้กับวิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งมีความจำเป็น และเกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน [9] จะส่งผลต่อความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรม ดังนั้นความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล จึงถูกจัดไว้ในส่วนที่สาม (User) ดังรูปที่ 2 เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งานโดยตรง โดยผู้เขียนได้เพิ่ม ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล เข้ากับความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรมในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เมื่อผู้ใช้เกิดความจำเป็นและมีโอกาสก็จะใช้งานจริง ซึ่งสามารถกำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐาน 3 ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคลส่งผลต่อความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรม

3.4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่สามารถกำหนดในด้านของปริมาณหรือความสำเร็จที่ได้รับตรงกับความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ [9] นอกจากนี้การรับรู้ความง่ายในการใช้งานยังส่งผลต่อความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรม ที่จะนำไปสู่การยอมรับและใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งปัจจัยดังกล่าวยังคงเป็นปัจจัยหลักในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) จึงสามารถกำหนดสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐาน 4 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

สมมติฐาน 5 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรม

3.5 การรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)

ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถตนเอง อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังที่มีต่อผลที่จะได้รับจากการกระทำพฤติกรรม กับระดับความมั่นใจของบุคคล โดยเชื่อว่า หากบุคคลใดมีความมั่นใจสูงว่าตนสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นด้วยตนเองได้ลุล่วง บุคคลนั้นจะมีแนวโน้มสูงที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา ในทางกลับกันหากบุคคลมีความมั่นใจน้อย หรือไม่มี ความมั่นใจว่าตนมีความสามารถพอที่จะแสดงพฤติกรรม

นั้นได้ตามที่คาดหวัง บุคคลนั้นจะมีแนวโน้มไม่แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา [11] นอกจากนี้ยังพบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง หมายถึง ความเชื่อที่แต่ละบุคคลมีต่อความสามารถในการบริหารพฤติกรรมเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในงานวิจัย [5] ได้ระบุว่า ผู้ใช้จะรับรู้ว่ามีบายแมงคึกง่ายต่อการใช้งาน เมื่อเขารู้สึกว่าตนเองมีความสามารถที่จะใช้งานได้ ผู้เขียนจึงได้นำการรับรู้ความสามารถของตนเอง เข้ามาเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จากรูปที่ 2 ซึ่งอยู่ในส่วนที่สองของแบบจำลอง ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้งานโดยตรง และสามารถกำหนดสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐาน 6 การรับรู้ความสามารถของตนเองส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

3.6 ความไว้วางใจ (Trust)

งานวิจัยหลายงานในด้านการทำธุรกรรมออนไลน์ ระบุว่าความไว้วางใจมีความสำคัญมากกว่าสิ่งอื่นใดในออนไลน์แมงคึก เพราะข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลสำคัญและมีความอ่อนไหว (Sensitive) ถูกใช้งานและส่งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต [12] ความไว้วางใจ หมายถึง ความไว้วางใจส่วนบุคคล ซึ่งผู้อื่นจะปฏิบัติตามบนพื้นฐานของความคาดหวังส่วนบุคคล และความคาดหวังที่บุคคลนั้น ๆ เลือกที่จะไว้วางใจ จะต้องไม่เป็นการฉ้อโกงโอกาสในสถานการณ์ใด ๆ เป็นเสมือนความไว้วางใจที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ [5] เป็นความไว้วางใจในประสิทธิภาพซึ่งถูกรับประกันโดยบุคคลที่ 3 ซึ่งจะทำให้คนอื่น ๆ ปฏิบัติตามดังที่คาดหวัง [7] รวมถึงความไว้วางใจที่ได้รับการสัญญาว่าอีกฝ่ายหนึ่งสามารถเชื่อถือได้ เมื่อผู้ใช้รู้สึกว่าระบบมีความมั่นคงปลอดภัยสูงก็จะเกิดความไว้วางใจ และมีโอกาสในการยอมรับสูง [13] ดังนั้น ความไว้วางใจจึงได้ถูกกำหนดไว้เป็นปัจจัยหลักที่ผนวกเข้ากับแบบจำลองการยอมรับ (TAM) และสามารถกำหนดสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐาน 7 ความไว้วางใจส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ

สมมุติฐาน 8 ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม

3.7 การประกันโครงสร้าง (Structural Assurance)

การประกันโครงสร้าง ถือเป็นเรื่องสำคัญมากอีกปัจจัยหนึ่ง ในการทำธุรกรรมออนไลน์ ต้องเป็นระบบเครือข่ายที่มีความมั่นคงปลอดภัย เป็นแหล่งที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีการรับประกัน และมีกติกาในการใช้ [5] นอกจากนี้ โครงสร้างทางเทคโนโลยีต้องช่วยเพิ่มความมั่นคงปลอดภัยในการทำธุรกรรม [8] ในฐานะที่เป็นฐานของความเชื่อถือนองคัหรือสถาบัน จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ผลต่อการตัดสินใจเป็นอันดับแรกในการเลือกใช้งานของผู้ใช้ คือ เมื่อเกิดความผิดพลาดในระบบนั้น มีกฎหมายรองรับ เพื่อความมั่นใจในความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลและความมั่นคงปลอดภัยในการทำธุรกรรม นักวิจัยหลายคนได้เพิ่มปัจจัยเกี่ยวกับการประกันโครงสร้างเข้ากับปัจจัยความไว้วางใจ เพื่อพิสูจน์ว่าปัจจัยทั้งสองส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม ดังนั้น ผู้เขียนจึงได้เพิ่ม การประกันโครงสร้าง เข้าในส่วนของปัจจัยความไว้วางใจ ในรูปที่ 2 จะอยู่ในส่วนที่หนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) สามารถกำหนดสมมุติฐานได้ดังนี้

