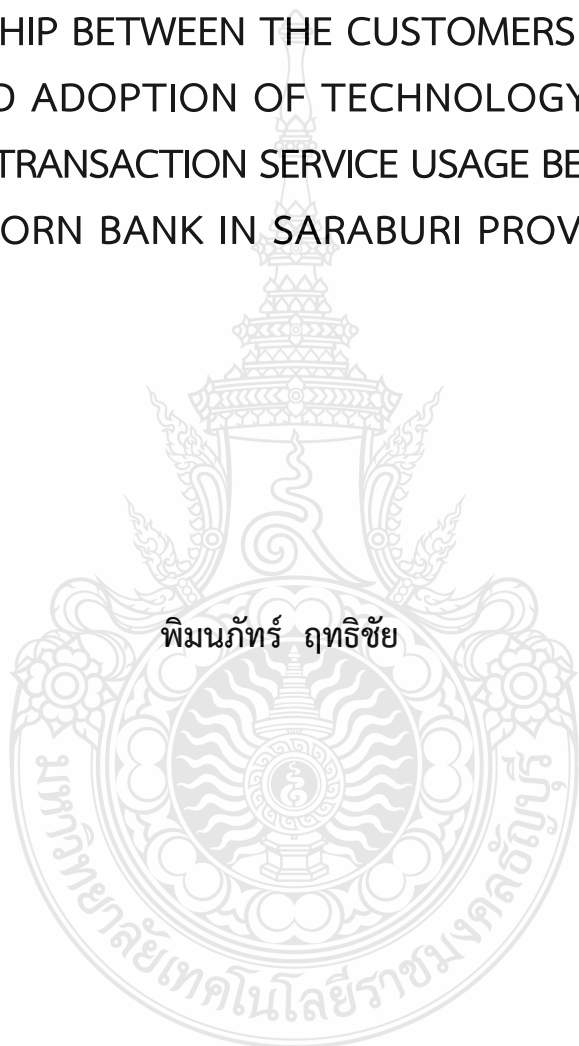


การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับ  
พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า  
ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE CUSTOMERS' PERCEPTIONS  
OF RISKS AND ADOPTION OF TECHNOLOGY AND THEIR  
ELECTRONIC TRANSACTION SERVICE USAGE BEHAVIORS OF  
KASIKORN BANK IN SARABURI PROVINCE



พิมนภัทร์ ฤทธิชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์  
กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า  
ธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

พิมนภัทร์ ฤทธิชัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป  
คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดสระบุรี

The Relationship between the Customers' Perceptions of Risks and Adoption of Technology and Their Electronic Transaction Service Usage Behaviors of Kasikorn Bank in Saraburi Province

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวพิมณภัทร์ ฤทธิชัย

วิชาเอก

การจัดการทั่วไป


อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร คูพิมาย, ประ.ด.

ปีการศึกษา

2563

คณะกรรมการการค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดิศักดิ์ จันทระประภาเลิศ, D.B.A.)

  
..... กรรมการ  
(อาจารย์ธัญวรัตน์ สุวรรณะ, ประ.ด.)

  
..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร คูพิมาย, ประ.ด.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

  
..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถรพี ต้นไช, ประ.ด.)

วันที่ 5 เดือน เมษายน พ.ศ. 2564

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวพิมณภัทร์ ฤทธิชัย
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาพร คูพิมาย, ปร.ด.
ปีการศึกษา	2563

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี 2) การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดสระบุรี 3) การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ทั้ง 9 สาขา ในจังหวัดสระบุรี โดยการใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 343 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบไปด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย Independent Sample t-test, One-way ANOVA และ Pearson Product-Moment Correlation

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 ปี แต่ไม่เกิน 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ผลการทดสอบพบว่า ระดับความคิดเห็นของการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผลการยอมรับการใช้เทคโนโลยี พบว่า ระดับความคิดเห็นของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีโดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด และความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**คำสำคัญ:** การรับรู้ความเสี่ยง การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี พฤติกรรมการใช้บริการ

<b>Independent Study Title</b>	The Relationship between the Customers' Perceptions of Risks and Adoption of Technology and Their Electronic Transaction Service Usage Behaviors of Kasikorn Bank in Saraburi Province
<b>Name - Surname</b>	Miss Pimnaphat Ritthichai
<b>Major Subject</b>	General Management
<b>Independent Study Advisor</b>	Assistant Professor Supaporn Kupimai, Ph.D.
<b>Academic Year</b>	2020

## ABSTRACT

This study aimed to investigate the customer usage behaviors of the electronic transaction service provided by Kasikorn Bank in Saraburi Province on these issues: 1) their personal factors that had influences on their electronic transaction service usage behaviors, 2) the relationship between their perceptions of risks and their electronic transaction service usage behaviors, and 3) the relationship between their adoption of technology and their electronic transaction service usage behaviors.

The population of this study was customers of all nine Kasikorn Bank branches in Saraburi Province. The samples were 343 customers selected by purposive sampling. The instrument for data elicitation was a questionnaire. The descriptive statistics were frequency, percentage, mean, and standard deviation while the inferential statistics for data analysis were independent sample t-test, One-way ANOVA and Pearson Product-Moment Correlation.

The results of this study showed that the majority of the respondents were male, aged between 25 and 35 years old, with a bachelor's degree, employees of private companies, and with average monthly income between 10,001 and 20,000 Baht. The hypothesis testing revealed these findings. Their overall perceptions of risks were at a high level. In addition, the overall relationship between their perceptions of the risks and technology transaction service usage behaviors was at the moderate level and in the same direction at the significance level of 0.01. Lastly, their adoption of technology was the highest level and the overall relationship between the technology adoption and their electronic transaction service usage behaviors was at a moderate level in the same direction at the statistically significance level of 0.01.

**Keywords:** perceptions of risks, adoption of technology, customer behaviors

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยได้รับความกรุณาและความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ จันทระประภาเลิศ ประธานกรรมการ ดร.ธัญรัตน์ สุวรรณกรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาพร คูพิมาย อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษา คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ในการดำเนินการวิจัย รวมถึงปรับปรุงแก้ไข ตรวจสอบข้อบกพร่องต่าง ๆ ให้มีความสมบูรณ์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ทำการศึกษาวิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิท่านอาจารย์ รองศาสตราจารย์ ดร.เนตรพัฒนา ยาวีราช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรากล สุโคตรพรหมมี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์ ที่สละเวลาตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามและให้คำแนะนำในการสร้างเครื่องมือในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา อบรมสั่งสอนและสามารถนำความรู้อันมีค่าออกไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดาและครอบครัว ที่สนับสนุนให้ศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต ขอขอบคุณ พี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเอกการจัดการทั่วไป และเพื่อนร่วมงานทุกท่านที่คอยเป็นกำลังใจและสนับสนุน ให้คำชี้แนะ แนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมถึงผู้ที่มีพระคุณท่านอื่น ๆ ที่มีอาจเอ่ยนามได้ทั้งหมด ผู้ทำการศึกษาวิจัยขอ กราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอบคุณตัวข้าพเจ้าเองที่มีความคิดที่ดีในการพัฒนาตัวเองให้มีความรู้มากยิ่งขึ้น เห็นความสำคัญของการศึกษาที่มีอย่างไม่สิ้นสุด ขอขอบคุณความอดทนจากตัวเองและแรงผลักดันจากบุคคลรอบข้างทุก ๆ คนที่เป็นกำลังใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสำเร็จการศึกษาระดับมหาบัณฑิต

สุดท้ายนี้ ผู้ทำการศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับท่านผู้สนใจ หากการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ขาดตกบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้วิจัยขอกราบขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

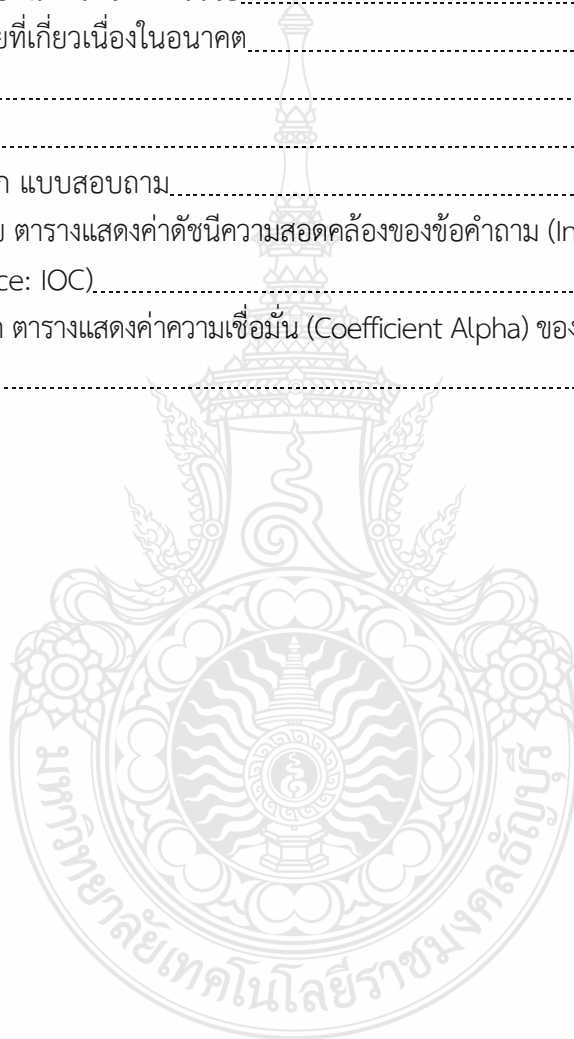
พินนภัทร์ ฤทธิชัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(9)
บทที่ 1 บทนำ.....	10
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	10
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	12
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	12
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	12
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	13
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	15
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง.....	16
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี.....	18
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	20
2.4 ลักษณะสำคัญของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย.....	24
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	33
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	33
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	34
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	37
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	55
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	56
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	58
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	61
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	62
บรรณานุกรม.....	64
ภาคผนวก.....	69
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	70
ภาคผนวก ข ตารางแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item- Objective Congruence: IOC).....	76
ภาคผนวก ค ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่น (Coefficient Alpha) ของแบบสอบถาม.....	79
ประวัติผู้เขียน.....	81





## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขา.....	34
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล แสดงจำนวนเป็น (ความถี่) และค่าร้อยละ.....	40
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง.....	42
ตารางที่ 4.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี.....	45
ตารางที่ 4.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....	47
ตารางที่ 4.5 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....	49
ตารางที่ 4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.....	50
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นรายคู่.....	50
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นรายคู่ (โดยวิธี LSD).....	51
ตารางที่ 4.9 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	52
ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม.....	53
ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม.....	53
ตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม.....	54

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	14
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างองค์กรของ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย.....	26



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันระบบการเงินการธนาคาร กำลังเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่านครั้งสำคัญ การพัฒนาทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีทางการเงิน (Fin Tech) จะสร้างผลกระทบต่อระบบการเงินการธนาคารของไทยและของโลก และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวิถีการดำเนินชีวิต Fin Tech มีที่มาจากคำว่า Financial และ Technology แปลตรงตัวได้ว่าเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเงิน หรือ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจการเงินซึ่งกำลังเข้ามาพลิกโฉมรูปแบบการทำธุรกรรมในภาคส่วนต่าง ๆ ให้ฉีกออกไปจากการทำธุรกรรมแบบเก่า ทั้งการชำระเงินผ่านมือถือ การโอนเงิน (Money Transfer) การกู้ยืมเงิน (Loan) การระดมทุน (Fundraising) และ การจัดการทรัพย์สิน (Asset Management) โดยอาศัยความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ IT การเชื่อมต่อข้อมูลอันมีประสิทธิภาพ การประมวลผลข้อมูลโดยอาศัยข้อมูลจำนวนมาก ๆ ที่เก็บไว้ในดาต้าเซ็นเตอร์รวมถึง แอปพลิเคชันและสมาร์ตโฟนที่พบเห็นได้ทั่วไปในยุคดิจิทัลปัจจุบัน ตัวอย่างทางด้านการเงิน ได้แก่ Application ของธนาคารที่ทำให้สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ บนโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ได้

ธนาคารแห่งประเทศไทยจึงมีเป้าหมายต้องการที่จะส่งเสริมการใช้ FinTech และสนับสนุน การพัฒนานวัตกรรมทางการเงินไปพร้อม ๆ กับการดูแลความเสี่ยงของเทคโนโลยีที่อาจเกิดขึ้น โดยให้ความสำคัญใน 3 มิติ ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ธุรกิจมีต้นทุนที่ถูกลงและสร้างรายได้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นตัวช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงตลาดโลกได้ง่ายขึ้น การสร้างภูมิคุ้มกันลดความเสี่ยงในการดำเนิน ธุรกิจด้วยการสร้างเครื่องมือป้องกันใหม่ ๆ เพื่อลดความเสี่ยงที่คาดไม่ถึง และป้องกันมิฉ้อฉลทางการเงิน การลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีซึ่งการมีเทคโนโลยีทางการเงินใหม่ ๆ จะช่วยแก้ปัญหา ส่วนนี้ได้เพื่อกระจายผลประโยชน์ให้ประชาชนอย่างทั่วถึง

ผลสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยพบว่า ผู้บริโภคคนไทยถือครองหรือใช้สมาร์ตโฟนสูงถึงร้อยละ 89.4 ของจำนวนประชากรที่ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ทั้งหมด ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สมาร์ตโฟนสูงสุดสองอันดับแรก เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 23 - 30 ปี และ 31 - 40 ปี โดยมีสัดส่วนร้อยละ 33.90 และ ร้อยละ 28.70 ของผู้บริโภคที่ใช้สมาร์ตโฟนทั้งหมดตามลำดับ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558 อ้างถึงใน สุรีย์พร เหมือนหลิ่ง, 2558 น. 1) การใช้สมาร์ตโฟนในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นทำให้ธุรกิจธนาคารจำเป็นต้องพัฒนา รูปแบบการบริการแบบใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินให้ง่ายขึ้นด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือที่ เรียกว่า Mobile Financial Service (MFS) อาทิเช่น ช่วยให้การชำระเงินสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ และมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการ เข้าถึงบริการทางการเงิน (Financial Inclusion) ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ สะดวกและรวดเร็วขึ้น เงินในระบบก็มีการเปลี่ยนมือมากขึ้น และจะช่วยส่งผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยรวมในที่สุด (สุรีย์พร เหมือนหลิ่ง, 2558) จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ธุรกรรม การ ชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งนี้

ในปี 2560 มีปริมาณธุรกรรมเพิ่มขึ้นจาก 584.983 ล้านรายการเป็น 1,229.930 ล้านรายการ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 110.25 และมีมูลค่าการใช้บริการเพิ่มขึ้นจาก 5,361 พันล้านบาท เป็น 8,999 พันล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 67.86 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) การเพิ่มขึ้นของปริมาณการใช้ธุรกรรมทางการเงินจึงทำให้นักวิชาการพาณิชย์มุ่งเน้นการพัฒนาการบริการทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นอย่างมาก

เทคโนโลยีทางการเงินจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อการผลักดันระบบเศรษฐกิจทางการเงิน และนโยบายต่าง ๆ ของประเทศส่งผลกระทบต่อสถาบันทางการเงินมีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของระบบสถาบันการเงินไทยและธนาคารพาณิชย์ไทย ธนาคารพาณิชย์จึงนำเทคโนโลยีทางการเงิน (Fin Tech) เข้ามาขับเคลื่อนระบบการเงินยุคใหม่ให้พัฒนารูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยเหมาะกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารนำมาใช้เพิ่มช่องทางในการหารายได้ขยายฐานลูกค้ารายรับส่วนแบ่งทางการตลาด ช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงาน ตอบโจทย์ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกรรมทางการเงินเป็นเรื่องง่ายกว่าการไปธนาคารแบบเดิม ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจและยังเป็นการพัฒนาศักยภาพของธนาคารได้อีกด้วย ซึ่งโจทย์ส่วนใหญ่จะส่งผลดีต่อผู้บริโภคเพื่อให้ได้รับบริการที่รวดเร็ว สะดวก สบาย และมีค่าใช้จ่ายถูกลง ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและมีการแข่งขันกันมากขึ้น

