

ผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา

The Impact of Trust and Technology Acceptance on the Intention to Use Electronic Services through Mobile Banking of Thai Commercial Bank in Nakhon Ratchasima District

จิรนาถ นามไธสง (Jeeranart Namthaisong)¹

เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม (Saowaluk Jitnom)^{2*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ที่เคยใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมาที่มีอายุระหว่าง 20-58 ปี รวมทั้งสิ้น 405 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานวิเคราะห์ด้วยการถดถอย

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan

*Corresponding author, E-mail: saowaluk.ji@rmuti.ac.th

พหุคูณในรูปแบบ Enter ผลจากการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้บริการ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้ช่วยชี้ให้เห็นความสำคัญของการสร้างความไว้วางใจและการส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีในการเพิ่มความตั้งใจใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทย

คำสำคัญ : ความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจ โมบายแบงก์กิ้ง
ธนาคารพาณิชย์

Abstract

This study aims to investigate the effects of trust and technology acceptance on the intention to use electronic services via mobile banking of Thai commercial banks in Nakhon Ratchasima. The sample consisted of 405 respondents aged 20–58 years who had prior experience using mobile banking services. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using multiple regression analysis with the Enter method. The findings revealed that trust had a significant effect on the intention to use mobile banking services at the 0.05 significance level. In addition, technology acceptance—specifically perceived usefulness and perceived ease of use—had a significant influence on the intention to use mobile banking services at the 0.01 level. These results underscore the importance of building trust and promoting technology acceptance to enhance customers' intention to adopt electronic services through mobile banking.

Keywords: Trust, Technology Acceptance, Intention, Mobile Banking, Commercial Banks

บทนำ

ในปัจจุบันนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทยถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และบทบาทของเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงชีวิตของผู้คนและองค์กรในทุกอุตสาหกรรมอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน ชีวิตของผู้คนสะดวกสบายมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี ซึ่งหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลอย่างกว้างขวาง คือ เทคโนโลยีทางการเงินที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบการเงิน เทคโนโลยีทางการเงินมีประโยชน์ต่อสาธารณะในแง่ของบริการระบบการชำระเงิน เพื่อดำเนินธุรกรรมทางการเงินได้รวดเร็ว สะดวก และปลอดภัยมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าแม้แต่ธนาคารเองก็ยังไม่รอดจากกระแสของเทคโนโลยีจากเดิมภาพจำของธนาคาร คือ เป็นตัวกลางทางการเงินที่มีสาขาเป็น “ฐานที่มั่น” เพื่อช่วยลูกค้าในการดำเนินการต่างๆ (ปริญา มิ่งสกุล, 2566). แต่จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ธนาคารได้พัฒนารูปแบบในการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีความทันสมัย พร้อมตอบรับกระแสของเทคโนโลยีถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เช่น บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ที่เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่

บริการธนาคารที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน นั่นคือ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) โดยเป็นตัวช่วยรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งสามารถทำได้แบบออนไลน์ เป็นรูปแบบบริการหนึ่งของยุคดิจิทัลที่เป็นสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ซึ่งโมบายแบงก์กิ้งได้ถูกนำมาเชื่อมโยงกับโซเชียลมีเดียต่างๆ เพื่อรองรับระบบการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านแพลตฟอร์มบนโซเชียลมีเดีย (Social Commerce) ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งได้มีการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา Chatbot หรือระบบตอบข้อความอัตโนมัติ ทำให้สามารถสื่อสารทางการค้าได้สะดวกมากขึ้น (อิทธิญา ชนะสงคราม, 2563). นอกจากนี้ โมบายแบงก์กิ้งยังเป็นบริการที่สะดวกสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน และมีความหลากหลายในการให้บริการได้ เช่น การโอนเงิน การจ่าย เชื้อคูปอง การขอยาวการเดินบัญชี เป็นต้น

ในยุคของอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก แต่ความสะดวกสบายเหล่านี้ เป็นอีกหนึ่งช่องทางของเหล่ามิจฉาชีพด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะ

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งที่มีการเชื่อมโยงสู่ภายนอกโดยใช้โครงข่ายสาธารณะ จึงมีความเสี่ยงจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ (Cyber Threats) (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557). ไม่ว่าจะเป็นการที่มิจฉาชีพหลอกให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมมัลแวร์ (Malware) ลงในโทรศัพท์มือถือที่สามารถเข้าถึงและควบคุมการทำงานของเครื่องแทนผู้ใช้ ซึ่งภัยคุกคามทางไซเบอร์นี้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อาจก่อให้เกิดความเสียหายและมีผลกระทบต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการค่อนข้างมาก อีกทั้งความไว้วางใจยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ของผู้ใช้บริการ (ศรุตฯ สายบัวต่อ และกนกกาญจน์ เสน่ห์นมหุต, 2562; สุชาวัฒน์ บุญอยู่, ฐาใจ สุภัทรพิศาล, กนกอร บุญมาเกิด, สมใจ บุญทานนท์ และ ธีรณันท์ บุญอยู่, 2565). เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความปลอดภัยและต้องคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค นอกจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อความไว้วางใจ เช่น ปัญหาแอปพลิเคชันของธนาคารล่ม หรือใช้การไม่ได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงรอยต่อสิ้นเดือน-ต้นเดือน ซึ่งเป็นช่วงที่มีปริมาณธุรกรรมเกิดขึ้นหนาแน่น ถือเป็นปัญหาที่สร้างความเดือดร้อน และส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการทางการเงินเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในยุคที่ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (ดำรงเกียรติ มาลา, 2565). ดังนั้น โมบายแบงก์กิ้งจำเป็นต้องพัฒนาโมบายแบงก์กิ้งให้ปลอดภัยและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคให้เกิดความไว้วางใจในการตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