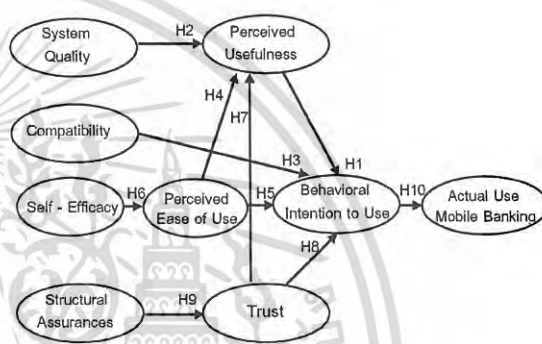
สมมุติฐาน 9 การประกันโครงสร้างส่งผลต่อความไว้วางใจ

3.8 ความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention to Use)

พฤติกรรมหรือการกระทำของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการใช้งานจริง คือ ความตั้งใจที่จะใช้เชิงพฤติกรรม [6] ความไว้วางใจในความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อทัศนคติที่จะนำไปสู่การใช้ไมบายแมงคึก [14] หรือกล่าวคือ เมื่อผู้ใช้มีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความตั้งใจ ก็จะไปสู่การยอมรับและการใช้งานตามมา ซึ่งสามารถกำหนดสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐาน 10 ความตั้งใจจะใช้เชิงพฤติกรรมส่งผลต่อการรับไมบายแมงคึก

จากสมมุติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปเป็นแบบจำลองได้ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3. นำเสนอแบบจำลองการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

4. สรุป

แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่นี้ ถูกสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ของบุคคล รวมไปถึงการใช้งานจริง ซึ่งประกอบด้วย คุณภาพของระบบ การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ ความเข้ากันได้กับปัจเจกบุคคล การรับรู้ความสามารถของตนเอง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การประกันโครงสร้าง และความไว้วางใจ สามารถส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ธนาคารและผู้ให้บริการสามารถทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบอย่างแท้จริง เพื่อประโยชน์และความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยปราศจากความกังวลเกี่ยวกับเวลาและสถานที่อีกต่อไป หลังจากนั้นแบบจำลองดังกล่าวจะถูกนำมาทดสอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อให้ได้ปัจจัยที่แท้จริงเป็นลำดับถัดไป

เอกสารอ้างอิง

[1] Jarunee Wonglimpiyarat, "Competition and challenges of mobile banking : A systematic review of major bank models in the Thai banking industry," *Journal of High Technology Management Research*, pp. 123-131, Aug. 2014.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- [2] Jiraporn Sripalawwat, Mathupayas Thongmak, and Atcharawan Ngramyarn, "M-Banking in metropolitan Bangkok and a comparison with other countries," *Journal of Computer Information System*, pp. 67-76, Nov. 2010.
- [3] สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). "พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่และพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ที่เสี่ยง" รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย (กรกฎาคม 2557). หน้า 73-76.
- [4] Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology, System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts," *International Journal Man-Machine Studies*, pp. 475-487, 1993.
- [5] Ja-ChulGu, Sang-Chul Lee, and Yung-Ho Suh, "Determinants of behavioral intention to mobile banking," *Journal Expert System with Applications*, Vol. 36, Issue 9, pp. 11605-11616, Nov. 2009.
- [6] สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. "ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ," *KMITL Information Technology Journal*, (Jan-June 2012).
- [7] Zhenhua Liu, Qingfei Min, and Shaogo Ji, "An Empirical Study on Mobile Banking Adoption : The Role of Trust," *International Symposium on Electronic Commerce and Security*, pp. 7-13, 2009.
- [8] Tao Zhou, "An empirical examination of initial trust in mobile banking," *Internet Research*, Vol. 21, No. 5, pp. 527-542. 2011.
- [9] Payam Hanafizadeh, Mehdi Behboudi, Amir Abedini Koshksaray, and Marziyeh Jallivand ShirkhaniTabar, "Mobile - banking adoption by Iranian bank clients," *Journal Telematics and Informatics*, pp. 62-78, Nov. 2012.
- [10] Lisa Wessels, Judy Drennan, "An Investigation of Consumer Acceptance of M-Banking." *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 28 Issue 7, pp.547 – 568, 2010.
- [11] Albert Bandura, "Self-Efficacy," *Encyclopedia of human behavior*. New York : Academic Press, 1998.
- [12] Sabah Abdullah Al-Somali, Roya Gholami, and Ben Clegg, "An investigation into the acceptance of online banking in Saudi Arabia," *Technovation*, Vol. 29, Issue 2, pp. 130-141, Feb. 2009.
- [13] Chat Chuchuen, "The Perception of Mobile Banking Adoption :The Study of Behavioral, Security, and Trust in Thailand," *International Journal of Social Science and Humanity*, Vol. 6, No. 7, pp. 547-550, Jul. 2016.
- [14] Danial K. Maduku, "Behavioral intention towards mobile banking usage by South African retail banking clients," *Investment Management and Financial Innovations*, Vol. 11, No. 3, pp. 37-51, 2014.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อผู้เขียน	นางสาวพรนภา พุทธรักษา
ที่อยู่	39 หมู่ 1 ตำบลลาดขวาง อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2544 วิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.) สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ประวัติการทำงาน	พ.ศ.2545 – พ.ศ.2550 นักวิชาการคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 - ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ฉะเชิงเทรา
ผลงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์	“แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์เคลื่อนที่” การประชุมวิชาการระดับประเทศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (National Conference on Information Technology : NCIT) ครั้งที่ 7. เชียงใหม่. 29 – 30 ตุลาคม พ.ศ. 2558.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้