ธนาคารกสิกรไทย เป็นหนึ่งในธนาคารพาณิชย์ที่มีการปรับตัวเพื่อสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการเงิน มีการนำระบบบริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อสนับสนุนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าในการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ว่าธุรกิจจ่ายสะดวกยิ่งขึ้นรับรายงานทันใจเมื่อใช้งานผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยในกลุ่มแรกที่สร้างกระแสการใช้ธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สร้างกระแสสังคมไร้เงินสด เช่น การใช้ QR Code ในการชำระเงินค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตด้วยการตั้งบริษัท กสิกร บิซิเนสเทคโนโลยี กรุ๊ป (Kasikorn Business-Technology Group หรือ KBTG) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานและบริการด้านไอที และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีทางการเงินในตลาดโลกเพื่อให้ประชาชนได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็ว สามารถลดต้นทุนจากการพกพาเงินสด และหันมาใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีค่าบริการถูกกว่า ในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้าก็สามารถลดต้นทุนในส่วนใบกำกับภาษีเอกสารต่าง ๆ ลงได้ เพื่อเสริมให้คนไทยได้ใช้ชีวิตในโลกดิจิทัลอย่างสมบูรณ์แบบ

ขณะที่การพัฒนาเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในระบบธุรกรรมทางการเงินมีการเปลี่ยนแปลงระบบการใช้งานให้มีความสะดวกรวดเร็ว ระบบการให้บริการของธนาคารจึงมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้ใช้งานในปัจจุบัน ทั้งในด้านของการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึง วิธีการใช้งานสะดวกรวดเร็วมากขึ้น จากเดิมที่การใช้บริการทางการเงินจำเป็นต้องใช้บุคคลในการให้บริการเป็นหลัก เปลี่ยนเป็นรูปแบบช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเข้าถึงใช้งานได้ง่ายขึ้นทุกที่ทุกเวลา เมื่อรูปแบบการใช้งานเป็นการติดต่อผ่านช่องทางของระบบอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นเท่าใดผู้ใช้บริการจึงต้องมีความเข้าใจ เกิดความเชื่อมั่นในระบบการให้บริการ และรับรู้ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้งานเหล่านี้ทำให้มีความสัมพันธ์กับรูปแบบพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการต่อการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการ

ใช้งานเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปของธนาคารที่ให้บริการ อันจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินของผู้ใช้บริการและเป็นแนวทางเพื่อให้ธนาคารได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

## 1.3 คำถามของการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

1.3.2 การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

1.3.3 การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร

1.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตพื้นที่การศึกษา คือ ธนาคารกสิกรไทย ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ จังหวัดสระบุรี จำนวนทั้งหมด 9 สาขา (ในปี พ.ศ. 2562-2563) คือ 1. สาขาสระบุรี 2. สาขาถนนสุทนต์ 3. สาขาเทศบาลไค้ดัส 4. สาขาโรบินสัน 5. สาขาหนองแค 6. สาขาหินกอง 7. สาขาพระพุทธบาท 8. สาขาวังม่วง 9. สาขามวกเหล็ก

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ทั้ง 9 สาขา ในจังหวัดสระบุรี คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างถึงพินิตา บุญธรรม, 2559, น. 79) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 343 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.1.2 การรับรู้ความเสี่ยง ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Mckechnie, Winklhofer และ Ennew (2006, อ้างถึงใน สุนันทา หลบภัย, 2558, น. 13) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของการรับรู้ความเสี่ยงไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน 2) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและ 3) ความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

2.1.3 การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี ผู้วิจัยใช้ทฤษฎี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งเป็นแนวคิดของ Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989, อ้างถึงใน เตชาพล สวนสุข, 2560, น. 12) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การรับรู้การใช้งานง่าย (Perceive Ease of Use) 2) การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) 3) ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward use)

2.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ กัลป์ยกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปตตะวานิช (2553, อ้างถึงใน ตริวิฑูถ จันทรจรงค์จิต, 2560, น. 18) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) 2) พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) และ 3) พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ใช้ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ 2562 - เมษายน 2563

## 1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1.5.1 การรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้และการยอมรับของผู้ใช้บริการ ถึงผลกระทบที่เกิดจากการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

1.5.2 การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี คือ ทศนคติของผู้ใช้บริการที่รับรู้ถึงประโยชน์ และ การใช้งานง่ายของระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิดการยอมรับและความตั้งใจที่จะใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยการใช้งานง่าย ประโยชน์จากการใช้งาน และทศนคติที่มีต่อการใช้งาน

1.5.3 พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง กระบวนการคิด การตัดสินใจและเลือกใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วยด้านแปรเปลี่ยนได้ ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านการแลกเปลี่ยน

1.5.4 Internet Banking หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้บริการธนาคารผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต แต่ไม่รวมถึง Mobile Banking ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมผ่านระบบปฏิบัติการที่พัฒนาขึ้นมาสำหรับรองรับอุปกรณ์เคลื่อนที่โดยเฉพาะ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

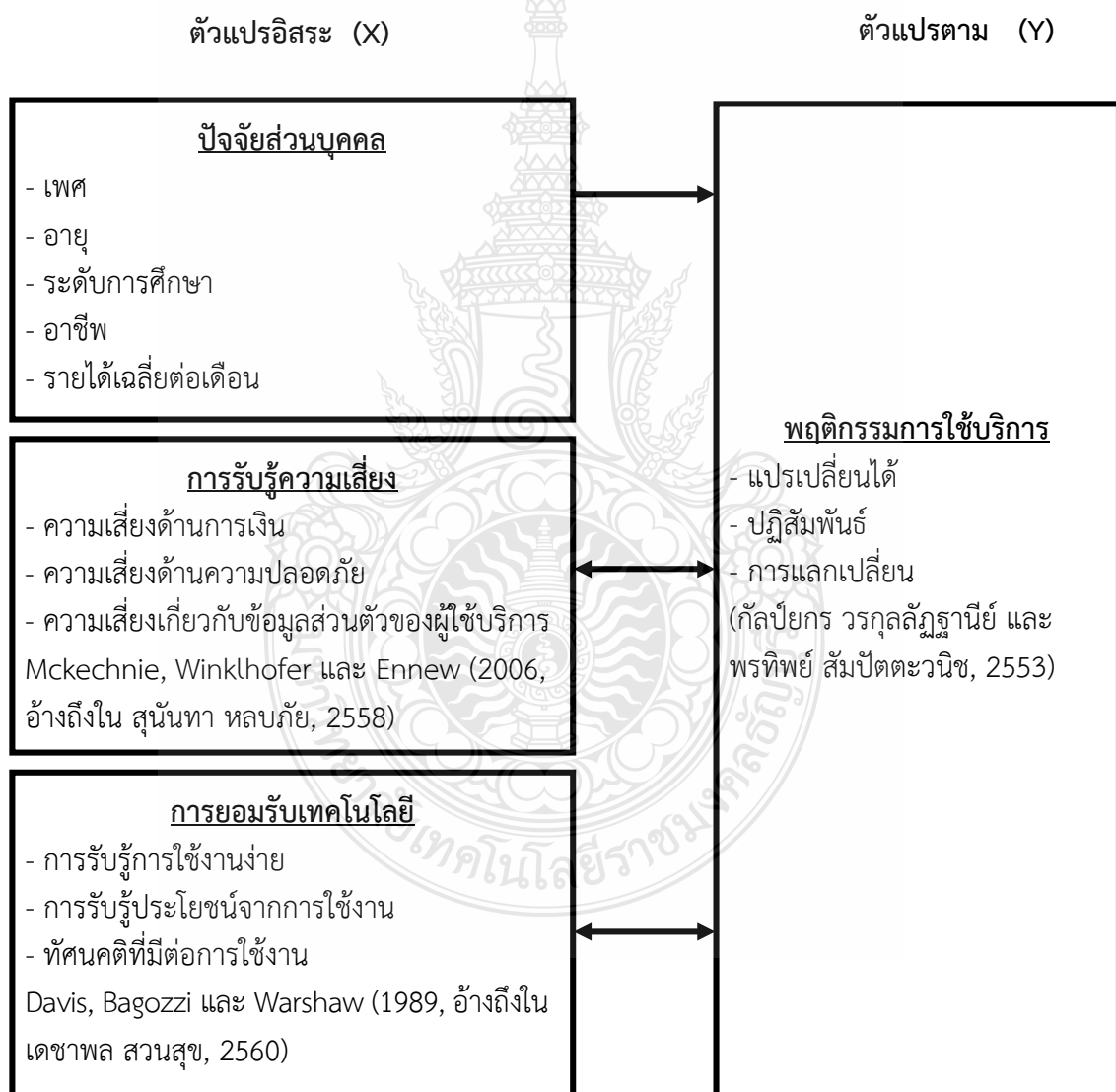
1.5.5 ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่ใช้บริการทางการเงินระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดสระบุรี

1.5.6 ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง กระบวนการทำธุรกรรมทางการเงิน การส่งมอบหรือโอนสื่อการชำระเงิน เพื่อการชำระราคา โดยกระบวนการนี้จะดำเนินการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ระบบสื่อสารทางโทรคมนาคม โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ (ชวิศา พุ่มดนตรี, 2559)

1.5.7 Mobile Banking หมายถึง การใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เช่นโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟน หรือแท็บเล็ตในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การตรวจสอบยอดคงเหลือ การโอนเงินระหว่างบัญชี การลงทุนซื้อขายตราสารหรือกองทุน การชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ เป็นต้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557)

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผู้บริหารระดับสูงในภาคอุตสาหกรรมธุรกิจธนาคารในประเทศไทยสามารถเข้าใจพฤติกรรมการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์

1.7.2 ผู้บริหารระดับสูงในภาคอุตสาหกรรมธุรกิจธนาคารในประเทศไทยสามารถเข้าใจพฤติกรรมการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับในการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคเพื่อนำไปพัฒนาและยกระดับระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์อันจะนำไปสู่การไว้วางใจและเลือกใช้บริการของธนาคารต่อไป

1.7.3 ผู้วิจัยได้รับทราบพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับเทคโนโลยีการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการทางการเงินของธนาคาร เพื่อนำไปปรับใช้กับการให้บริการของธนาคารต่อไป





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ผู้ศึกษาได้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.4 ลักษณะสำคัญของ บมจ. ธนาคารกสิกรไทย
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

##### คำนิยาม “การรับรู้ความเสี่ยง”

เกวรินท์ ละเอียดตี้นันท์ (2559) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ผลจากการเสี่ยงที่อาจได้รับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด หรือข้อมูลที่ไม่ชัดเจน ซึ่งจะแสดงผลในรูปความปลอดภัยการใช้งาน และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน ซึ่งอาจนำไปสู่ความไม่พอใจ ความไม่วางใจความไม่เชื่อมั่น และอาจทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าตัดสินใจที่ดำเนินการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ต่อไปในอนาคต

จิตูดา แก้วแทน (2557) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความสามารถในการประเมินค่าความเสี่ยงที่ผู้บริโภคต้องเผชิญในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการซึ่งการมีความสามารถดังกล่าวที่แตกต่างกันของผู้บริโภคมีผลกระทบทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคแตกต่างกันไปความสำคัญของการรับรู้ความเสี่ยงปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคก็คือ ระดับของความเสี่ยงในการซื้อสินค้า

นวลศิริ เปาโรหิตย์ (2532, อ้างถึงใน จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์, 2557, น. 25) กล่าวถึงความหมายเกี่ยวกับการรับรู้ หมายถึง ขั้นตอน กระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่มากระทบกับประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของคนและในการแปล ความหมายนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตและสภาพจิตใจในปัจจุบัน

ปาริชาติ ประภาสัย (2557) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงได้ว่าเป็นการรับรู้ถึงความไม่แน่นอนในการรักษาความปลอดภัย การเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวและความไม่ชัดเจนครบถ้วนของข้อมูลที่ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการได้รับ ทำให้เกิดผลกระทบทางลบนำไปสู่ความไม่พึงพอใจและไม่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ได้รับรู้ความเสี่ยงนั้น

ศุภร เสรีรัตน์ (2544, อ้างถึงใน สุทธิธิดา จันทโรอกุล, 2558, น. 36) กล่าวว่า ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived risk) ไม่ได้จำกัดอยู่แต่การสูญเสียเงินทองแต่ยังรวมถึงการสูญเสียผลประโยชน์หรือข้อ

เสียหายทั้งหมดที่เกิดจากสถานการณ์การซื้อด้วยความเสี่ยงที่รับรู้ได้อาจเป็นเรื่องเกี่ยวกับความไม่สะดวกของผู้บริโภคหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ดีหรือการสูญเสียสถานภาพทางสังคมอันเป็นผลมาจากการซื้อสินค้า

Cunningham, Gerlach, Harper, & Young, 2005; Park & Yoon (2002, อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ วิจารณ์กิจอำนวย, 2561, น. 83) กล่าวว่าในการซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ซื้อและขายอยู่ห่างไกลกันและไม่เห็นตัวตนของผู้ซื้อและผู้ขายก่อให้เกิดความเสี่ยงในการซื้อขายและเป็นอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อในอดีตได้ศึกษาถึงความเสี่ยงในการซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในหลายลักษณะ

Kim และ Park (1999, อ้างถึงใน ศิริลักษณ์ วิจารณ์กิจอำนวย, 2561, น. 83) ได้แบ่งการรับรู้ถึงความเสี่ยงออกเป็น ความเสี่ยงจากวิธีการชำระเงินและการส่งสินค้า

Bauer (1960 อ้างใน สัญชัย อุปะเดียม, 2553) เป็นผู้นำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งได้อธิบายว่าความเสี่ยงที่มีอยู่ในความไม่แน่นอน และมีความสำคัญที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า

Cunningham (1967 อ้างใน สัญชัย อุปะเดียม, 2553) ได้อธิบายว่าการรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ความไม่แน่นอนของลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องในทิศทางลบกับการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงจะสูงขึ้น จึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนของลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องในทิศทางลบกับการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงจะสูงขึ้น จึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนด้านลบเป็นส่วนสำคัญในสภาพแวดล้อมออนไลน์ ความเสี่ยงมีผลต่อการประเมิน เลือกรับสินค้าหรือบริการ ระวังรักษาความปลอดภัย และการรักษาข้อมูลบุคคลของลูกค้า ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อ การซื้อสินค้าของลูกค้า ขณะที่ข้อมูลการนำเสนอขององค์กร หรือเว็บไซต์ของร้านค้ามีผลต่อลูกค้าเช่นกัน หากร้านค้าหรือองค์กรมีการนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจนครบถ้วน อาจทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงนั้นขึ้นอยู่กับระบบการความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้ารวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน

Martin & Camarero (2008, อ้างใน จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์, 2558, น. 29) ได้อธิบายว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่ใช้สำหรับการซื้อสินค้าหรือใช้บริการออนไลน์ของลูกค้าขึ้นอยู่กับการรักษาความปลอดภัยของระบบ และมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่เหมาะสม หากมีการนำเสนอข้อมูลขององค์กรและได้มีการอธิบายข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วนจะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ

Zhou (2013, อ้างใน จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์, 2558, น. 29) อธิบายว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการระบุตำแหน่งในทางลบ โดยเฉพาะในเรื่องของความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่มีความกังวลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล และการควบคุมระบบฐานข้อมูลที่ดี ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงจะลดน้อยลงเมื่อมีการใช้โครงสร้างทางกฎหมายและรับรองมาตรฐาน หรือจากบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือ หรืออ้างอิงได้