นอกจากนี้ ในการทำธุรกรรมโมบายแบงก์กิ้ง เรื่องของการยอมรับเทคโนโลยีและการนำเทคโนโลยีมาใช้ของผู้บริโภคแต่ละคนนั้น เป็นตัวแปรสำคัญต่อความตั้งใจใช้ของผู้บริโภค (มัสลิน ใจคุณ, 2561; สุชาวัฒน์ บุญอยู่ และคณะ, 2565). เนื่องจากพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการกระทำหรือพฤติกรรมที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ระบบสารสนเทศ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ระบบ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติในแง่ของความง่ายในการใช้งานที่ดี ผู้บริโภคก็จะเชื่อว่าการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายาม เช่น มีความชัดเจน ง่ายต่อการใช้งาน ติดตั้งง่าย ใช้งานได้สะดวก รองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน เป็นต้น และในแง่ของประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ ผู้บริโภคจะพบถึงข้อได้เปรียบด้านประสิทธิภาพที่เกิด

จากการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภค เช่น มีความสะดวกมากกว่าช่องทางอื่น การประหยัดเวลา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และมีฟังก์ชันที่หลากหลายในการใช้งาน ทำให้ประสบการณ์ในการทำธุรกรรมทางการเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวได้ว่าการยอมรับเทคโนโลยีจะขึ้นอยู่กับผู้บริโภคว่ามีทัศนคติอย่างไรกับการใช้บางสิ่งบางอย่าง ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมที่หลากหลายและจะมีพฤติกรรมที่สนับสนุนระบบสารสนเทศหากมีทัศนคติที่ดีต่อระบบสารสนเทศ (Davis, 1989).

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยส่วนใหญ่เก็บข้อมูลกระจายทั่วไปโดยไม่ได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตาม เจเนอเรชัน (Generation) ผู้วิจัยจึงออกแบบงานวิจัยโดยทำการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ Generation X อายุระหว่าง 20-25 ปี Generation Y อายุระหว่าง 26-43 ปี Generation Z อายุระหว่าง 44-58 ปี จำนวนกลุ่มละเท่าๆ กัน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีอคติ และในงานวิจัยครั้งนี้สนใจศึกษาเก็บข้อมูลในจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นหนึ่งในจังหวัดใหญ่ของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีขนาดพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศ และมีประชากรมากเป็นอันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร (สำนักงานแรงงานจังหวัดนครราชสีมา, 2567). และมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ภาคอุตสาหกรรม ภาคการเกษตร และการค้า จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ (ศรีเอทเดอร์, 2564). รวมถึงเป็นจังหวัดที่มีธนาคารหลากหลาย ดังนั้น จังหวัดนครราชสีมาจึงเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านกลุ่มอาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา พฤติกรรม ส่งผลให้การศึกษาที่มีความแม่นยำ และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษางานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา เพื่อที่จะทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งทั้งในด้านของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยี รวมถึงนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำงานทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาดและ

การบริการของธุรกิจให้ตรงกับที่ผู้บริโภคต้องการ ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์กับกลุ่มผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ เช่น วิศวกร นักเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในการนำข้อมูลไปประกอบการวิจัยพัฒนาซอฟต์แวร์ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงินได้ และประโยชน์กับบุคคลทั่วไป ในการใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงิน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจ

McAllister. (1995). ได้ศึกษาปัจจัยความไว้วางใจบนพื้นฐานของการรับรู้ (Cognition-based Trust Antecedents) จากการสังเกตการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคกับผู้ขายและการซื้อของทางอินเทอร์เน็ตโดยทั่วไป ซึ่งมีส่วนที่สำคัญซึ่งการศึกษาของ Kim, Ferrin and Rao. (2008). ได้ให้รายละเอียด ดังนี้

1. การรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย (Perceived Security) เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ขายทางอินเทอร์เน็ตที่ผู้ขายจะปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัย เช่น การพิสูจน์ตัวตน ความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ความถูกต้องของข้อมูล การเข้ารหัส และการที่ผู้บริโภครับรู้ถึงการป้องกันความปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์ โดยขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคเข้าใจระดับมาตรการความปลอดภัยที่ผู้ขายใช้อย่างชัดเจนเพียงใด เมื่อผู้บริโภคพบคุณสมบัติด้านความปลอดภัย เช่น นโยบายความปลอดภัย การคุ้มครองด้านกฎหมายและเทคโนโลยี ความรับผิดชอบด้านความปลอดภัย เป็นต้น และกลไกการป้องกัน เช่น การเข้ารหัสใช้งาน การยืนยันตัวตน เป็นต้น ผู้บริโภคสามารถรับรู้และตระหนักถึงความตั้งใจของผู้ขายที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยระหว่างการทำธุรกรรมออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้

บริโภคตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการคุ้มครองความปลอดภัยจึงเพิ่มความไว้วางใจของผู้บริโภคที่มีต่อผู้จำหน่าย และยังช่วยลดความเสี่ยงของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมให้เสร็จสิ้นอีกด้วย

2. การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว (Perceived Privacy) เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่ผู้ขายทางอินเทอร์เน็ตจะพยายามปกป้องข้อมูลที่เป็นความลับของผู้บริโภคที่รวบรวมระหว่างการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์จากการใช้หรือไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภค ดังนั้น สำหรับผู้บริโภคออนไลน์ส่วนใหญ่ การสูญเสียความเป็นส่วนตัวและการปกป้องข้อมูลการทำธุรกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญ ความกังวลของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นเหล่านี้ทำให้ผู้ขายต้องใช้มาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัวเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและส่งเสริมการทำธุรกรรมออนไลน์

3. คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) การรับรู้ทั่วไปของผู้บริโภคเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และการทำธุรกรรม รวมถึงการยืนยันความถูกต้องหลังการทำธุรกรรม และเป็นที่ทราบกันดีว่าข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมีความหลากหลายในด้านคุณภาพ ตั้งแต่ข้อมูลที่มีความถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้สูง ไปจนถึงไม่ถูกต้องและไม่น่าเชื่อถือ หรือข้อมูลที่จงใจทำให้เข้าใจผิด นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องยากมากที่จะบอกว่าข้อมูลในเว็บไซต์มีการอัปเดตบ่อยเพียงใด และข้อเท็จจริงได้รับการตรวจสอบหรือไม่ ดังนั้น ผู้มีโอกาสเป็นผู้ซื้อบนอินเทอร์เน็ตจึงมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของข้อมูลบนเว็บไซต์เป็นอย่างยิ่ง กล่าวคือในขอบเขตที่ผู้บริโภครับรู้เว็บไซต์นำเสนอข้อมูลที่มีคุณภาพ พวกเขามักจะมีความมั่นใจว่าผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ และจะมองว่าผู้ขายมีความน่าเชื่อถือ

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้วัดความไว้วางใจในภาพรวม โดยในงานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีของ McAllister. (1995). บุรณาการกับ Kim et al. (2008). ในการศึกษาความไว้วางใจ โดยงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาความไว้วางใจในระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมผ่านการเชื่อมโยงสัญญาณนอกโดยใช้โครงข่ายสาธารณะ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงจำเป็นต้องการความไว้วางใจที่เหมาะสมกับบริบทของระบบที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และความถูกต้องของข้อมูล

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี

เมื่อมีการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้น จึงนำไปสู่การพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ซึ่งแนวคิดของการสร้างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเกิดขึ้นในช่วงกลางคริสต์ศักราช 1980 เพื่อนำมาใช้คาดการณ์การยอมรับ หรือการปฏิเสธของผู้ใช้ในการใช้เทคโนโลยี โดย Davis. (1989). ได้เสนอใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในการศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับในการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี โดยเป็นการปรับแต่งเพิ่มเติมต่อจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล และทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนี้ ระบุว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบไปด้วย ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using) และส่งผลไปยังพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to use) จากนั้นจึงเกิดการใช้งานจริง (Actual System Use)

นอกจากนี้ Davis and Venkatesh. (1996). ได้พัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีหลังจากที่พบว่าทั้งการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนั้นมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจ โดยกำจัดความจำเป็นของตัวแปรทัศนคติต่อการใช้งานออก ดังภาพที่ 1 โดยตามทฤษฎีแล้วแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่มีอิทธิพลมากที่สุดในระบบสารสนเทศ อีกทั้งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในแง่ความน่าเชื่อถือและความสมเหตุสมผล นอกจากนี้มีผู้นำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้ในการคาดการณ์การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างแพร่หลาย (ปราโมทย์ ลือนาม, 2554). ซึ่งจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมตามจริง ความเชื่อ ทัศนคติ ความตั้งใจ โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุด 2 ปัจจัยดังนี้

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ เป็นการรับรู้ถึงประโยชน์เป็นความรู้สึกโดยสัญชาตญาณของผู้บริโภคเมื่อพบข้อได้เปรียบด้านประสิทธิภาพ

ที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และสื่อที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งจะค่อยๆ กลายเป็น การรับรู้ประสบการณ์เชิงบวก (Min, So and Jeong, 2019). และการรับรู้ถึงประโยชน์ ที่สร้างขึ้นเป็นการแสดงออกถึงจำนวนที่บุคคลพิจารณาว่าเทคโนโลยีสามารถ ปรับปรุงประสิทธิภาพประสิทธิผลในงานที่กำหนด (Davis, 1989).

2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน เป็นการรับรู้ว่าใช้งานง่าย ถูกกำหนด ให้เป็นขอบเขตที่บุคคลเชื่อว่าสามารถใช้เทคโนโลยีและสื่อที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ได้อย่างอิสระ (Min et al., 2019). โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากบุคคลตระหนักว่า ไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายาม หรือค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้เพิ่มเติมในกระบวนการ ใช้เทคโนโลยีและสื่อที่เป็นนวัตกรรม การรับรู้ถึงประโยชน์และฟังก์ชันของแต่ละบุคคล จะดีขึ้น (Manis and Choi, 2019).

โดยในงานวิจัยฉบับนี้ใช้ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ของ Davis and Venkatesh. (1996). ในการศึกษาองค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการ ใช้งาน โดยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีนี้ เป็นทฤษฎีที่นิยมใช้ในการอธิบาย พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลอย่างแพร่หลาย (ปราโมทย์ ลีอนาม, 2554).