Rubio, Oubina & Villasenor (2014) อธิบายถึงการรับรู้ความเสี่ยงว่าหมายถึงการที่ผู้บริโภคจะเลือกแบรนด์ร้านค้า จากข้อได้เปรียบด้านราคา แต่คุณภาพมีบทบาทสำคัญมากกว่าราคาต่อความสำเร็จของแบรนด์ร้านค้า เนื่องจากคุณภาพของแบรนด์ร้านค้าจะมีผลกับการรับรู้ความเสี่ยง ดังนั้น การรับรู้คุณภาพของแบรนด์ร้านค้าจะกระทบต่อความเสี่ยงที่ผู้บริโภครับรู้ คุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ และความ

พึงพอใจของผู้บริโภค เป็นเรื่องที่สำคัญที่จะต้องเข้าใจแง่มุมของแบรนด์ที่จะตัดสินใจการรับรู้ความเสี่ยงและความเสี่ยงที่รับรู้มีผลกระทบต่อและสัมพันธ์กับความสำเร็จของแบรนด์

Heng, Hock-Hai & Bernard (2005, อ้างถึงใน ปาริชาติ ประภาสัย, 2557, น. 7) อธิบายถึงการรับรู้ความเสี่ยงว่า ทศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงจะส่งผลเชิงลบและมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นและความตั้งใจกระทำการรับรู้ความเสี่ยง สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ ด้านการกระทำ ด้านบุคคล และด้านความเป็นส่วนตัว

Mckechnie, Winklhofer และ Ennew (2006, อ้างถึงใน สุนันทา หลบภัย, 2558, น. 13) กล่าวว่า การยอมรับความเสี่ยงมีการมุ่งเน้นการยอมรับความเสี่ยงในมิติด้านการเงิน ความปลอดภัยในการใช้งานและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ มิติความเสี่ยงทั้ง 3 มิติ มีความสัมพันธ์กับบริบทของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) ซึ่งเป็นธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารพาณิชย์เช่นเดียวกับโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) โดยแต่ละมิติของความเสี่ยงมีนิยามความหมาย ดังนี้

1) ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง ทศนคติความเชื่อเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย หรือจำนวนเงินที่อาจสูญเสียมากกว่าปกติจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโมบายแบงก์กิ้ง

2) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย หมายถึง ทศนคติความเชื่อเกี่ยวกับการสูญเสียจากความปลอดภัยของระบบ เช่น การถูกโจรกรรมทรัพย์สินผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ การถูกโจรกรรมโดยการแก้ไขเลขที่บัญชีปลายทางในระหว่างโอนเงิน เป็นต้น

3) ความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ หมายถึงการถูกลักลอบการนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้โดยไม่ได้รับการอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล หรือจากการถูกลักลอบใช้สิทธิเข้าใช้ระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้หมายรวมถึง ทศนคติความ เชื่อด้านความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการทั้งธนาคารพาณิชย์และผู้ให้บริการเครือข่ายการสื่อสารในการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

จากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ทศนคติของผู้ใช้บริการที่เกิดจากการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น รวมถึงความซื่อสัตย์และความชัดเจนในกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ในการใช้บริการจากผู้ให้บริการ จนถ่ายทอดไปสู่กระบวนการการยอมรับในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการตัดสินใจ ถึงผลกระทบที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้บนความไม่แน่นอน อาทิเช่น ความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านทรัพย์สินเงินทอง ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัว รวมถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989) เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi และ Warshaw (1989, อ้างถึงใน เตชาพล สวนสุข, 2560, น. 12) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดของ TRA โดย TAM จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ ได้แก่ “การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน” (Perceived Ease of Use - PEOU) และ “การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้” (Perceived Usefulness - PU)

ทฤษฎีดังกล่าวนี้มีปัจจัยหลัก ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) โดยมีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อว่าจะช่วยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพได้ และการรับรู้ในการใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) ซึ่งหมายถึง ระดับความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีนั้นไม่ต้องใช้ความพยายามที่จะใช้งาน ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังทัศนคติในการใช้ (Attitude Toward Using)

- การรับรู้การใช้ง่าย (Perceive Ease of Use) หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้ที่คาดหวังต่อระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นและเป็นเป้าหมายจะใช้ ต้องมีความง่ายในการเรียนรู้ที่จะใช้งาน และไม่ต้องใช้ความพยายามมาก อีกทั้งการรับรู้การใช้ง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้ระบบและมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการใช้ระบบโดยส่งผ่านการรับรู้ประโยชน์

- การรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) หมายถึง การรับรู้ว่าจะระบบสารสนเทศที่นำมาใช้นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และถ้าหากมีการใช้ระบบสารสนเทศที่มีการพัฒนาขึ้นใหม่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจใช้ระบบสารสนเทศ

- ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward use) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ เป็นเจตนาที่เกิดขึ้นจากผลของการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ระบบ ซึ่งหากผู้ใช้รับรู้ว่าจะเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์หรือใช้งานง่าย ผู้ใช้ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อระบบนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อไปยังความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี

Aggelidis & Chatzoglou (2016, อ้างถึงใน พรชนก พลาบุลย์, 2558, น. 19) กล่าวว่า การยอมรับเทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะในระบบสารสนเทศ และถูกประยุกต์ใช้ในกระบวนการทางธุรกิจ การสื่อสาร และซอฟต์แวร์ระบบ เป็นต้น

Hart, Nwibere & Inyang (2015, อ้างถึงใน พรชนก พลาบุลย์, 2558, น. 19) รายงานว่าการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model: TAM) เป็นแบบจำลองที่ประยุกต์มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยาที่ถูกนำไปใช้ศึกษาอย่างแพร่หลายโดยภายใต้ภาวะปกติบุคคลจะคิดใคร่ครวญถึงผลที่จะได้รับการกระทำของตนก่อนเสมอจึงจะตัดสินใจกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง และก่อนการกระทำพฤติกรรมหนึ่งบุคคลจะมีเจตนาเกิดขึ้นก่อนการกระทำซึ่งเรียกเจตนาที่ว่า ความตั้งใจแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) โดยพฤติกรรมทางสังคมของบุคคลส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การควบคุมของความตั้งใจดังกล่าว

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554, อ้างถึงใน เกวรินทร์ ละเอียดดินนทร์, 2557, น. 14) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ให้เป็นที่ไปได้โดยสิ่งที่ตามมา คือ ก่อให้เกิดการลงทุนกับการยอมรับ

สิงหะ ฉวีสุขและสุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555, อ้างถึงใน เกวรินทร์ ละเอียดดินนทร์, 2557, น. 14) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่า เป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีใน 3 ด้าน คือ 1. พฤติกรรม 2. ทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี 3. การใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น

ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555, อ้างถึงใน เกวรินทร์ ละเอียดตินนท์, 2557, น. 14) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะ และความต้องการใช้งานเทคโนโลยี

ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ (2557, อ้างถึงใน เกวรินทร์ ละเอียดตินนท์, 2557, น. 15) ได้อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นขั้นตอน (Process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคลเริ่มจากได้ยินในเรื่องวิทยากรนั้น ๆ จนยอมรับนำไปใช้ในที่สุดซึ่งกระบวนการนี้ลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) เป็นขั้นเริ่มแรกที่น่าไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธ สิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่ ขั้นนี้เป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ (นวัตกรรม) ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมของเขาแต่ยังได้รับข่าวสารไม่ครบถ้วนซึ่งการรับรู้ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้โดยบังเอิญจะทำให้เกิดความอยากรู้และแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่

2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) เริ่มให้ความสนใจรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยากรใหม่ ๆ เป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะตั้งใจและในขั้นนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการใหม่มากขึ้น และใช้วิธีการคิดมากกว่าขั้นแรกบุคลิกภาพและค่านิยมมีผลต่อการติดตามข่าวสารหรือรายละเอียดของสิ่งใหม่หรือวิทยากรใหม่ด้วย

3. ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) เริ่มคิดไตร่ตรองหาวิธีลองใช้วิธีการใหม่ ๆ โดยมีการเปรียบเทียบระหว่างข้อดีและข้อเสียหากข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ โดยทั่วไปมักจะคิดว่าวิธีการนี้เป็นวิธีที่เสี่ยงไม่ทราบถึงผลลัพธ์ตามมาจึงต้องมีแรงผลักดัน (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจโดยอาจมีคำแนะนำเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ

4. ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่เริ่มทดลองกับคนส่วนน้อยเพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ ดูก่อนโดยทดลองใช้วิธีการใหม่ ๆ ให้เข้ากับสถานการณ์ของตนในขั้นนี้จะสรรหาข่าวสารที่มีความเฉพาะเกี่ยวกับวิทยากรใหม่หรือนวัตกรรมนั้น

5. ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่ปฏิบัตินำไปใช้จริงซึ่งบุคคลยอมรับวิทยากรใหม่ ๆ ว่า เป็นประโยชน์ในสิ่งนั้นแล้ว

จากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี คือ กระบวนการหรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยี บนพื้นฐานของความเชื่อมั่น ความสนใจและความต้องการ หลังจากได้มีการทดลองใช้และใช้งานจริงส่งผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดประสบการณ์ที่ดีถึงอรรถประโยชน์ต่าง ๆ อาทิเช่น ความสะดวกรวดเร็ว ความคล่องตัว การประหยัดเวลา เป็นต้น จนทำให้ผู้ใช้บริการสามารถตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในชีวิตประจำวัน

## 2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

### คำนิยาม “พฤติกรรมของผู้บริโภค”

กัลป์กร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553, อ้างถึงใน ตรีวุธ จันทร์จรูญจิต, 2560, น. 18) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภค มี 3 รูปแบบ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) หมายถึง ความคิด ความรู้สึกและ พฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายในและภายนอกทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิมแต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลาเนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) หมายถึง ความคิด ความรู้สึก และการกระทำกับสิ่งแวดล้อมภายนอกกว่าผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไรและทำไม

3. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายถึง ผู้บริโภคมี พฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน

ในกรณีนี้คือ การแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนอง ความต้องการของตนเอง

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2550, อ้างถึงใน ตริวิฑูร จันทร์จรัสจิต, 2560, น. 18) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้า หรือ บริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

สุวัฒน์ ศิริรินันตร์ และภาวนา สอนพลู (2552, อ้างถึงใน ตริวิฑูร จันทร์จรัสจิต, 2560, น. 18) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความต้องการ ความคิด การกระทำ การประเมินผลการ ตัดสินใจซื้อ และการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ

ธนกฤต วันตะเมธ (2554, อ้างถึงใน ธนพร คำทิพย์ และ รวีดา วิริยกิจจา, 2561, น. 3) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินและการ กำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ของผู้บริโภค

ชูชัย สมितिไกร (2554, อ้างถึงใน ตริวิฑูร จันทร์จรัสจิต, 2560, น. 18) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ ของตน

ปณิศา มีจินดา (2553, อ้างถึงใน ตริวิฑูร จันทร์จรัสจิต, 2560, น. 18) พฤติกรรมของ ผู้บริโภค หมายถึง เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์/บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

สุปัญญา ไชยชาญ (2550, อ้างถึงใน ตริวิฑูร จันทร์จรัสจิต, 2560, น. 18) ให้กล่าวเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า อาการที่แสดงออกในการซื้อของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการซื้อแบบเป็นปกติกิจ หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคทำการซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่จะต้องซื้อเป็นประจำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทั่วไป มีราคาต่อหน่วยต่ำ มีวางจำหน่ายทั่วไป ผู้ซื้อจะ ตัดสินใจซื้อโดยไม่ยุ่งยากแต่อย่างใด

2. พฤติกรรมการซื้อแล้วลดความกังวลใจ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภค รู้จักดี และรู้ว่ามี ความแตกต่างระหว่างตราห้อยน้อยมาก แต่ผู้บริโภคก็ยังคงตัดสินใจได้ยากในการซื้อ เพราะเป็นประเภทที่มี ราคาและความเสี่ยงสูง มีการซื้อเป็นครั้งคราว

3. พฤติกรรมการซื้อแบบซับซ้อน (complex buying behavior) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคย มีราคาสูง มีความเสี่ยงสูง แต่มีความถี่ในการซื้อต่ำมาก บางครั้งมีการซื้อเพียงครั้งเดียวตลอดอายุของผู้บริโภค ก่อนการลงมือซื้อ ผู้บริโภคต้องเสาะแสวงหาสารสนเทศเพิ่มเติมอีกจำนวนมากเกี่ยวกับประเภทและตราผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เช่น ผู้บริโภคที่จะลงมือซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมาใช้ เป็นต้น

4. พฤติกรรมการซื้อแบบแสวงหาความหลากหลาย ผู้บริโภคบางกลุ่มเมื่อจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีความยุ่งยากน้อย ก็ยังถือว่าตราผลิตภัณฑ์มีความสำคัญอยู่ ไม่อยากซื้อตราเดิมพฤติกรรมการซื้อจึงมีการเปลี่ยนเป็นตราใหม่เสมอ ๆ เพราะอยากหลุดพ้นจากความจำเจ ซ้ำซากอยากลองของใหม่

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ ประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2539 อ้างถึงใน สุริพร ธรรมวาทีตย์, 2551, น. 13)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, อ้างถึงใน วิมลรัตน์ เกตุโกมุท และ ศศิธร จัวนพันธ์, 2557, น. 417) อ้างอิงจาก Kotler, Philip, (1999) Marketing Management ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

กฤติกา ลีละเศรษฐกุล (2548, อ้างถึงใน มัลลิกา รัตนไพบูลย์วิทย์, 2558, น. 8) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำการค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล ใช้สอยผลิตภัณฑ์ และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการ หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

ศิริวรรณ ฦ ปทุม และ คณะ (2550, อ้างถึงใน นภัสสร อติชาตินันท์, 2555, น. 8) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ธีรพงศ์ อุดมไพจิตรกุล (2551, อ้างถึงใน ชุตติวัฒน์ ไวมาลา, 2562, น. 14) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็น พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผลหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้า และบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไม่จึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหนและบ่อยแค่ไหน

Engel และผู้ร่วมงาน (1968, อ้างถึงใน ชูโชค ทีปกาญจน์, 2557, น. 7) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ชิฟแมน และ คานุค (Schiffman and Kanuk, 1987 อ้างถึงใน ชูโชค ทีปกาญจน์, 2557, น. 6) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการ

เสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหนและบ่อยแค่ไหน

Engle, Blackwell & Miniard (1990, อ้างถึงใน อภิวิทย์ ยังยืนสถาพร, 2558, น. 12) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำดังกล่าว

Loudan & Bitta (1998, อ้างถึงใน อภิวิทย์ ยังยืนสถาพร, 2558, น. 12) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มาจากการใช้จ่ายหรือการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ

Solomon (1996, อ้างถึงใน สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล, 2555, น. 14) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรร การซื้อ การใช้หรือการบริโภคอันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองตอบความต้องการและความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ

Mowen & Minor (1998, อ้างถึงใน นภัสนันท์ ศรีธนวิบูลย์, 2555, น.9) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงหน่วยการซื้อและกระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับการได้รับมา การบริโภค และการกำจัดอันเกี่ยวกับสินค้า บริการ ประสบการณ์และความคิด

ปริญ ลักขิตานนท์ (2544, อ้างถึงใน วรรณพร สีนุสนธิ์, 2556, น. 33) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งรวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำซึ่งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนนั้น

Schiffman & Kanuk (1991, อ้างถึงใน กัญญาพัฑฒ ทิมเล็ก, 2559, น.12) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงผลออกในการแสวงหาสำหรับ การซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพึงพอใจ

จากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ พฤติกรรมการประเมินผลจากกระบวนการ การค้นหา การทดลอง การแลกเปลี่ยนและความรู้สึกนึกคิด จนนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจเพื่อตอบคำถามของตัวผู้บริโภคเอง อาทิเช่น ซื้ออะไร ซื้อทำไม ซื้อเมื่อไร ซื้ออย่างไร ซื้อที่ไหน และบ่อยแค่ไหนที่ควรซื้อ เพื่อตอบสนองความต้องการในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้ บริการ ณ ช่วงเวลาหนึ่งหรือตามความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยีหรือสภาพสังคม เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคในสภาวะปัจจุบันนั้นมีความต้องการที่หลากหลายและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ขาย สินค้าและผู้ให้บริการ



## 2.4 บมจ. ธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ซึ่งเป็นช่วงปลายสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีนายโชติ ลำซำ และญาติมิตรชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง โดยในระยะแรกมุ่งเน้นลูกค้ารายย่อยที่เป็นเกษตรกร ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศที่ฝืดเคืองอยู่ในเวลานั้นเกิดความคล่องตัวขึ้น โดยสำนักงานใหญ่แห่งแรกตั้งอยู่บนถนนเสือป่า กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านธุรกิจการค้าของชาวจีนที่สำคัญแห่งหนึ่ง ต่อมาได้เปิดสาขาแรกที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และขยายสาขาไปยังหัวเมืองใหญ่ในภูมิภาคต่าง ๆ

กิจการของธนาคารมีความเจริญรุดหน้ามาอย่างต่อเนื่อง มีการขยายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ เปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่บนถนนสีลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งต่อมาสีลมได้กลายเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าการลงทุนและการเงินที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ธนาคารกสิกรไทยได้กำหนดคำขวัญที่ใช้มาจนถึงปัจจุบันว่า **“บริการทุกระดับประทับใจ”** มีความหมายถึงความมุ่งมั่นและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับชั้น ในยุคนี้ ได้เปิดสาขาในประเทศรวม 186 สาขา และเปิดสาขาในต่างประเทศแห่งแรกที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ จากนั้นได้เปิดกิจการ บริษัท ไทยพาร์เมอร์สไฟแนนซ์แอนอินเวสเมนต์ จำกัด ที่ฮ่องกง (ต่อมาคือ สาขาฮ่องกง) สาขาแฮมเบอร์ริก ประเทศเยอรมนี สาขานิวยอร์กและสาขาลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

ในช่วงทศวรรษ 2530 เศรษฐกิจไทยเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก รัฐบาลไทยเปิดเสรีทางการเงินให้ธนาคารชั้นนำในต่างประเทศเข้ามาแข่งขันได้ ธนาคารกสิกรไทยได้ริเริ่มและพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการรื้อปรับกระบวนการทำงานเป็นองค์กรแรกในประเทศไทย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากถนนสีลมมาตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร ด้วยวิสัยทัศน์ที่เห็นว่าถนนพหลโยธินจะเป็นย่านที่มีความเจริญทางธุรกิจแห่งใหม่ และต่อมาได้เปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่บนถนนราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ในยุคนี้ธนาคารได้จดทะเบียนเป็น **“บริษัทมหาชน”** และเป็นยุคที่ประสบความสำเร็จในการขยายสาขาครบ 73 จังหวัด

ในช่วง พ.ศ. 2528 - 2538 เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ อันนำไปสู่วิกฤตเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2540 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะสถาบันการเงิน ซึ่งธนาคารกสิกรไทยสามารถฝ่าวิกฤตมาได้ด้วยนโยบายและมาตรการสำคัญ ๆ อย่่างไรก็ตาม **“การรื้อปรับกระบวนการทำงาน”** ที่เรเริ่มนำมาใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 นับว่ามีส่วนสำคัญที่ทำให้ธนาคารมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวจนผ่านพ้นภาวะวิกฤตมาได้ ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจ ธนาคารได้กำหนดภารกิจและค่านิยมร่วมที่ธนาคารมุ่งหวัง ปรับโครงสร้างองค์กรครั้งใหญ่ และเปลี่ยนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจใหม่ รวมทั้งการเป็นผู้นำในการสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสถาบันการเงินในประเทศไทย

เมื่อเมฆฝนแห่งวิกฤตเศรษฐกิจผ่านพ้นไป ฟ้าใหม่ของภาคธุรกิจไทยก็เริ่มต้น จากความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในที่สุดธนาคารก็มาถึงยุคที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์

แบบและครบวงจร ภายใต้แนวคิด “การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง” ซึ่งนำไปสู่การรวมธนาคารกสิกรไทย และบริษัทของธนาคารกสิกรไทย (K Companies) และได้กำหนด "K KASIKORNTHAI" เป็นสัญลักษณ์ ที่รับประกันคุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือทางยุทธศาสตร์กับบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันผ่านช่องทางธนาคาร และเพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจ ธนาคารได้เปิดอาคารแจ้งวัฒนะ เพื่อเป็นศูนย์คอมพิวเตอร์สำรองและศูนย์ปฏิบัติการของธนาคาร โดยเป็น “อาคารสถาปัตยกรรมสีเขียว” ตามมาตรฐานอาคารอนุรักษ์พลังงานระดับสากล เช่นเดียวกับอาคารพหลโยธิน และอาคารสำนักงานใหญ่ ราชบุรีบูรณะ ในยุคนี้ธนาคารยังก้าวไกลสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน และต่อมาได้ขยายสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย ด้วยเล็งเห็นว่าในอนาคตอันใกล้ ระบบการเงินของภูมิภาคนี้จะไร้พรมแดนมากยิ่งขึ้น นับเป็นวิสัยทัศน์อันกว้างไกลเพื่อที่สุดแห่ง “บริการทุกระดับประทับใจ”

#### วิสัยทัศน์

ธนาคารกสิกรไทย มุ่งมั่นเป็นกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ที่ริเริ่มในสิ่งใหม่ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง และกระทำทุกวิถีทางเพื่อเป็นกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่สร้างความยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

#### ภารกิจ

ธนาคารกสิกรไทย มุ่งมั่นที่จะผสมผสานการใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ในการสร้างอย่างยั่งยืน บริการทางการเงินที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุผลที่ดีและเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

#### ค่านิยมหลัก

- การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
- การทำงานร่วมกันเป็นทีมของทั้งองค์กร
- ความเป็นมืออาชีพ
- การริเริ่มสิ่งใหม่



## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตยาดา แก้วแทน (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ด้านความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง จากการใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.37, 4.27, 4.01 และ 3.51 ตามลำดับ และปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านความเชื่อมั่นในการออนไลน์ และด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2561) ศึกษาเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการซื้อผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน พบว่า อุปสรรคของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนแบบธุรกิจกับผู้บริโภค ประกอบด้วย ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง 4 ปัจจัย (สินค้าและนโยบายการขาย การขนส่ง การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ การคุ้มครองตามกฎหมาย) และความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยงของปัจจัยด้านสินค้าและนโยบายการขายส่งผลต่อทัศนคติที่ไม่ดีต่อการซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน ทัศนคติที่ไม่ดีและการรับรู้ความเสี่ยงด้านการขนส่ง ส่งผลให้ความตั้งใจในการซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดนลดลง

จิตยาดา พิษณุาศุภกุล และสวัสดิ์ วรรณรัตน์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคลของนิสิตมหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า นิสิตทุกชั้นปีมีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติและพฤติกรรมการบริหารความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นระหว่างชั้นปีที่ 1 ( $\bar{X}=14.98$ ) และชั้นปีที่ 3 ( $\bar{X}=13.55$ ) นิสิตทุกชั้นปีมีความรู้ความเข้าใจการบริหารความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคลอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=14.41$ ) และมีทัศนคติเห็นด้วยเชิงบวกต่อการบริหาร ความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคลในด้านการสำรองการออมเงิน ( $\bar{X}=3.78$ ) การวางแผน การลงทุน การบริหารรายจ่าย ( $\bar{X}=3.67$ ) ด้านการทำประกันและการบริหารความน่าเชื่อถือทางการเงิน ( $\bar{X}=3.61$ ) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นิสิตทุกชั้นปีมีพฤติกรรม ในการบริหารความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคลในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.48$ ) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรทัศนคติการบริหารความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับตัวแปรพฤติกรรม การบริหารความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ยุวดี จรรย์นันทศักดิ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี พบว่า (1) ปัจจัยที่นำสู่โอกาสเกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยด้านมิจจาชีพ และด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยด้านบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี (2) ปัจจัยที่นำสู่โอกาสเกิดความเสี่ยงปัจจัยด้านสถานที่ด้านปลอดภัย และด้านมิจจาชีพส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรม

ทางการเงินของลูกค้า ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านบุคคลไม่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี

ธีรศักดิ์ คำแก้ว (2557) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชันสั่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ : กรณีศึกษา ร้านโซล จังหวัดชลบุรี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 21 - 25 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 20,001 - 30,000 บาท ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงานต่อเดือน 6-10 ครั้ง/เดือน มีระยะเวลาโดยเฉลี่ยต่อวันที่ท่านทำงาน 4 - 6 ชั่วโมง/วัน ช่วงเวลาปกติที่เล่นสมาร์ตโฟน 6.00 - 12.00 น. (เย็น - กลางคืน) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ใช้บริการรายเดือนหรือเติมเงินมากกว่า 300 บาท เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจเล่น สมาร์ตโฟนแชทพูดคุยกับผู้อื่น จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทักษะคิดของพนักงานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแอปพลิเคชันผ่านทางโทรศัพท์มือถือในการสั่งสินค้าของร้านโซล จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อิสราวลี เนียมศรี (2561) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 18 - 25 ปี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการ 201 - 400 บาท ส่วนใหญ่สั่งอาหารและเครื่องดื่ม โดยใช้บริการน้อยกว่า 2 ครั้ง/เดือน และนิยมใช้บริการในวันอาทิตย์ เวลา 12.01 น. - 14.00 น. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า การสื่อสารทางการตลาดดิจิทัลและการยอมรับการใช้ เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร และการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า การสื่อสารทางการตลาดดิจิทัลและการยอมรับการใช้ เทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน LINE MAN ในด้านการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัล การรับรู้ใช้งานง่าย การรับรู้ประโยชน์ และการโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญที่ 0.05

ชยาภรณ์ กิตติพิชัย (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 26 - 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท เลือกใช้บริการ E-Wallet ในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ใช้บริการ E-Wallet ที่ห้างสรรพสินค้า ใช้บริการเวลา 18.01 - 00.00 น.และใช้บริการ E-Wallet ในการซื้อสินค้าน้อยกว่า 500 บาท งานวิจัยนี้ได้ผลวิเคราะห์ตามสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึง ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจของผู้ใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และยังพบว่า ทักษะคิดมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งาน E-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จักรพันธ์ วัฒนชัย (2558) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษต่อความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกาแล็คซี่ ก็ฟท์ พบว่า การศึกษาด้วยวิธีวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้ได้กลุ่มปัจจัยใหม่ 3 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณค่า ของสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Value of Privileges) ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease-of-use) และ

ปัจจัยด้านรูปแบบการนำเสนอและกิจกรรมพิเศษ (Design & Special Activity) และเมื่อนำไปทดสอบ สมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลปรากฏว่า ปัจจัยอิสระทั้ง 3 ปัจจัยส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษอย่างมีนัยสำคัญ และพบว่าความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน สิทธิพิเศษมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้าอย่าง มีนัยสำคัญด้วยเช่นกัน

วรรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส เป็นเพศหญิง อายุ 20 - 29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนตัว เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และ มีสถานภาพโสด พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่ามีความถี่ในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีระยะเวลาในการใช้งานโดยเฉลี่ย 1 - 15 นาที ผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน โดยมีลักษณะของการใช้งาน แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสเพื่อโอนเงินไปบัญชี ของธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร

ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ พบว่า มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริม การตลาด

ผลการทดสอบทางสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้งาน (อายุ อาชีพ รายได้) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส (ความถี่ในการใช้งาน) ผลการศึกษา พบว่าตัวแปรอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส แต่ตัวแปร อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส

ผลการทดสอบทางสมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะประชากรของผู้ใช้งาน (อายุ อาชีพ รายได้) ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด) ผลการศึกษาพบว่ารายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน

ผลการทดสอบทางสมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมของผู้ใช้งาน (ความถี่) ที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน (ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัด จำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด) ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้ที่มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบาย แบงก์กิ้งพลัส มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส มากที่สุด ซึ่งถือได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก สำหรับประเด็นพฤติกรรมของผู้ใช้งาน (ความถี่) ที่ แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสแตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

สัจจาภรณ์ ไชยเสนา (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์มี พฤติกรรมที่เน้นความสะดวกสบาย ให้การทำธุรกรรมทางการเงินจบได้ภายใน Application เดียว เช่น การบริการทางด้านบริหารจัดการทางการเงินส่วนบุคคล (Wealth Management) มีการแนะนำการ

ลงทุน หรือ ตัวเลือกทางการลงทุน เพื่อให้การบริหารจัดการเงินมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งบัตร  
เครดิตที่มีโปรโมชั่นที่ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการ เพื่อให้การใช้บริการคุ้มค่า และมีสิทธิพิเศษ เป็นการสร้าง  
ประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า (Customer Experience) ส่วนในด้าน User Interface เน้นการใช้งานง่าย  
โดยมีรูปแบบ Application ที่ไม่ซับซ้อน มีข้อความที่กระชับ ใช้งานง่าย เพื่อไม่เกิดความสับสนในการใช้งาน  
และตอบโจทย์ความสมบูรณ์ในการทำธุรกรรม รวมทั้งการเข้าใช้งานที่ต้องมีความง่าย และปลอดภัยที่สูง  
เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้ทั้งผู้ใช้บริการและไม่เคยใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์  
ทั้งนี้การปรับตัวของธนาคารพาณิชย์ควรเริ่มจากการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform)  
ควบคู่ไปกับการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า (Customer Experience) ซึ่งสิ่งที่ลูกค้าจะสัมผัส  
ได้เป็นครั้งแรกคือ Application ในด้าน User interface ที่ดูสวยงาม ใช้งานง่ายไม่ซับซ้อน อีกทั้งยัง  
สามารถปรับเปลี่ยนเมนูให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน (Personalized) เพื่อให้การเงิน  
เป็นเรื่องง่ายสำหรับทุกคน

มนตรี ชาชูสูงเนิน (2548) ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง  
อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการสาขาธนาคารในห้างสรรพสินค้า ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารเอเชีย จำกัด  
(มหาชน) สาขาท็อปส์ ราชบุรี พบว่า ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการคือเพศมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร  
เกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขาธนาคารในห้างสรรพสินค้าส่วนตัวแปร คือ อายุ ระดับการศึกษา  
อาชีพ และรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขา  
ธนาคารในห้างสรรพสินค้าสำหรับในส่วนภูมิภาคของผู้ใช้บริการที่ผู้วิจัยได้นำเอาระยะเวลาและ  
ระยะทางในการเดินทางมาใช้บริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขาธนาคารในห้างสรรพสินค้ามาเป็นตัวแปร  
ร่วมในการวิจัยครั้งนี้ด้วยพบว่าระยะทางที่ใช้ในการเดินทางมาใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ  
ข่าวสารเกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขาธนาคารในห้างสรรพสินค้าส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการ  
เดินทางมาใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขา  
ธนาคารในห้างสรรพสินค้าการ

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการคือเพศอายุระดับการศึกษาอาชีพรายได้ต่อ  
เดือนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขาธนาคารในห้างสรรพสินค้า  
รวมทั้งตัวแปรด้านภูมิภาคของผู้ใช้บริการ คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาใช้บริการและระยะทาง  
ที่ใช้ในการเดินทางมาใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขา  
ธนาคารในห้างสรรพสินค้าเช่นเดียวกัน

3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขาธนาคารในห้างสรรพสินค้า  
ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับกับความรู้เกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์สาขาธนาคารใน  
ห้างสรรพสินค้า

4. ระดับความรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ของสาขาธนาคารใน  
ห้างสรรพสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ของสาขาธนาคารใน  
ห้างสรรพสินค้า

ฉลองขวัญ บุญรักษา (2549) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการยอมรับและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อเครื่องให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีกรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการยอมรับโดยใช้ช่องทางบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพในเรื่องของ AT M เป็นส่วนใหญ่ส่วนพฤติกรรมด้านรูปแบบในการใช้พบว่าลูกค้านิยมใช้บริการฝาก-ถอนมากที่สุดรองลงมาคือ บริการโอนเงินและ Up-date Passbook สำหรับด้านความถี่ในการใช้ต่อเดือนพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 - 2 ครั้งต่อเดือนและสถานที่ใช้บริการส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้บริการที่สาขาปกติและสาขาไมโครตามห้างสรรพสินค้าด้านเวลาในการตัดสินใจมใช้นั้นลูกค้าตัดสินใจใช้ทันทีเวลาใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 12.00 น. - 15.30 น.