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจใช้

ความตั้งใจใช้ (Intention to Use) หมายถึง ความพร้อมหรือ ความเป็นไปได้ของบุคคลในการแสดงพฤติกรรมของการใช้งาน จากการศึกษา ความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้นๆ ความตั้งใจเป็นปัจจัยกระตุ้นที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรม และเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลมีความพยายามมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ด้วยความยินดีและเต็มใจ รวมถึงมีการแนะนำบุคคลอื่น ให้มาใช้บริการ (Fishbein and Ajzen, 2010). และความตั้งใจใช้เป็นสิ่งที่แสดง ให้เห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมที่จะใช้บางสิ่งบางอย่างต่อไปในอนาคต และความตั้งใจ ใช้เป็นตัวแปรสำคัญในการทำนายพฤติกรรมการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค ในอนาคต (Keller, 2001). ซึ่งความตั้งใจในการใช้งานนั้นความเป็นไปได้ อย่างรอบคอบของผู้บริโภคที่จะใช้บางสิ่งๆที่เฉพาะเจาะจงในช่วงเวลาหนึ่ง

(Dimitriadis and Kyrezis, 2010). ภายใต้สภาวะที่มีการควบคุมเป็นอย่างดี ความตั้งใจใช้และพฤติกรรมที่แสดงถึงการใช้อย่างนั้น มีความความสัมพันธ์ระหว่างกันที่สูงมาก และมีความตั้งใจใช้ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้อย่างมีนัยสำคัญ และเห็นได้ชัดว่าพฤติกรรมการใช้ที่แสดงออกมีโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงตามระดับความตั้งใจ (Fishbein and Ajzen, 1974). นอกจากนี้ ความตั้งใจใช้เป็นตัวแปรที่สามารถคาดการณ์พฤติกรรมการใช้งานจริงได้ และยังมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความตั้งใจใช้เป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดประสิทธิภาพในการใช้งาน กล่าวคือถ้ามีความตั้งใจใช้งานก็จะสามารถใช้งานทรัพยากรนั้นๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ (Tao, 2009).

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดความตั้งใจใช้จากทั้งทฤษฎีของ Fishbein and Ajzen. (2010). และนักวิจัยท่านอื่นๆ ในการวัดความตั้งใจใช้ของงานวิจัยฉบับนี้โดยความตั้งใจใช้ คือ ความเป็นไปได้ที่รอบคอบของผู้บริโภคที่จะใช้บางสิ่งโดยเฉพาะเจาะจงในช่วงเวลาหนึ่ง และก่อให้เกิดพฤติกรรมของการใช้งานไม่ว่าจะเป็นความตั้งใจที่จะใช้งานเป็นประจำในอนาคต มีความตั้งใจที่จะแนะนำให้กับผู้อื่น มีแนวโน้มจะใช้งานมากขึ้น และมีความพอใจในการใช้งาน รวมถึงความตั้งใจใช้เป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลมีความพยายามมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ด้วยความยินดีและความเต็มใจ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการศึกษา ซึ่งสามารถพัฒนากรอบแนวคิด โดยกำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 2

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมาที่มีอายุตั้งแต่ 20-58 ปี เนื่องจากผู้ใช้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปนั้นบรรลุนิติภาวะแล้ว ไม่ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลช่วยเหลือของผู้แทนโดยชอบธรรม (มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 2563). สามารถเปิดบัญชีธนาคารด้วยตัวเองได้โดยไม่จำเป็นต้องได้รับการยินยอมจากผู้ปกครอง และสามารถสมัครใช้บริการการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือได้ด้วยตนเอง และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เคยใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมาที่มีอายุตั้งแต่ 20-58 ปี โดยใช้สูตรในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Roscoe. (1969). ซึ่งทางผู้วิจัยได้ทำการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 5 เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 405 ตัวอย่าง และในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้ที่เต็มใจให้ข้อมูล โดยเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้ที่มีอายุตั้งแต่ 20-58 ปี และเคยใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งทำการแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) อายุระหว่าง 20-25 ปี เจนเนอเรชันวาย (Generation Y) อายุระหว่าง 26-43 ปี เจนเนอเรชันแซด (Generation Z) อายุระหว่าง 44-58 ปี จำนวนกลุ่มละ 135 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีอคติ และลดความคลาดเคลื่อนอย่างเป็นระบบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำเสนอแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ ถึง 15 มีนาคม พ.ศ.2567 โดยแบบสอบถามที่ใช้แบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions) โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) โดยเลือกเพียง 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจ โดยประยุกต์และพัฒนาแบบสอบถามตามแนวคิดการวิจัย ซึ่งปรับปรุงมาจาก ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563); พิมพิศา สุริยมงคล. (2562). และ Kanaana, AL-Hawamleh, Abulfaraj, Al-Kaseasbeh, and Alorfi (2023).

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยประยุกต์และพัฒนาแบบสอบถามตามแนวคิดการวิจัย ซึ่งปรับปรุงมาจาก ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). และอรรณ นียมมั่งมี. (2562).

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้ โดยประยุกต์และพัฒนาแบบสอบถามตามแนวคิดการวิจัย ซึ่งปรับปรุงมาจาก ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). และอรรณ นียมมั่งมี. (2562).