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการกับเครื่องให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุอยู่ในช่วง 26 - 35 ระดับการศึกษาส่วนมากอยู่ในระดับปริญญาตรีและมีอาชีพรับราชการมากที่สุดรายได้ต่อเดือน 10,000 - 15,000 บาท

ผลการศึกษากการเปิดรับสื่อและข้อมูลวิธีการใช้เครื่องให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่าลูกค้าของธนาคารใช้สื่อบุคคลน้อยกว่าเดือนละครั้งโดยรับสื่อบุคคลที่เป็นครู / อาจารย์มากที่สุดและสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ธนาคารน้อยสุดด้านสื่อเฉพาะกิจพบว่าลูกค้าของธนาคารส่วนใหญ่จะได้รับสื่อ น้อยกว่าเดือนละครั้ง โดยที่ได้รับมากที่สุดคือ แผ่นพับใบปลิวสื่อรองลงมาคือ เว็บไซต์ของธนาคารอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันและสำหรับสื่อมวลชนนั้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อวิทยุมากที่สุด

รวีวรรณ ตั้งศิริเจริญ (2549) ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิงคอปอเรชั่น จำกัด สาขาประเทศไทย พบว่า ปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการใช้อุปกรณ์รักษาความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ถือน้อยแต่หากพิจารณาปัญหาที่พบคือ การไม่เข้าใจวิธีการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ในด้านทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยถือว่าอยู่ในเกณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาซึ่งมีน้อยด้วยจากปัญหาที่เกิดขึ้นถึงแม้จะเป็นส่วนน้อยแต่เพื่อการบริการที่ดีอีกทั้งเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่อาจมีเพิ่มมากขึ้นในอนาคตทำให้เกิดแนวทางแก้ไขและพัฒนา รวมถึงการเสนอข้อเสนอนั้นในการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานของธนาคาร เช่น การเพิ่มการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อที่จะสามารถนำไปพัฒนาและหาแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขในจุดที่บกพร่องดังกล่าว

สัญชัย อุปะเดีย (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีสถานะโสด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านเพศและสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ในขณะที่ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้การทดสอบยังพบอีกว่า



ปัจจัยการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้การใช้งานง่าย มีผลต่อการตัดสินใจการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบ “M - Banking” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้เป็นกลุ่มของ คนวัยทำงาน ที่มีวุฒิภาวะ มีความรู้และความสามารถในใช้งานเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีเป็นหลัก จึงไม่พบข้อกังวลที่จะยอมรับใช้บริการ M - Banking ในด้านของการรับรู้ความเสี่ยง ด้านคุณภาพของการบริการและด้านคุณภาพของระบบ แต่กลับให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของข้อมูลเป็นอันดับต้น ๆ โดยต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งยังต้องเป็นข้อมูลที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ละเอียดในการชี้แจงเงื่อนไขการบริการหรือข้อมูลที่จำเป็นในการใช้บริการรวมถึงต้องเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้



### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี โดยมีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ทั้ง 9 สาขา ในจังหวัดสระบุรี ได้แก่ 1. สาขาสระบุรี 2. สาขานนทบุรี 3. สาขาเทสโก้โลตัส 4. สาขาโรบินสัน 5. สาขาหนองแค 6. สาขาหินกอง 7. สาขาพระพุทธบาท 8. สาขาวังม่วง 9. สาขามวกเหล็ก

#### กลุ่มตัวอย่าง

สืบเนื่องจากธุรกรรมชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) จึงจำแนกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินและมีแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย ทั้ง 9 สาขา ในจังหวัดสระบุรี คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973 อ้างถึง พนิดา บุญธรรม, 2559, น. 79) โดยมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% ซึ่งสามารถทำการคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จาก สูตร } n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ \text{เมื่อ } n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \\ N &= \text{ขนาดของประชากร} \\ e &= \text{สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ 5\%} \\ \text{แทนค่าในสูตร} &= \frac{2,365}{1+(2,365 \times (0.05)^2)} \\ n &= 342.1338 = 343 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ เท่ากับ 343 ตัวอย่าง จากการเก็บตัวอย่าง และป้องกันการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น จึงมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 343 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขา

ลำดับที่	สาขา	ประชากร *จำนวนคิวการให้บริการลูกค้าต่อวัน	สัดส่วนกลุ่ม ตัวอย่าง
1	สาขาสระบุรี	280	41
2	สาขาถนนสุพรรณวิถี	233	34
3	สาขาเทศบาล ไลต์ส	355	51
4	สาขาโรบินสัน	415	60
5	สาขาหนองแค	236	34
6	สาขาหินกอง	257	37
7	สาขาพระพุทธบาท	364	53
8	สาขาวังม่วง	125	18
9	สาขามวกเหล็ก	100	15
	รวม	2,365	343

\*จำนวนคิวของวันจันทร์ต้นเดือนซึ่งลูกค้ามาใช้บริการแต่ละสาขาเฉลี่ยมากที่สุด

#### การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง (Nonprobability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ทั้ง 9 สาขา ในจังหวัดสระบุรี

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาและค้นคว้าจากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวคิดในการสร้างและออกแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วน ได้แก่

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งลักษณะของคำถามจะมีคำตอบแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงข้อเดียว (Check List) ที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามการรับรู้ความเสี่ยง เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบจำนวน 10 ข้อ โดยแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านความปลอดภัย 3) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามการยอมรับการใช้เทคโนโลยี เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบจำนวน 13 ข้อ โดยแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ด้าน คือ 1) การใช้งานง่าย 2) ประโยชน์จากการใช้งาน 3)ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบ จำนวน 9 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ด้านแปรเปลี่ยนได้ 2) ด้านปฏิสัมพันธ์ 3) ด้านการแลกเปลี่ยน

ลักษณะการกำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert's Scale ใช้ระดับในการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) มีลักษณะดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ค่าน้ำหนักของตัวเลือก
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนมาประเมินค่าเพื่อแปลความหมายหาค่าคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สูตร ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนมาประเมินค่าเพื่อแปลความหมายหาค่าคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544 อ้างถึงใน พนิดา บุญธรรม, 2559, น. 81)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนในแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับของการรับรู้ความเสี่ยง
4.21 - 5.00	มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนในแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี
4.21 - 5.00	มีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	มีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีในระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนในแบบสอบถาม ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ มีดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
4.21 - 5.00	มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับน้อยที่สุด

#### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลำดับขั้นตอนในการดำเนินการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา บทความ แนวคิดและทฤษฎีรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลเพื่อนำมากำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2. กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามและสำนวนภาษาของข้อคำถาม

3. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงและแก้ไขความถูกต้องเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขปรับปรุงเรียบร้อยแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษาหรือสำนวนที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถามและพิจารณาถึงความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยทำการให้คะแนน 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดค่าได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถวัดค่าได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม และ ให้คะแนน - 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สามารถวัดค่าได้ตามนิยามคำศัพท์ของแบบสอบถาม เมื่อได้รับการพิจารณาและตรวจสอบแล้ว ผู้ศึกษาจึงหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence : IOC) (อัจฉรา เฉลยสุข, 2556, น. 58)

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

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index Congruence)  
 R หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ  
 N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามจะทำการพิจารณาจากค่า IOC ซึ่งถ้ามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป แสดงว่าข้อคำถามนั้นได้สอดคล้องกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ ซึ่งหากเป็นข้อคำถามที่ใช้ได้ และมีค่าต่ำกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ เมื่อผู้ศึกษาได้หาคุณภาพของแบบสอบถามจากแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญแล้ว จึงดำเนินการปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและนำไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งก่อนที่จะทดลองใช้ (Try Out)

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองซึ่งไม่ใช่กลุ่มของงานวิจัยในครั้งนี้อาจจำนวน 30 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามไปดำเนินการทดสอบหาความเชื่อมั่น

6. หาคุณภาพของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha (อัญญา เฉลยสุข, 2556, น. 58) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ซึ่งต้องได้ค่า Cronbach's Alpha ระหว่าง 0.6 - 1.0 นำผลจากการทดลองใช้ (Try Out) มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ถูกต้องมากที่สุด

7. หลังจากที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่ได้ผ่านการหาคุณภาพของแบบสอบถามจากการ Try Out แล้ว จึงจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริง

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรม การใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

**ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** เป็นการเก็บข้อมูลจากการสอบถามลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดสระบุรี จำนวน 9 สาขา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ (Survey Method)

**ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อใช้ประกอบในการอ้างอิงถึงหลักการ และทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำมาสนับสนุนการศึกษางานวิจัย โดยค้นคว้าจากหนังสือตำราที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยต่าง ๆ เป็นแนวทางประกอบการวิจัย

### 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาคำตอบของการศึกษาและทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้ด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science) คือ

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยที่แสดงผลเป็นค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) อธิบายการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งขึ้นว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างไร โดยใช้วิธีทดสอบสมมติฐาน t (t - test) ในการเปรียบเทียบเพศที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ใช้วิธีทดสอบสมมติฐาน F (F-test หรือ One-way ANOVA) ในการเปรียบเทียบอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยหากพบความแตกต่างที่เกิดขึ้น จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least-Significant Difference (LSD) ต่อไปและการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product-moment correlation)

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน โดยการใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ Independent sample t-test และ F-test (One-Way ANOVA)

**สมมติฐานที่ 2** การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product-moment correlation)

**สมมติฐานที่ 3** การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product-moment correlation)

สำหรับการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson product-moment correlation) ในสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 นั้นเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใดและเป็นไปในทิศทางใด ซึ่งการวิเคราะห์นี้สามารถทราบได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ในการกำหนดค่าความสัมพันธ์ โดยพิจารณาได้ดังนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2547 อ้างถึงใน พนิดา บุญธรรม, 2559, น. 86)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า	0.90	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.70 - 0.90	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.30 - 0.69	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ น้อยกว่า	0.30	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ	0	หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ	1	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ผู้ศึกษาได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยหรือค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
P	แทน ค่าความน่าจะเป็นของค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน
df	แทน องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)
LSD	แทน Least Significant Difference
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
r	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

#### 4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม จำนวน 343 ชุด และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี
- ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์
- ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบและสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน



## 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ส่วนที่1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล แสดงจำนวนเป็น (ความถี่) และค่าร้อยละ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	189	55.10
หญิง	154	44.90
<b>รวม</b>	<b>343</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 25 ปี	53	15.50
25 ปี ไม่เกิน 35 ปี	154	44.90
35 ปี ไม่เกิน 45 ปี	84	24.50
45 ปี ขึ้นไป	52	15.10
<b>รวม</b>	<b>343</b>	<b>100.00</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	121	35.30
ปริญญาตรี	191	55.70
มากกว่าปริญญาตรี	31	9.00
<b>รวม</b>	<b>343</b>	<b>100.00</b>
<b>อาชีพ</b>		
พนักงานบริษัทเอกชน	176	51.30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	20	5.80
รับราชการ	43	12.50
เจ้าของกิจการ	20	5.80
รับจ้าง	35	10.20
อาชีพอิสระ	28	8.30
นักเรียน / นักศึกษา	10	2.90
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	11	3.20
<b>รวม</b>	<b>343</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล แสดงจำนวนเป็น (ความถี่) และค่าร้อยละ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	39	11.40
10,001 - 20,000 บาท	130	37.80
20,001 - 30,000 บาท	86	25.10
30,001 - 40,000 บาท	39	11.40
40,001 - 50,000 บาท	22	6.40
50,000 บาท ขึ้นไป	27	7.90
<b>รวม</b>	<b>343</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 343 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 55.10 และเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25 ปีไม่เกิน 35 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมาคือ มีอายุ 35 ปีไม่เกิน 45 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 55.70 รองลงมาคือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 และระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 51.30 รองลงมาคืออาชีพรับราชการ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 อาชีพรับจ้าง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 อาชีพอิสระ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับผู้ที่มียาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 25.10 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 ซึ่งมีจำนวนเท่ากับผู้ที่มียาชีพเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง โดยประเมินจากข้อมูล ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและการรับรู้ความเสี่ยงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ โดยที่แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านการเงิน</b>			
1. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสเกิดความผิดพลาดทางการเงินได้ง่ายกว่าการทำธุรกรรมช่องทางอื่น ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.63	1.018	มาก
2. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์อาจไม่ได้รับเงินคืนในกรณีที่ท่านทำธุรกรรมผิดพลาดด้วยตนเอง ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.38	1.203	ปานกลาง
3. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีการอัปเดตระบบเสมอซึ่งอาจทำให้ท่านมีค่าใช้จ่ายเพิ่มจากการที่อุปกรณ์ของท่านไม่รองรับ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.41	1.208	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>3.47</b>	<b>0.978</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านความปลอดภัย</b>			
1. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสเกิดการโจรกรรมข้อมูลทางการเงินได้ง่ายกว่าการทำธุรกรรมช่องทางอื่น ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.67	0.958	มาก
2. ท่านรับรู้ข่าวสารว่ามีโปรแกรมที่สร้างขึ้นมาเลียนแบบระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารเพื่อหลอกลวงและต้องการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวทางการเงินของท่าน ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.73	0.992	มาก

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านความปลอดภัย</b>			
3. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ต้องเชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต อาจเป็นช่องทางให้รู้พฤติกรรมทางการเงินของท่านได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.79	0.987	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>3.73</b>	<b>0.839</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ</b>			
1. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในการสมัครใช้งานต้องมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวแก่ผู้ให้บริการ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	4.24	0.762	มากที่สุด
2. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นควรใช้บนสัญญาณอินเทอร์เน็ตส่วนตัวของท่าน ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.86	1.021	มาก
3. ท่านรับรู้ว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นควรดำเนินการด้วยตัวเองเพื่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	4.17	0.793	มาก
4. ท่านรับรู้ว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นผู้ให้บริการอาจเก็บข้อมูลของท่านไปวิเคราะห์ พัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.87	0.876	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.609</b>	<b>มาก</b>
<b>โดยภาพรวม</b>	<b>3.74</b>	<b>0.624</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ด้านการเงิน พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสเกิดความผิดพลาดทางการเงินได้ง่ายกว่าการทำธุรกรรมช่องทางอื่น ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมาคือ ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีการอัปเดตระบบเสมอซึ่งอาจทำให้ท่านมีค่าใช้จ่ายเพิ่มจากการที่อุปกรณ์ของท่านไม่รองรับ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์อาจไม่ได้รับเงินคืนในกรณีที่ท่านทำธุรกรรมผิดพลาดด้วยตนเอง ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

ด้านความปลอดภัย พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ต้องเชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต อาจเป็นช่องทางให้รู้พฤติกรรมทางการเงินของท่านได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมาคือ ท่านรับรู้ข่าวสารว่ามีโปรแกรมที่สร้างขึ้นมาเลียนแบบระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารเพื่อหลอกลวงและต้องการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวทางการเงินของท่าน ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสเกิดการโจรกรรมข้อมูลทางการเงินได้ง่ายกว่าการทำธุรกรรมช่องทางอื่น ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในการสมัครใช้งานต้องมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวแก่ผู้ให้บริการ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ ท่านรับรู้ว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นควรดำเนินการด้วยตัวเองเพื่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ถัดมาคือ ท่านรับรู้ว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นผู้ให้บริการอาจเก็บข้อมูลของท่านไปวิเคราะห์ พัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นควรใช้บนสัญญาณอินเทอร์เน็ตส่วนตัวของท่าน ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี โดยประเมินจากข้อมูลประกอบด้วย การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านการใช้งานง่าย การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านประโยชน์จากการใช้งานและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน โดยที่แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านการใช้งานง่าย</b>			
1. ช่องทางการสมัครใช้บริการ ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มีความสะดวกสบาย ขั้นตอนไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน	4.14	0.737	มาก
2. การเข้าถึงระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีรูปแบบใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง	4.19	0.740	มาก
3. วิธีการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความง่ายทั้งการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการ	4.19	0.779	มาก
4. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขบัญชีได้ง่ายทำได้ด้วยตนเอง เช่น การปรับเปลี่ยนวงเงินโอนในต่อวันผ่านระบบแอปพลิเคชัน เป็นต้น	3.99	0.875	มาก
5. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินอื่น ๆ ของธนาคารผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น	4.03	0.800	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.613</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านประโยชน์จากการใช้งาน</b>			
1. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปติดต่อธนาคาร	4.37	0.725	มากที่สุด
2. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้สะดวกสบาย เช่น สามารถใช้แทนเงินสด ชำระค่าสินค้าและบริการให้กับร้านค้าได้ทันที	4.23	0.789	มากที่สุด
3. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือไม่เสียค่าธรรมเนียม	4.24	0.185	มากที่สุด
4. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.33	0.733	มากที่สุด
<b>โดยรวม</b>	<b>4.29</b>	<b>0.671</b>	<b>มากที่สุด</b>

ตารางที่ 4.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี (ต่อ)

การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน</b>			
1. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่มีความทันสมัย	4.31	0.793	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ	4.02	0.863	มาก
3. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยลดเวลา และค่าใช้จ่ายในการไปติดต่อที่สาขาของธนาคาร	4.29	0.784	มากที่สุด
4. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น	4.31	0.760	มากที่สุด
<b>โดยรวม</b>	<b>4.23</b>	<b>0.678</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>โดยภาพรวม</b>	<b>4.21</b>	<b>0.581</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีโดยภาพรวม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ด้านการใช้งานง่าย พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ การเข้าถึงระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีรูปแบบใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองและวิธีการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความง่ายทั้งการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการ ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ ช่องทางการสมัครใช้บริการระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มีความสะดวกสบาย ขั้นตอนไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินอื่น ๆ ของธนาคาร ผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขบัญชีได้ง่ายทำได้ด้วยตนเอง เช่น การปรับเปลี่ยนวงเงินโอนในต่อวันผ่านระบบแอปพลิเคชัน เป็นต้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ด้านประโยชน์การใช้งาน พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปติดต่อธนาคาร มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ถัดมาการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือไม่เสียค่าธรรมเนียม มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้สะดวกสบาย เช่น สามารถใช้แทนเงินสดชำระค่าสินค้าและบริการให้กับร้านค้าได้ทันที มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่มีความทันสมัยและท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยลดเวลา และค่าใช้จ่ายในการไปติดต่อที่สาขาของธนาคาร มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

**ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์**

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยประเมินจากข้อมูลประกอบด้วย พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านแปรเปลี่ยนได้ พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านปฏิสัมพันธ์และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านการแลกเปลี่ยน โดยที่แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	แปลความว่า	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

**ตารางที่ 4.4** ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านแปรเปลี่ยนได้</b>			
1. ท่านจะอัปเดตอุปกรณ์ที่ใช้งานตามการอัปเดตของระบบให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบันเพื่อให้สามารถใช้งานได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.93	0.833	มาก
2. หากอุปกรณ์ที่เคยสมัครใช้บริการของท่านมีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ไม่สามารถใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.95	0.767	มาก
3. เมื่อระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านใช้อยู่เกิดความไม่เสถียร จากการที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก ส่งผลให้ท่านไม่สามารถเข้าใช้งานระบบได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่	3.72	0.938	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>3.87</b>	<b>0.651</b>	<b>มาก</b>



ตารางที่ 4.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกาใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

พฤติกรรมกาใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านปฏิสัมพันธ์</b>			
1. ท่านพึงพอใจกาใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และจะแนะนำบอกต่อให้บุคคลรอบข้างมาใช้บริการที่ท่านใช้อยู่	3.94	0.812	มาก
2. ท่านพึงพอใจที่ธนาคารมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ทราบเป็นประจําสม่ำเสมอ เช่น แจ้งช่วงระยะเวลาสำหรับการชำระค่าสินค้าหรือแจ้งวันเวลาการงดให้บริการเพื่อพัฒนาระบบ เป็นต้น	3.80	0.914	มาก
3. ท่านพึงพอใจที่ธนาคารผู้ให้บริการระบบอิเล็กทรอนิกส์มีช่องทางช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาการใช้งานให้กับผู้ใช้งานตลอดเวลา	3.79	1.024	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>3.84</b>	<b>0.772</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการแลกเปลี่ยน</b>			
1. ท่านพึงพอใจที่กาใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าธรรมเนียมจากการโอนเงิน เป็นต้น	4.00	0.834	มาก
2. ท่านพึงพอใจที่กาใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถตั้งการทำธุรกรรมล่วงหน้าและดูประวัติการทำธุรกรรมย้อนหลังได้	3.36	1.186	ปานกลาง
3. ท่านพึงพอใจที่กาใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถตอบสนองท่านได้มากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการ รวมถึงมีส่วนลดจากร้านค้าชั้นนำ	3.71	0.953	มาก
<b>โดยรวม</b>	<b>3.69</b>	<b>0.765</b>	<b>มาก</b>
<b>โดยภาพรวม</b>	<b>3.80</b>	<b>0.630</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า พฤติกรรมกาใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ด้านแปรเปลี่ยนได้ พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ หากอุปกรณ์ที่เคยสมัครใช้บริการของท่านมีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ไม่สามารถใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมาคือ ท่านจะอัปเดตอุปกรณ์ที่ใช้งานตามการอัปเดตของระบบให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบันเพื่อให้สามารถใช้งานได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และเมื่อระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านใช้อยู่เกิดความไม่เสถียรจากการที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก ส่งผลให้ท่านไม่สามารถเข้าใช้งานระบบได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ด้านปฏิสัมพันธ์ พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านพึงพอใจกาใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และจะแนะนำบอกต่อให้บุคคลรอบข้างมาใช้บริการที่ท่านใช้อยู่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ ท่านพึงพอใจที่

ธนาคารมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ทราบเป็นประจำสม่ำเสมอ เช่น แจ้งช่วงระยะเวลาสำหรับการชำระค่าสินค้าหรือแจ้งวันเวลาการงดให้บริการเพื่อพัฒนาระบบ เป็นต้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และท่านพึงพอใจที่ธนาคารผู้ให้บริการระบบอิเล็กทรอนิกส์มีช่องทางช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาการใช้งานให้กับผู้ใช้งานตลอดเวลา มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79

ด้านการแลกเปลี่ยน พบว่า โดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านพึงพอใจที่การใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าธรรมเนียมจากการโอนเงิน เป็นต้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมาคือ ท่านพึงพอใจที่การใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถตอบสนองท่านได้มากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการ รวมถึงมีส่วนลดจากร้านค้าชั้นนำ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และท่านพึงพอใจที่การใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถตั้งการทำธุรกรรมล่วงหน้าและดูประวัติการทำธุรกรรมย้อนหลังได้ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

#### ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบและสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1** ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.5** แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยส่วนบุคคล	N	$\bar{X}$	S.D.	t	P	
เพศ	ชาย	189	3.73	0.606	-2.175	0.030*
	หญิง	154	3.88	0.651		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**สมมติฐานที่ 1.2** ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยส่วนบุคคล	แหล่งความแปรปรวน	DF	SS	MS	F	P
อายุ	ระหว่างกลุ่ม	3	4.903	1.634	4.231	<b>0.006*</b>
	ภายในกลุ่ม	339	130.938	0.386		
	รวม	342	135.841			
ระดับการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.495	0.748	1.892	0.152
	ภายในกลุ่ม	340	134.346	0.395		
	รวม	342	135.841			
อาชีพ	ระหว่างกลุ่ม	7	11.655	1.665	4.491	<b>0.000*</b>
	ภายในกลุ่ม	335	124.186	0.371		
	รวม	342	135.841			
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ระหว่างกลุ่ม	5	3.901	0.780	1.993	0.079
	ภายในกลุ่ม	337	131.94	0.392		
	รวม	342	135.841			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 ผลการเปรียบเทียบระหว่างความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ไม่มี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านอายุและอาชีพกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีผลต่อ พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นรายคู่

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25 ปี	35 ปี	45 ปี
			ไม่เกิน 35 ปี	ไม่เกิน 45 ปี	ขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี	3.80	-	0.23	0.39	0.11
25 ปีไม่เกิน 35 ปี	3.92		-	<b>0.01*</b>	<b>0.00*</b>
35 ปีไม่เกิน 45 ปี	3.71			-	0.36
45 ปีขึ้นไป	3.60				-

\* ผลต่างค่าเฉลี่ยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามระดับอายุ เป็นรายคู่พบว่า มีจำนวน 2 คู่ ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่

1. อายุ 25 ปีไม่เกิน 35 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอายุ 35 ปี ไม่เกิน 45 ปี
2. อายุ 25 ปีไม่เกิน 35 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอายุ 45 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นรายคู่ (โดยวิธี LSD)

อาชีพ	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับราชการ	เจ้าของกิจการ	รับจ้าง	อาชีพอิสระ	นักเรียน / นักศึกษา	พ่อบ้าน / แม่บ้าน
$\bar{X}$	3.96	3.33	3.69	3.71	3.74	3.65	3.63	3.47
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.96	-	0.00*	0.01*	0.08	0.06	0.01*	0.10
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.33	-	0.03*	0.05	0.02*	0.07	0.20	0.52
รับราชการ	3.69	-	-	0.94	0.72	0.76	0.78	0.29
เจ้าของ กิจการ	3.71	-	-	-	0.83	0.74	0.76	0.31
รับจ้าง	3.74	-	-	-	-	0.53	0.62	0.20
อาชีพอิสระ	3.65	-	-	-	-	-	0.95	0.43
นักเรียน / นักศึกษา	3.63	-	-	-	-	-	-	0.55
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	3.47	-	-	-	-	-	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่พบว่า มีจำนวน 6 คู่ ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่

1. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอาชีพรัฐวิสาหกิจ
2. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอาชีพรับราชการ
3. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอาชีพอิสระ

4. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า อาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน

5. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า อาชีพรับราชการ

6. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า อาชีพรับจ้าง

**ตารางที่ 4.9** แสดงผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ค่าสถิติ (P)	ผลการทดสอบ
เพศ	0.030*	ยอมรับ
อายุ	0.006*	ยอมรับ
ระดับการศึกษา	0.152	ปฏิเสธ
อาชีพ	0.000*	ยอมรับ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.079	ปฏิเสธ

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) ในสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3 สามารถวิเคราะห์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้ดังนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2547 อ้างถึงใน พนิดา บุญธรรม, 2559, น. 86)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มากกว่า 0.90	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.70 - 0.90	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.30 - 0.69	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ น้อยกว่า 0.30	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0	หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 1	หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

**สมมติฐานที่ 2** การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม

การรับรู้ความเสี่ยง	พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม			
	r (Pearson's Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านการเงิน	0.164	0.002**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านความปลอดภัย	0.393	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ	0.463	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
<b>การรับรู้ความเสี่ยงโดยรวม</b>	<b>0.412</b>	<b>0.000**</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>เดียวกัน</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.412 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าด้านที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือ ด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.463 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 0.393 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน และด้านการเงิน มีค่าเท่ากับ 0.164 มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและไปในทิศทางเดียวกัน ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 3** การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม

การยอมรับการใช้เทคโนโลยี	พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม			
	r (Pearson's Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านการใช้งานง่าย	0.559	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านประโยชน์จากการใช้งาน	0.322	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	0.379	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
<b>การยอมรับเทคโนโลยีโดยรวม</b>	<b>0.468</b>	<b>0.000**</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>เดียวกัน</b>

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.468 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่าด้านที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือ ด้านการใช้งานง่าย มีค่าเท่ากับ 0.559 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน รองลงคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.379 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน และด้านประโยชน์จากการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 0.322 มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและไปในทิศทางเดียวกัน ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.12** แสดงผลการวิเคราะห์การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม

ตัวแปรอิสระ	พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม			
	r (Pearson's Correlation)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
การรับรู้ความเสี่ยง	0.412	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
การยอมรับเทคโนโลยี	0.468	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.412 และผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับการใช้เทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.468 สรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี
3. เพื่อศึกษาถึงการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ทั้ง 9 สาขา ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 343 คน โดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) ซึ่งมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับร้อยละ 5 จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 343 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการแจกแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) โดยแบบสอบถามนั้น แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้ความเสี่ยง โดยแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ด้าน คือ 1) การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน 2) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย 3) ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ จำนวน 10 ข้อคำถาม ส่วนที่ 3 แบบสอบถามการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี โดยแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ด้าน คือ 1) การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านการใช้งานง่าย 2) การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านประโยชน์จากการใช้งาน 3) การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานจำนวน 13 ข้อคำถาม ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านแปรเปลี่ยนได้ 2) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านปฏิสัมพันธ์ 3) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านการแลกเปลี่ยนจำนวน 9 ข้อคำถาม

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวนความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) รวมถึงการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test และ F-test (One way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี Least-Significant Difference (LSD) และใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์



สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใดและเป็นไปในทิศทางใด

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้ศึกษาทำการสรุปผลการวิจัยตามลำดับของการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วนประกอบด้วย

### ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 ปี ไม่เกิน 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

### ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นของการรับรู้ความเสี่ยงที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.624 ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.978 2) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.839 3) การรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ มีระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.609

### ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นของการรับรู้การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีที่มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.581 ซึ่งการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านการใช้งานง่าย มีระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.613 2) การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านประโยชน์จากการใช้งาน มีระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.671 3) การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน มีระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.678

### ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าที่มาใช้บริการทางการเงินของธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นของพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เท่ากับ 0.630 ซึ่งพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านแปรเปลี่ยนได้ มีระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.651 2) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านปฏิสัมพันธ์ มีระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.772 3) พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้านการแลกเปลี่ยน มีระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.765

#### ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบและสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุและอาชีพ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลดังกล่าวที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน โดยพบความแตกต่างรายคู่จำนวน 2 คู่ ประกอบด้วย

1. อายุ 25 ปีไม่เกิน 35 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอายุ 36 ปี ไม่เกิน 45 ปี
2. อายุ 25 ปี ไม่เกิน 35 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอายุ 45 ปี ขึ้นไป

จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน โดยพบความแตกต่างรายคู่จำนวน 5 คู่ ประกอบด้วย

1. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอาชีพรับราชการ
2. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอาชีพอิสระ
3. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอาชีพพ่อบ้าน / แม่บ้าน
4. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าอาชีพรับราชการ
5. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าอาชีพรับจ้าง

สมมุติฐานที่ 2 และสมมุติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.412 และ 0.468 ตามลำดับ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

### 1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน โดยที่เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้อาจเกิดจากเพศหญิงมีการหาข้อมูลต่าง ๆ ประกอบก่อนการตัดสินใจมากกว่าเพศชาย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่อง แฟชั่น อาหาร ท่องเที่ยว รวมถึงคลิป์วิดีโอต่าง ๆ ที่ได้มีการนำเสนอตัวอย่าง (Review) ทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศร์ศักดิ์ คำแก้ว (2557) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชันส่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือกรณีศึกษา: ร้านโซล จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และ อิศราวลี เนียมศรี (2561) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน โดยที่อายุระหว่าง 25 - 35 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่าอายุ 35 - 45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี ขึ้นไป ทั้งนี้อาจเกิดจากประสบการณ์ที่ได้พบเจอมารวมถึงการบริโภคข่าวสารและความสนใจส่วนบุคคล ทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยาภรณ์ กิตติสิทธิชัย (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นมีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเกิดจากนโยบาย เงื่อนไขหรือข้อตกลงในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของแต่ละสาขาอาชีพ เช่น อาชีพข้าราชการที่ถูกจำกัดไว้กับธนาคารของรัฐบาล หรือแม้แต่อาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน ที่ใช้เงินสดในการจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันเป็นหลัก ซึ่งแตกต่างจากอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งไม่ได้ถูกปิดกั้นด้วยข้อจำกัดจาก นโยบาย เงื่อนไขหรือข้อตกลงในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้งานแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์ กิ้งพลัส