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงความคิดเห็นเพื่อให้ผู้วิจัยได้นำไปปรับปรุงแก้ไข โดยแบบสอบถามในส่วนนี้มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 4 เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) เกณฑ์การประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยผู้วิจัยแบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับ คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน โดยแปลความหมายข้อมูลจากมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยจำแนกเป็นแต่ละช่วง ได้แก่ ระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด ถึง ระดับที่เห็นด้วยน้อยที่สุด ตามลำดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา และความเข้าใจในข้อคำถาม ซึ่งใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง

ข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.33 - 1.00 โดยผู้วิจัยนำข้อคำถามมาปรับปรุงให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และตัดข้อคำถามนั้นออกจากแบบสอบถามกรณีที่ข้อคำถามมีค่า IOC น้อยกว่า 0.50 และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคมีค่าอยู่ระหว่าง 0.762 - 0.897 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงงานวิจัยฉบับนี้ได้รับการรับรองการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ รหัสโครงการ (Project Code): HEC-01-66-007 จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์มี 2 ประเภท ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบาย บรรยาย และสรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาที่เก็บรวบรวมมา โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้ซึ่งใช้ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานจำเป็นต้องทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรต่างๆ ตามข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์ก่อน ได้แก่ ข้อตกลงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ และข้อตกลงเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรอิสระ เพื่อตรวจสอบการเกิดภาวะตัวแปรอิสระซ้ำซ้อน (Multicollinearity) โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) ที่ใช้ในการวัดความสัมพันธ์ และการตรวจสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอย และค่าสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์

การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธีการแบบ Enter เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา

ผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติของการวิจัย โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 โดยมีอายุระหว่าง 20-25 ปี 26-43 ปี 44-58 ปี จำนวนเท่าๆ กันทุกกลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 ในส่วนของอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.37 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 37.78

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา จากตารางที่ 1 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์

ไทยในเขตนครราชสีมาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.693) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.640) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.731) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.661) ตามลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.727)

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สำหรับการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่อตัวแปรอิสระ ซึ่งตัวแปรไม่ควรมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงเกินไป โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance ในการตรวจสอบ ซึ่งตัวแปรความไว้วางใจและตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมานี้ ได้ทำการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น โดยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังตารางที่ 2 พบว่า เมื่อพิจารณาค่า VIF และค่า Tolerance พบว่า VIF มีค่าระหว่าง 1.519 ถึง 2.297 และค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.435 ถึง 0.658 โดยถ้าค่า VIF ที่ได้มีค่าเกิน 10 จะทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010). และถ้าหากค่า Tolerance ของตัวแปร เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันมาก เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งค่า Tolerance ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.1 (Hair et al., 2010). รวมถึงเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษานี้ มีค่า 0.496, 0.570, 0.708 ซึ่งตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ปานกลาง สูง ตามลำดับ และพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมีค่า 0.480, 0.677, 0.677 ซึ่งตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ปานกลาง ตามลำดับ โดยถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันที่ได้สูงกว่า 0.80 จะทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2559). ดังนั้น แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นตัวแปรที่อิสระจากกัน ซึ่งถือว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นจึงนำตัวแปรดังกล่าวทั้งหมดไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในลำดับถัดไป

เมื่อพิจารณาผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ จากตารางที่ 3 สามารถสร้างสมการถดถอยของตัวแปรความไว้วางใจ (X_1) และตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (X_{21}) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (X_{22}) ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา และสามารถนำมาแทนค่าในสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.088 * X_1 + 0.380 * X_{21} + 0.357 * X_{22}$$

โดยที่ $\hat{Y}$ = ความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา

X_1 = ความไว้วางใจ

X_{21} = การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้

X_{22} = การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (X_{21}) มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา มากที่สุด ($\beta = 0.380$, P-value < 0.01) รองลงมาคือ ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (X_{22}) มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา ($\beta = 0.357$, P-value < 0.01) และตัวแปรความไว้วางใจ (X_1) มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทย

ในเขตนครราชสีมา ($\beta = 0.088$, $P\text{-value} < 0.05$) ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรความไว้วางใจ (X_1) และตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (X_{21}) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (X_{22}) มีความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา ร้อยละ 53.8 (Adjusted $R^2=0.538$) ซึ่งสามารถตอบสนองมติฐานการวิจัยได้ว่า ความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา จึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานการวิจัย

สรุป และอภิปรายผล

การศึกษาผลกระทบของความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยโดยเรียงตามลำดับของผลกระทบได้ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมามากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา รู้สึกว่าระบบโมบายแบงก์กิ้งมีบริการที่หลากหลาย เช่น บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี บริการโอนเงิน บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่างๆ ชื้อ/ขายกองทุน เป็นต้น การทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้ง มีความสะดวกมากกว่าการใช้บริการช่องทางอื่นๆ และการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้งช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ เช่น ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์มและเอกสารในการทำธุรกรรม รวมถึงการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้งนั้น ช่วยให้ผู้ใช้งานทำธุรกรรมทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงพร รัตสินทร. (2562). ได้ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลกระทบต่อความตั้งใจ

ให้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และ ผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของอรรณ นิมมั่งมี. (2562). ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจให้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย โดยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลต่อความตั้งใจให้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Denaputri and Usman. (2020). ได้ทำการวิจัย เรื่อง ผลกระทบของความความไว้วางใจ การรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานต่อ ความตั้งใจของลูกค้าที่จะใช้การชำระเงินผ่านมือถือ โดยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับ เทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ผลกระทบต่อความตั้งใจของลูกค้าที่จะใช้ การชำระเงินผ่านมือถือ

การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลกระทบต่อความตั้งใจให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ ไทยในเขตนครราชสีมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบาย แบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา รู้สึกว่าสามารถดาวน์โหลด โมบายแบงก์กิ้ง และติดตั้งเพื่อใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว การใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา การออกแบบระบบโมบายแบงก์กิ้งมีการออกแบบระบบ ที่เข้าใจง่ายในการใช้งาน สำหรับผู้ใช้งานทุกกลุ่ม และจากประสบการณ์การให้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง ทำให้ผู้ใช้งานเห็นว่าสามารถเรียนรู้การใช้งานได้เข้าใจง่ายด้วยตนเอง เช่น คู่มือการลงทะเบียนและใช้งาน แจ้งวิธีและขั้นตอนในการทำธุรกรรม เป็นต้น รวมถึงผู้ใช้งานเห็นว่าการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้งนั้น มีขั้นตอนการใช้งาน ที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยปญุช พลเยี่ยม และชลิตา ศรีนวล. (2561). ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความตั้งใจให้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลกระทบต่อระดับความตั้งใจให้บริการทางการเงิน ผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และผลการศึกษาในครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวนิดา ประวันจะ และนิภา นิรุตติกุล. (2564). ได้ทำ การวิจัยเรื่อง การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความตั้งใจให้บริการโมบาย

แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียว โดยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลกระทบต่อการตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียวในเชิงบวก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jameel and Kareem. (2022). ได้ทำการวิจัยเรื่องการรับรู้ความไว้วางใจและความเพ็ดเลินในการทำนายพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้ระบบการชำระเงินผ่านมือถือ โดยชี้ให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้การชำระเงินผ่านมือถือ

ความไว้วางใจมีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา รู้สึกเชื่อมั่นว่าโมบายแบงก์กิ้งสามารถเรียกใช้งานและทำธุรกรรมการเงินได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก และมีการยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ เช่น การแจ้ง SMS การแจ้ง E-Slip เป็นต้น รวมถึงมีการยืนยันตัวตนเสมอทุกครั้งก่อนการเข้าใช้งาน และให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สม่่าเสมอในการให้บริการทุกครั้ง นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังรู้สึกว่าโมบายแบงก์กิ้งมีคุณสมบัติด้านความปลอดภัย ในการปกป้องข้อมูลของผู้ใช้จากการเข้าถึงโดยไม่ได้รับอนุญาตจากบุคคลที่สาม เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลทางการเงินของผู้ที่ใช้บริการ เช่น ข้อมูลบัญชีเงินฝาก ข้อมูลบัตรเครดิตและบัตรเดบิต ข้อมูลสินเชื่อและหลักประกัน ข้อมูลการลงทุน เป็นต้น และเป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลที่ใช้การยืนยันตัวตนของผู้ที่ใช้บริการ เช่น ภาพถ่ายบัตรประจำตัวประชาชนของท่าน ลายมือชื่อ ข้อมูลการจดจำใบหน้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยนุช พลະເຍື່ມ และชลิตา ศรีนวล. (2561). ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยความไว้วางใจของผู้บริโภค มีผลกระทบต่อระดับความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ และผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาร์ตน์ บุญอยู่ และคณะ. (2565). ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจ

ใช้ระบบการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ให้เห็นว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ด นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yanto et al. (2021). ได้ทำการวิจัยเรื่องความเกี่ยวข้องของความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยใช้ให้เห็นว่าปัจจัยความไว้วางใจของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของลูกค้าในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาครั้งนี้ได้พบว่า ความไว้วางใจและการยอมรับเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการของธุรกิจให้ตรงกับที่ผู้บริโภคต้องการ รวมถึงสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอสินค้า กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ สร้างความเชื่อมั่น ในการทำธุรกรรม และนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภค จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษานี้พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา ดังนั้น ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรพัฒนาระบบแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักข้อได้เปรียบด้านประสิทธิภาพที่เกิดจากการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภค เช่น มีความสะดวกมากกว่าช่องทางอื่น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม และมีฟังก์ชันที่หลากหลายในการใช้งาน ทำให้ประสบการณ์ในการทำธุรกรรมทางการเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เช่น ควรเปิดโอกาสให้สนับสนุนส่งเสริมบุคลากร เช่น การเพิ่มพูนทักษะ โดยเพิ่มโอกาสในการเพิ่มทักษะใหม่ๆ โดยการฝึกอบรม การสัมมนา การศึกษาต่อ และการปรับปรุงระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การทำ Brainstorm

ซึ่งเป็นการระดมสมองร่วมกันเป็นกลุ่ม เปิดกว้างทางความคิดอย่างอิสระ เพื่อให้เกิด
ชุดความคิดใหม่ๆ นำไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาต่อไป รวมถึง
การประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ในการใช้โมบายแบงก์กิ้งที่ทำให้หลากหลายรูปแบบ
ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น บทความหน้าเว็บไซต์ธนาคาร การโฆษณา
ผ่านจอ LED เป็นต้น หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ ป้ายโรลอัพ เป็นต้น

2. จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึง
ความง่ายในการใช้งาน มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์
ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา ดังนั้น ผู้ให้บริการ
โมบายแบงก์กิ้งควรออกนโยบายในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้งาน เพื่อให้
ผู้บริโภคมีทัศนคติในแง่ของความง่ายในการใช้งานที่ดี ผู้บริโภคก็จะเชื่อว่
การใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายาม
เช่น มีความชัดเจน ง่ายต่อการใช้งาน ติดตั้งง่าย ใช้งานได้สะดวก รองรับการใช้งาน
ได้หลากหลายอุปกรณ์ มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน เป็นต้น โดยสามารถประชาสัมพันธ์
ได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น บทความหน้าเว็บไซต์
ธนาคาร การโฆษณาผ่านจอ LED เป็นต้น หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ
ป้ายโรลอัพ เป็นต้น และการประชาสัมพันธ์โดยตรง โดยการให้พนักงานสื่อสาร
เกี่ยวกับความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งกับผู้ใช้โดยตรง ซึ่งมีการอบรม
พนักงานในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและไปให้ทิศทางเดียวกัน

3. จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ความไว้วางใจมีผลกระทบต่อความตั้งใจ
ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขต
นครราชสีมา ดังนั้น ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัย
มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ปลอดภัยและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคให้เกิดความไว้วางใจ
ในการตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยการจัดสรรทรัพยากรให้กับทีมพัฒนา
ระบบแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยการ
ส่งบุคลากรไปอบรมเพิ่มพูนทักษะที่มีอยู่ให้เข้มข้นขึ้น หรือพัฒนาทักษะใหม่ๆ
เพิ่มเติม ให้ทันสมัยและเท่าทันโลกอยู่ตลอด และจัดสรรงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์
ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาด้านความปลอดภัยให้มีความทันสมัย เช่น
ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ เป็นต้น ซึ่งในการจัดสรรทรัพยากรด้านต่างๆ ต้องสำรวจถึง

ข้อเท็จจริงว่าทักษะ วัสดุอุปกรณ์ หรือทรัพยากรไหนที่จำเป็นและเร่งด่วนที่สุดสำหรับพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตอื่นๆ เพิ่มเติม เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะในเขตนครราชสีมาเท่านั้น ซึ่งเมื่อทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่ขึ้น หรือทำในพื้นที่ต้องการศึกษาพื้นที่อื่น ทำให้ได้ผลการวิจัยที่แตกต่างออกไป มีความละเอียดและเฉพาะเจาะจงใกล้เคียงความต้องการได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาตัวแปร ทฤษฎี หรือแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์อื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโมบายแบงก์กิ้ง

3. ควรทำวิจัยแบบผสมผสาน โดยนำวิธีวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาใช้ในการวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่รอบคอบรัดกุม เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการเก็บข้อมูลได้เชิงลึกมากกว่าเชิงปริมาณ เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม เป็นต้น เพื่อให้ได้คำตอบที่การวิจัยเพียงวิธีเดียวไม่สามารถตอบได้อย่างครอบคลุม

เอกสารอ้างอิง

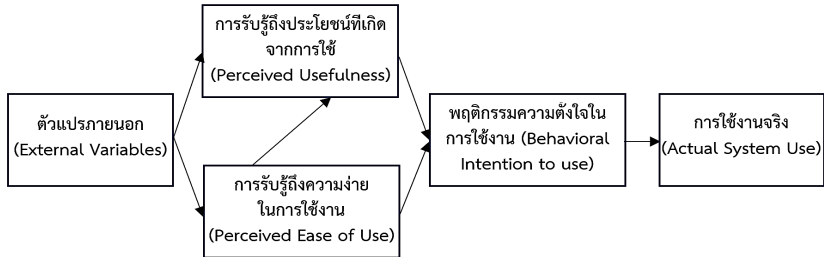
- ศรีเอทเดอร์. (2564). **จำนวนประชากร**. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://baanbaan.co/story/โคราชดียังไงทำไมถึงน่าอยู่>
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2559). **การใช้ IBM SPSS Statistics เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล**. ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2567, จาก <https://sornorpoom.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/06/e0b8a3e0b8a7e-0b8a1spss.pdf>
- ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ดวงพร รัตสินทร. (2562). การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดำรงเกียรติ มลาลา. (2565). เปิดสถิติ 9 เดือนแรกปี 65 ธนาคาร ไนครองแชมป์แอปล่มมากที่สุด. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://the-standard.co/mobile-internet-banking-most-crash-bank/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). แนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการควบคุมความเสี่ยงของระบบงานเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนธุรกิจหลัก (IT Best Practices) Phase 2. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2567, จาก https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/PruReg_HB/Risk-Mgt_Manual/Documents/IT_BestPractices-PhaseII.pdf
- ปราโมทย์ ลือนาม. (2554). แนวความคิดและวิวัฒนาการของแบบจำลองการยอมรับการใช้เทคโนโลยี. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 9(2), 9-17.
- ปริญญา มิ่งสกุล. (2566). แนวโน้มเทคโนโลยีในภาคธนาคาร ปี 2023. ค้นเมื่อ 18 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/tech-trend-2023>
- ปิยนุช พละเยี่ยม และชลิตา ศรีนวล. (2561). ความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 10(3), 154-163.
- พิมพ์ศรา สุริยมงคล. (2562). ปัจจัยความเชื่อมั่นและความพึงพอใจที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. (2563). กฎหมายลักษณะบุคคล. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2567, จาก <https://dla.wu.ac.th/th/archives/3626>
- มัสลิน ใจคุณ. (2561). การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