## 2. การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

การรับรู้ความเสี่ยง แบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน 2) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย 3) ความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคาร และการรับผิดชอบของธนาคารต่อผู้ให้บริการ จึงทำให้ผู้บริโภครยังคงมีพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเกิดจากผู้ให้บริการมีการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ตลอดเวลาถึงกลไกของมิจฉาชีพที่แฝงตัวเข้ามาในรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น สร้าง Website หรือ Application ปลอมเพื่อหลอกลวงให้ผู้ให้บริการหลงกลรวมถึงการที่ผู้ให้บริการใช้งานผ่านสัญญาณพร็อกซีอินเทอร์เน็ตซึ่งมิจฉาชีพอาจนำโปรแกรมดักจับรหัสผ่านมาใช้ในการเข้าถึงบัญชีหรือข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการได้ แม้ว่าสิ่งเหล่านี้ล้วนมีความเสี่ยงแต่ผู้บริโภครก็ยังมีความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของผู้ให้บริการ จึงทำให้ผู้บริโภครยังคงมีพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

การรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ข้อมูลส่วนตัวมีความสำคัญอย่างมากต่อผู้ให้บริการเพราะการสมัครใช้บริการในครั้งแรกหรือแม้แต่การสร้างรหัสผ่านเพื่อเข้าสู่ระบบ ต้องมีการใช้ข้อมูลส่วนตัวเพื่อดำเนินการ หากมิจฉาชีพได้ข้อมูลส่วนบุคคลไป ไม่ว่าจะเกิดจากความผิดพลาดของผู้ให้บริการหรือเกิดจากช่องโหว่ของระบบธนาคาร การดักจับรหัสผ่านต่าง ๆ ด้วยกระบวนการหรือวิธีการใด ๆ และนำข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคนั้น ลักลอบเข้าไปใช้สิทธิ แอปโอนถ่ายข้อมูล เปลี่ยนแปลงรหัสผ่านไปจากเดิม โดยมีได้รับการยินยอมหรือได้รับอนุญาตจากเจ้าของ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วก่อให้เกิดความเสียหายทั้งด้านทรัพย์สินและด้านเวลา หากเป็นในด้านธุรกิจแน่นอนว่าอาจเกิดความเสียหายในวงกว้าง แม้ว่าสิ่งเหล่านี้ล้วนมีความเสี่ยงแต่ผู้บริโภครก็ยังคงมีพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ด้วยความเชื่อมั่นในระบบและชื่อเสียงของผู้ให้บริการต่อไป

ดังนั้น การรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Martin & Camarero (2008) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงใช้การซื้อสินค้าหรือใช้บริการของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับการรักษาความปลอดภัยและมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภครที่เหมาะสม หากมีการนำเสนอข้อมูลขององค์กรและข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วนก็จะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ

### 3. การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 3 มิติ คือ 1) การรับรู้การใช้งานง่าย 2) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน 3) ทักษะคนที่มีการใช้งาน จากการศึกษาพบว่า การรับรู้การใช้งานง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตที่สำคัญมากขึ้น ประกอบกับธนาคารเองได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ ทำให้ผู้ใช้บริการมีช่องทางการเข้าถึงระบบธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้ง่ายขึ้นรวมถึงขั้นตอนการใช้งานที่ไม่ยุ่งยาก เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ได้โดยไม่ต้องเดินทางมาที่ธนาคาร สามารถใช้บริการได้ทุกที่ที่ผู้ใช้บริการต้องการ ทำให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้นและเมื่อการใช้งานที่ง่ายจึงมีการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีนี้และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สัจจาภรณ์ ไชยเสนา (2560) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์มีพฤติกรรมที่เน้น ความสะดวกสบาย เน้นการใช้งานง่าย โดยมีรูปแบบ Application ที่ไม่ซับซ้อน มีข้อความที่กระชับ ใช้งานง่าย เพื่อไม่เกิดความสับสนในการใช้งาน และตอบโจทยความสมบูรณ์ในการทำธุรกรรม รวมทั้งการเข้าใช้งานที่ต้องมีความง่ายและปลอดภัยสูง

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเพราะผู้ใช้บริการได้รับรู้ประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน นั่นคือ การประหยัดเวลา ทั้งเวลาในการเดินทางไปธนาคารและระยะเวลาในการใช้บริการที่ธนาคาร รวมถึงสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ทันทีโดย เพียงแค่มีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ก็สามารถทำธุรกรรมได้ ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรองรับไว้หมดแล้ว จึงทำให้ผู้ใช้บริการสร้างการรับรู้และให้ความสำคัญกับใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเพราะผู้ใช้บริการได้เห็นถึงความทันสมัยมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา รวมถึงมีความน่าเชื่อถือของระบบให้บริการ อีกทั้งยังประหยัดทั้งในด้านของเวลาและค่าใช้จ่าย ส่งผลให้การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานนั้นเป็นผลมาจากการรับรู้ถึงการใช้ง่ายและประโยชน์จากการใช้งานซึ่งผู้ใช้บริการได้รับรู้ทั้งสองอย่างในเวลาเดียวกัน

ดังนั้นการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับวิจัยของ ฌนวนกรณ สำนวนกลาง (2559) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ “M - Banking” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้เป็นกลุ่มของ คนวัยทำงาน ที่มีวุฒิภาวะ มีความรู้และความสามารถในใช้งานเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีเป็นหลัก จึงไม่พบข้อกังวลที่จะยอมรับใช้บริการ M - Banking แต่ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของข้อมูล โดยต้องมีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารให้ทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งยังต้องเป็นข้อมูลที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ละเอียดในการชี้แจงเงื่อนไขการให้บริการหรือข้อมูลที่จำเป็นในการใช้บริการ รวมถึงต้องเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

### 5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนสำคัญในภาคธุรกิจต่าง ๆ ไม่เว้นแม้แต่ภาคธุรกิจธนาคารที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มีความสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี แต่ในอีกมุมหนึ่งพบว่าผู้ใช้บริการที่ยังคงมีกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงและยังไม่ยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีนั้นยังคงเลือกใช้ บริการกับพนักงานแบบ Face to Face ที่สาขามากกว่าการรับบริการจากทาง Call Center อาจเนื่อง ด้วยความไว้วางใจและสามารถแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุดหรือมีเอกสารต่าง ๆ ยืนยันถึงการทำธุรกรรม สำเร็จแล้วแล้ว ซึ่งผู้บริหารระดับสูงในภาคอุตสาหกรรมธนาคารสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมการ รับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ทางอิเล็กทรอนิกส์และสามารถนำไปพัฒนาระดับ สร้างความเชื่อมั่นและนำไปสู่การไว้วางใจในการใช้ ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ดังต่อไปนี้

**1. ปัจจัยส่วนบุคคล** จากศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุและอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ในด้านเพศและอายุนั้น ทางธนาคารอาจทำการศึกษาเพิ่มเติมถึง ความชอบ ความสนใจหรือสิ่งที่เป็นกระแสนิยมในแต่ละช่วงเวลานั้น ๆ แล้วนำมาจัดทำโปรโมชั่นหรือ สิทธิพิเศษต่าง ๆ ของทางธนาคาร อาทิเช่น โปรโมชั่นสำหรับสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ แพชั่นหรืออุปกรณ์ ประดับยนต์ เป็นต้น เพื่อจูงใจให้มีการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพนั้น ธนาคารควรศึกษาถึงแต่ละสาขาอาชีพที่ยังคงมีความกังวลจากการความเสี่ยงและไม่ยอมรับ การใช้งานธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์รวมถึงแต่ละสาขาอาชีพที่ใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อยู่ แล้วว่าใช้บริการทางด้านใดมากที่สุดและด้านใดน้อยที่สุด เพื่อที่จะได้นำมาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงและ จูงใจให้แต่ละสาขาอาชีพนั้น ๆ หันมาใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มเติมมากขึ้น

#### 2. การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ อาจเพราะผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในชื่อเสียงของธนาคารและการรับประกัน ของธนาคารต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งทางธนาคารก็ต้องสร้างการรับรู้ถึงความผิดพลาดทางการเงินที่อาจเกิดขึ้น จากตัวผู้ใช้บริการเอง อาทิเช่น ถูกหลอกจากมิจฉาชีพที่แฝงตัวมาในรูปแบบต่าง ๆ หรือแม้แต่ความ ประมาทเลินเล่อของตัวผู้ใช้บริการเองที่ไม่เข้าใจในระบบธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มากพอ ดังนั้นทาง ธนาคารควรที่จะแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงข่าวสารนั้นควรเป็นปัจจุบัน เพื่อเตือนให้ ผู้ใช้บริการทราบอยู่อย่างต่อเนื่องถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นและป้องกันความผิดพลาดได้ทันท่วงที

ขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและการรับรู้ความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน ปฏิเสธไม่ได้ เลยว่าในโลกยุคปัจจุบัน ข้อมูลมีความสำคัญมาก ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงให้ความสำคัญถึงความปลอดภัย รวมถึงข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งถ้าหากข้อมูลเหล่านี้ตกไปอยู่ในมือมิจฉาชีพแล้วอาจสร้างความเสียหายต่อ ผู้ใช้บริการได้มากมาย เพราะผู้ใช้บริการอาจมีหลายบัญชีในธนาคารเดียวกันหรือธนาคารอื่น ๆ ด้วย ข้อมูล ส่วนบุคคลเหล่านี้ก็นำไปใช้ทำธุรกรรมในทางที่มิชอบได้ นอกเหนือจากธนาคารที่มีกาประชาสัมพันธ์กับ

ผู้ใช้บริการให้ปกปิดข้อมูลส่วนตัวเป็นความลับอย่างต่อเนื่องแล้ว ทางธนาคารควรมีการทดสอบระบบว่า ข้อมูลลูกค้ามีการรั่วไหลได้หรือไม่ เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพราะบรรดาเหล่ามิจนาซีพนั้นจะมีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในทางที่มีขอบอยู่เสมอ แต่ทว่าผู้ใช้บริการที่ยังคงมีความกังวลถึงความเสี่ยงดังที่กล่าวมาข้างต้นยังคงเลือกรับบริการกับพนักงานแบบ Face to Face ที่สาขามากกว่าการรับบริการจากทาง Call Center อาจเพราะความมั่นใจ ความไว้วางใจและสามารถแก้ปัญหาได้ตรงจุด

### 3. การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่า การรับรู้การใช้งานง่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ในยุคปัจจุบันผู้ใช้บริการต่างมองหาสิ่งให้อำนวยความสะดวก ลดค่าใช้จ่ายและประหยัดเวลาเพียงปลายนิ้วสัมผัส เทคโนโลยีจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญและตอบโจทย์การดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการได้มากขึ้นเสมือนมีธนาคารอยู่กับตัวโดยไม่ต้องเสียเวลาไปธนาคาร สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลาตามที่ต้องการ ซึ่งในปัจจุบันทางธนาคารเองมีการรองรับเทคโนโลยีนี้ได้ดีอยู่แล้ว เพียงแค่พัฒนาเทคโนโลยีนี้ให้ดียิ่งขึ้นสะดวกต่อการใช้งานมากขึ้นเพื่อให้มีความทันสมัยบนพื้นฐานที่ใช้งานง่ายเพียงปลายนิ้วสัมผัส ในขณะที่เกี่ยวกับการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เช่นกัน ทั้งนี้เพราะผู้ใช้บริการได้รับรู้ประโยชน์ที่เห็นได้อย่างเด่นชัด นั่นคือ การประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย เพราะทุกธุรกรรมสามารถทำได้เองเพียงแค่มืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้ใช้บริการมีรองรับไว้หมดแล้ว และทางธนาคารเองอาจสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มเติมขึ้น เช่น ทรนรงค์ลดโลกร้อนด้วยการลดการใช้ทรัพยากรกระดาษในการทำธุรกรรมโดนหันมาใช้การทำธุรกรรมผ่านช่องทางในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ลดการติดเชื้อจากโรคระบาด Covid19 จากการที่ต้องมาในจุดที่มีคนอยู่มากหรือมาใช้บริการมากและหันมาทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์แทน เป็นต้น ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการได้รับรู้ถึงการใช้งานเทคโนโลยีด้านการใช้งานง่ายและด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานทั้งสองด้านในเวลาเดียวกัน ทำให้ผู้ใช้บริการเองมีทัศนคติด้านบวกต่อการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และมีความต้องการที่อยากจะใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

### 5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยท่านอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจสามารถนำผลการศึกษานี้ไปศึกษาต่อยอดเพิ่มเติมได้ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ อาทิเช่น การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

5.4.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งผู้วิจัยท่านอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจอาจศึกษาเพิ่มเติมโดยการเก็บข้อมูลจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพิ่ม เช่น แบบสอบถามแบบออนไลน์ เพื่อง่ายต่อการเก็บรวบรวมข้อมูลและทันสมัยมากยิ่งขึ้น

5.4.3 การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งการวิจัยครั้งถัดไป อาจศึกษาจากกลุ่มประชากรที่เป็นลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดใกล้เคียงหรือจังหวัดอื่น ๆ มาวิเคราะห์หาความแตกต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเพื่อให้งานวิจัยสามารถอ้างอิงไปอย่างกว้างขวางได้

5.4.4 การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยท่านอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจอาจเพิ่มตัวแปรอิสระหรือเพิ่มตัวแปรกลางเข้ามาในงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.4.5 การศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้ทฤษฎีของ Mckechnie, Winklhofer and Ennew ซึ่งผู้วิจัยท่านอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจอาจศึกษาเพิ่มเติมได้ด้วยการเลือกแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หรือเปรียบเทียบสมมติฐานต่อไป

5.4.6 การศึกษาเรื่องการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้ทฤษฎีของ Davis, Bagozzi and Warshaw ซึ่งผู้วิจัยท่านอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจอาจศึกษาเพิ่มเติมได้ด้วยการเลือกแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หรือเปรียบเทียบสมมติฐานต่อไป

5.4.7 การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้ทฤษฎีของ กัลป์ยากร วรกุลสถฐานีย์ และ พรทิพย์ สัมปตตะวนิช ซึ่งผู้วิจัยท่านอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจอาจศึกษาเพิ่มเติมได้ด้วยการเลือกแนวคิดหรือทฤษฎีอื่น ๆ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หรือเปรียบเทียบสมมติฐานต่อไป