- วนิดา ประวันจะ และนิภา นิรุตติกุล. (2564). การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายและความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งแอปพลิเคชันของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียว. **วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์**, 16(1), 16-28.
- ศรุตฯ สายบัวต่อ และกนกกาญจน์ เสน่ห์หิมะหุด. (2562). รูปแบบการยอมรับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการสมาร์ตแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพของ Gen X. **วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ**, 10(2), 78-91.
- สำนักงานแรงงานจังหวัดนครราชสีมา. (2567). **รายงานสถานการณ์แรงงานและดัชนีชี้วัดภาวะแรงงานจังหวัดนครราชสีมา**. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2567, จาก <https://nakhonratchasima.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/62/2024/02/ไตรมาส-4-ปี-2566-รายงานสถานการณ์แรงงานจังหวัดนครราชสีมา-4.pdf>
- สุชารัตน์ บุญอยู่, ชูใจ สุภัทรพิศาล, กนกอร บุญมาเกิด, สมใจ บุญทานนท์ และธัญนันท์ บุญอยู่. (2565). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้ระบบการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. **วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ**, 5(1), 45-56.
- อชิรญา ชนะสงคราม. (2563). **Mobile Banking ระบบทางการเงินรูปแบบใหม่ ง่ายกว่าเดิม**. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.scimath.org/article-technology/item/11466-mobile-banking>
- อรวรรณ นิยมมั่งมี. (2562). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceives ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS Quarterly**, 13(3), 319-340.
- _____. and Venkatesh, V. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: development and test. **Decision Science**, 27(3), 451-481.

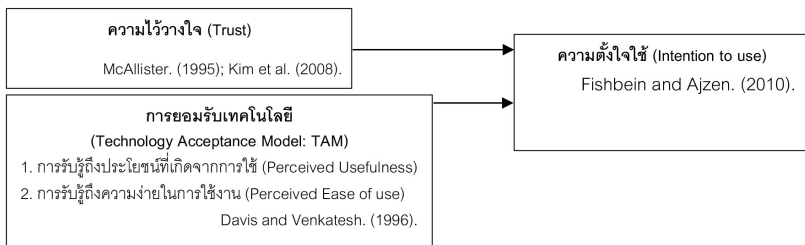
- Denaputri, A. and Usman, O. (2020). Effect of Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Customers' Intention to Use Mobile Payment. **International Journal of Data and Network Science**, 6(3), 861–874.
- Dimitriadis, S. and Kyrezis, N. (2010). Linking trust to use intention for technology-enabled bank channels: the role of trusting intentions. **Psychology & Marketing**, 27(8), 799-820.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1974). Factors influencing intentions and the intention-behavior relation. **Human Relations**, 27(1), 1-15.
- _____. and Ajzen, I. (2010). **Predicting and changing behavior: the reasoned action approach**. New York: Psychology Press.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis**. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Jameel, A. S. and Kareem, M. A. (2022). Perceived Trust and Enjoyment: Predicting Behavioural Intention to use Mobile Payment Systems. **2022 International Conference on Intelligent Technology, System and Service for Internet of Everything (ITSS-IoE)**. (1-6). Yemen: IEEE.
- Kanaana, A., AL-Hawamleh, A., Abulfaraj, A., Al-Kaseasbeh, H. M., and Alorfi, A. (2023). The effect of quality, security and privacy factors on trust and intention to use e-government services. **International Journal of Data and Network Science**, 7, 185-198.
- Keller, K.L. (2001). Building Customer-Based Brand Equity. **Marketing Management**, 10, 14-21.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L. and Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. **Decision support systems**, 44(2), 544-564.

- Manis, K.T. and Choi, D. (2019). The virtual reality hardware acceptance model (VR-HAM): Extending and individuating the technology acceptance model (TAM) for virtual reality Hardware. **Journal of Business Research**, 100, 503-513.
- McAllister, D. J. (1995). Affect and cognitive based trust as foundation for interpersonal cooperation in organizations. **Academy of Management journal**, 38(1), 24-59.
- Min, S., So, K. K. F. and Jeong, M. (2019). Consumer adoption of the Uber mobile application: insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model. **J. Travel Tour. Mark.**, 36(7), 770–783.
- Roscoe, J. T. (1969). **Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences**. New York: Holt Rinehart and Winston, Inc.
- Tao D. (2009). Intention to use and actual use of electronic information resources: further exploring Technology Acceptance Model (TAM). **AMIA Annu Symp Proc**, 2009, 629–633.
- Yanto, R., Yuli, H., Mochamad, S., Swarmilah, H., Fadlil, U., and Fatchur, R. (2021). The Implication of Trust that Influences Customers' Intention to Use Mobile Banking. **The Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 8(1), 353-361.



ภาพที่ 1 รูปแบบความสัมพันธ์ของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี
(Technology Acceptance Model : TAM)

ที่มา Davis and Venkatesh. (1996).



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความคิดเห็นเกี่ยวกับความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านนโยบายแบ่งกึ่งของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตนครราชสีมา

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
ความไว้วางใจ	3.73	0.693	มาก
การยอมรับเทคโนโลยี	4.18	0.640	มาก
- การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้	4.20	0.731	มาก
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	4.17	0.661	มาก
ความตั้งใจใช้	4.24	0.727	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance

ตัวแปร	X_1	X_{21}	X_{22}	Y	VIF	Tolerance
ความไว้วางใจ	X_1	1			1.519	0.658
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้	X_{21}	0.496**	1		2.056	0.486
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	X_{22}	0.570**	0.708**	1	2.297	0.435
ความตั้งใจใช้	Y	0.480**	0.677**	0.677**	1	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	Standardized	t	P-value
	Coefficients		
	Beta		
ค่าคงที่		3.925	0.000**
ความไว้วางใจ (X_1)	0.088	2.109	0.036*
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (X_{21})	0.380	7.839	0.000**
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน(X_{22})	0.357	6.971	0.000**
R=0.736, R^2 =0.541, Adjusted R^2 =0.538, F=157.714			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05