## บรรณานุกรม

- กัญญาพัฒน์ ทิมเล็ก. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินพิเศษของธนาคารออมสิน สาขาอยุธยาธรรม. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม).
- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- จักรพันธ์ ตัณห์ชัย. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันสิทธิพิเศษต่อความภักดีต่อตราสินค้า กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกาแล็กซี่ กีฟท์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- จิตดา แก้วแทน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- จิราภา รุ่งเรืองศักดิ์. (2557). การศึกษาการยอมรับและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการระบุตำแหน่ง (Location-based Services: LBS) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ฉลองขวัญ บุญรักษา. (2549). พฤติกรรมยอมรับและทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อเครื่องให้บริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ชยาภรณ์ กิตติสิทธิ์ชัย. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้จ่ายเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ชุดิวัดน์ ไวมะลา. (2562). คุณลักษณะของกลยุทธ์การตัดสินใจของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ชวีศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ชูโชค ทิปกาญจน์. (2557). ความพึงพอใจในการใช้บริการ “สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน” ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม).
- เดชาพล สอนสุข. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม).
- ตรีวุธ จันทร์จรูญจิต. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องตกแต่งรถจักรยานยนต์ผ่านสื่อออนไลน์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธนพร คำทิพย์ และ รวีดา วิริยกิจจา. (2561). แรงจูงใจและพฤติกรรมในการใช้บริการ Mobile-Banking ของธนาคารออมสิน กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน จังหวัดเพชรบูรณ์. ใน รายงานการประชุม นำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 13 (743-758). ปทุมธานี: สำนักบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ธนวรรธน์ สำนวนกลาง. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ “M - Banking”. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ธนาคารกสิกรไทย. (2562). เกี่ยวกับเรา. สืบค้นจาก <https://www.kasikornbank.com/th/about/Information/Pages/company-background.aspx>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS\\_Quarterly\\_Report/Payment%20Systems%20Insight/PS\\_%20Insight\\_2014Q1.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Quarterly_Report/Payment%20Systems%20Insight/PS_%20Insight_2014Q1.pdf)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). ธุรกรรมทางการเงินผ่าน Internet Banking. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/App/BTWS\\_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=688&language=TH](https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=688&language=TH)
- ธัญดา พิษณุสกุล และ สวัสดิ์ วรรณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารความเสี่ยงทางการเงินส่วนบุคคลของนิสิตมหาวิทยาลัยระดับปริญญาตรีในจังหวัดชลบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยศิลปากร, 38(3), 148 - 169.
- ธีรศักดิ์ คำแก้ว. (2558). การศึกษาความพึงพอใจของพนักงานที่ใช้แอปพลิเคชัน สั่งสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มือถือ: กรณีศึกษา ร้านโซล จังหวัดชลบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2557). การยอมรับอีเลิร์นนิ่งของนิสิตระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 7(1), 308 - 320.
- นภัสนันท์ ศรีธนะวิบูลย์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์แบบมัลติฟังก์ชันในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- นภัสนันท์ อติชาตนันท์. (2555). พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า iPad ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม).
- ปาริชาติ ประภาสย์. (2557). การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- พนิดา บุญธรรม. (2559). การจัดการทรัพยากรมนุษย์และความสมดุลชีวิตกับงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันในองค์กร : กรณีศึกษา บริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- พรชนก พลาบุลย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt pay) ของรัฐบาลไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- มนตรี ชาญสูงเนิน. (2548). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการสาขานาครในห้างสรรพสินค้า ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขาทีโอปอล์ ราชบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- มัลลิกา รัตนไพบูลย์วิทย์. (2558). การตอบสนองของสมาชิกบัตรในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อสิทธิประโยชน์ของบัตรเครดิตธนาคารทหารไทย. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ยูวดี จรรย์นันท์ศักดิ์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี. วารสารวิชาการฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย, 5(2), 253 - 263.
- รวีวรรณ ตั้งศิริเจริญ. (2549). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงคิงคอปอเรชั่น จำกัด สาขาประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วรรณพร สีนุสนธิ์. (2556). การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จังหวัดขอนแก่น. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วิมลรัตน์ เกตุโกมุท และ ศศิธร จัวนพันธ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง ยี่ห้อ อีซี่ โก ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(2), 412 - 429.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย. (2561). การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการซื้อผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ข้ามพรมแดน. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 40(157), 79 - 99.
- สัจจาภรณ์ ไชยเสนา. (2560). พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ของธนาคารพาณิชย์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สฤชัย อุปะเดียง. (2553). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สุทธิธิดา จันทร์โอกุล. (2558). อิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากที่กระทำผ่านอินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สุนันทา หลบภัย. (2558). การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งาน และความง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สุริพร ธรรมวาทีตย์. (2551). ทศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลบริษัท อีออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สุรีย์พร เหมือนหลิ่ง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล. (2555). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- อัจฉรา เฉลยสุข. (2556). อิทธิพลของบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าต่อพนักงาน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- อิสราวลี เนียมศรี. (2561). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- อภิวิทย์ ยิ่งยืนสถาพร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ห้องบันทึกเสียงสร้างมูลค่าสำหรับมัลติมีเดียและงานตัดต่อ. (การค้นคว้าปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Ali Sanayai and Ebrahim Bahmani. (2012). Integrating TAM and TPB with Perceived Risk to Measure Customers' Acceptance of Internet Banking. **International Journal of Information Science and Management**, Special Issue (ECDC 2012), 25-37. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/228530193.pdf>
- Faruq Muhammad Abubakar. (2013). The Moderating Effect of Technology Awareness on the Relationship between UTAUT Constructs and Behavioral Intention to Use Technology. **Australian Journal of Business and Management Research**, 3, 14 - 23. Retrieved from <http://www.ajbmr.com/articlepdf/aus-29-75i02n3a2.pdf>
- Goncalo Baptista and Tiago Oliveira. (2015). Understanding mobile banking: The unified theory of acceptance and use technology combined with cultural moderators. **Computers in Human Behavior Journal**, 50, 418 - 430. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/276414630\\_Understanding\\_mobile\\_banking\\_The\\_unified\\_theory\\_of\\_acceptance\\_and\\_use\\_of\\_technology\\_combined\\_with\\_cultural\\_moderators](https://www.researchgate.net/publication/276414630_Understanding_mobile_banking_The_unified_theory_of_acceptance_and_use_of_technology_combined_with_cultural_moderators)
- Il Im, Yongbeom Kim and Hyojoo Han. (2008). The effects of perceived risk and technology type on user's acceptance of technologies. **Journal of Information & Management**, 45, 1 - 9. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/223197575\\_The\\_effects\\_of\\_perceived\\_risk\\_and\\_technology\\_type\\_on\\_users'\\_acceptance\\_of\\_technologies](https://www.researchgate.net/publication/223197575_The_effects_of_perceived_risk_and_technology_type_on_users'_acceptance_of_technologies)
- Rachel E. Stuck and Bruce N. Walker. (2019). Risk Perceptions of Common Technologies. **Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society 2019 Annual Meeting** (pp. 1316 - 1320). Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1071181319631128>
- Rubio, Oubina & Villasenor. (2014). Brand awareness - Brand quality inference and consumer's risk perception in store brands of food products. **Journal of Food Quality and Preference**, 2014(32), 289 - 298. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/259136993\\_Brand\\_awareness-Brand\\_quality\\_inference\\_and\\_consumer's\\_risk\\_perception\\_in\\_store\\_brands\\_of\\_food\\_products](https://www.researchgate.net/publication/259136993_Brand_awareness-Brand_quality_inference_and_consumer's_risk_perception_in_store_brands_of_food_products)

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Song-yi Youn and Kyu-Hye Lee. (2019). Proposing value-based technology acceptance model: testing on paid mobile media service. **Fashion and Textiles**, **6**(13), 1 - 16. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.1186/s40691-018-0163-z.pdf>
- V. Venkatesh, J. Y. L. Thong, and X. Xu. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. **MIS Quarterly**, **36**(1), 157 - 178. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/41410412?seq=1>
- W. B. Lin, M. K. Wang, and K. P. Hwang. (2010). The combined model of influencing on-line consumer behavior. **Expert Systems with Applications**, **37**, 3236 - 3247. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2009.09.056>
- Wikipedia. (2020). **Technology acceptance model**. Retrieved from [https://en.wikipedia.org/wiki/Technology\\_acceptance\\_model](https://en.wikipedia.org/wiki/Technology_acceptance_model)
- Yong-Hui Li and Jing-Wen Huang. (2009). Applying theory of perceived risk and technology acceptance model in the online shopping channel. **World Academy of Science, Engineering and Technology** **29**, 913 - 919. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/c029/a14f26702778a88f3229fcd32483a0f4ed73.pdf>



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



## แบบสอบถาม

ชื่อเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม  
การใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าตัวเลือกที่ต้องการ

1. เพศ  
 1) ชาย  2) หญิง
2. อายุ  
 1) ต่ำกว่า 25 ปี  2) 25 ปี ไม่เกิน 35 ปี  
 3) 35 ปี ไม่เกิน 45 ปี  4) 45 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา  
 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี  2) ปริญญาตรี  
 3) มากกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ  
 1) พนักงานบริษัทเอกชน  2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 3) รับราชการ  4) เจ้าของกิจการ  
 5) รับจ้าง  6) อาชีพอิสระ  
 7) นักเรียน / นักศึกษา  8) พ่อบ้าน / แม่บ้าน
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท  2) 10,001 - 20,000 บาท  
 3) 20,001 - 30,000 บาท  4) 30,001 - 40,000 บาท  
 5) 40,001 - 50,000 บาท  6) 50,000 บาท ขึ้นไป

ปัจจุบันท่านใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เช่น KPlus K-Cyber Banking หรือไม่

- ใช่  ไม่ใช่

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามการรับรู้ความเสี่ยง

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด 5	เห็นด้วยมาก 4	เห็นด้วยปานกลาง 3	เห็นด้วยน้อย 2	เห็นด้วยน้อยที่สุด 1
<b>ด้านการเงิน</b>					
1. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสเกิดความผิดพลาดทางการเงินได้ง่ายกว่าการทำธุรกรรมช่องทางอื่น ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
2. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์อาจไม่ได้รับเงินคืนในกรณีที่ท่านทำธุรกรรมผิดพลาดด้วยตนเอง ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
3. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีการอัปเดตระบบเสมอซึ่งอาจทำให้ท่านมีค่าใช้จ่ายเพิ่มจากการที่อุปกรณ์ของท่านไม่รองรับ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
<b>ด้านความปลอดภัย</b>					
1. ท่านรับรู้ว่าการใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีโอกาสเกิดการโจรกรรมข้อมูลทางการเงินได้ง่ายกว่าการทำธุรกรรมช่องทางอื่น ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
2. ท่านรับรู้ข่าวสารว่ามีโปรแกรมที่สร้างขึ้นมาเลียนแบบระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารเพื่อหลอกลวงและต้องการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวทางการเงินของท่าน ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
3. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ต้องเชื่อมต่อกับสัญญาณอินเทอร์เน็ต อาจเป็นช่องทางให้รู้พฤติกรรมทางการเงินของท่านได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					

การรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยมากที่สุด 5	เห็นด้วยมาก 4	เห็นด้วยปานกลาง 3	เห็นด้วยน้อย 2	เห็นด้วยน้อยที่สุด 1
<b>ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ</b>					
1. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในการสมัครใช้งานต้องมีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวแก่ผู้ให้บริการ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
2. ท่านรับรู้ว่าการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นควรใช้บนสัญญาณอินเทอร์เน็ตส่วนตัวของท่าน ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
3. ท่านรับรู้ว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นควรดำเนินการด้วยตัวเองเพื่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
4. ท่านรับรู้ว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นผู้ให้บริการอาจเก็บข้อมูลของท่านไปวิเคราะห์พัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของทางธนาคารรวมถึงพันธมิตรทางธุรกิจ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					



### ตอนที่ 3 แบบสอบถามการยอมรับเทคโนโลยี

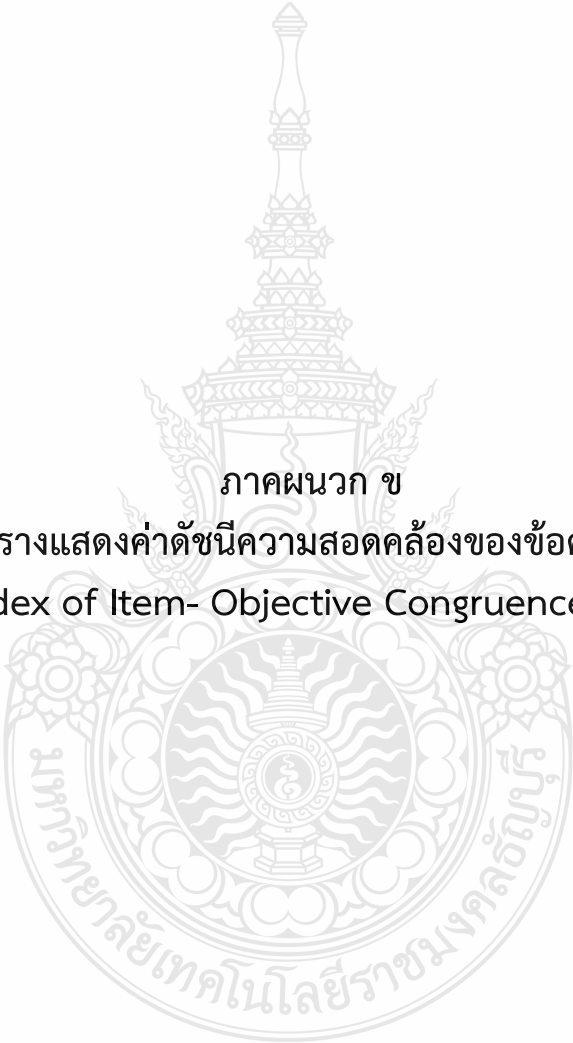
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การยอมรับเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด 5	เห็น ด้วย มาก 4	เห็นด้วย ปาน กลาง 3	เห็น ด้วย น้อย 2	เห็นด้วย น้อย ที่สุด 1
<b>การใช้งานง่าย</b>					
1. ช่องทางการสมัครใช้บริการ ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความสะดวกสบาย ขั้นตอนไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน					
2. การเข้าถึงระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีรูปแบบใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง					
3. วิธีการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความง่ายทั้งการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการ					
4. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถแก้ไขเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขบัญชีได้ง่ายทำได้ด้วยตนเอง เช่น การปรับเปลี่ยนวงเงินโอนในวันผ่านระบบแอปพลิเคชัน เป็นต้น					
5. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินอื่น ๆ ของธนาคารผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น					
<b>ประโยชน์จากการใช้งาน</b>					
1. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปติดต่อธนาคาร					
2. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ทำให้สะดวกสบาย เช่น สามารถใช้แทนเงินสด ชำระค่าสินค้าและบริการให้กับร้านค้าได้ทันที					
3. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือไม่เสียค่าธรรมเนียม					
4. การใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้บริการได้ทุกที่ ทุกเวลา					
<b>ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน</b>					
1. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางที่มีความทันสมัย					
2. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์มีความน่าเชื่อถือ					
3. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยลดเวลา และค่าใช้จ่ายในการไปติดต่อที่สาขาของธนาคาร					
4. ท่านคิดว่าการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น					

**ตอนที่ 4** แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการใช้บริการ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

พฤติกรรมการใช้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็น ด้วย มาก	เห็นด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ด้านแปรเปลี่ยนได้</b>					
1. ท่านจะอัปเดตอุปกรณ์ที่ใช้งานตามการอัปเดตของระบบให้เป็นเวอร์ชันปัจจุบันเพื่อให้สามารถใช้งานได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
2. หากอุปกรณ์ที่เคยสมัครใช้บริการของท่านมีการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้ไม่สามารถใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
3. เมื่อระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่ท่านใช้อยู่เกิดความไม่เสถียรจากการที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก ส่งผลให้ท่านไม่สามารถเข้าใช้งานระบบได้ ท่านยังคงใช้บริการต่อหรือไม่					
<b>ด้านปฏิสัมพันธ์</b>					
1. ท่านพึงพอใจการใช้งานระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และจะแนะนำบอกต่อให้บุคคลรอบข้างมาใช้บริการที่ท่านใช้อยู่					
2. ท่านพึงพอใจที่ธนาคารมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้ทราบเป็นประจำสม่ำเสมอ เช่น แจ้งช่วงระยะเวลาสำหรับการชำระค่าสินค้าหรือแจ้งวันเวลาการงดให้บริการเพื่อพัฒนาระบบ เป็นต้น					
3. ท่านพึงพอใจที่ธนาคารผู้ให้บริการระบบอิเล็กทรอนิกส์มีช่องทางช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาการใช้งานให้กับผู้ใช้งานตลอดเวลา					
<b>ด้านการแลกเปลี่ยน</b>					
1. ท่านพึงพอใจที่การใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถลดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าธรรมเนียมจากการโอนเงิน เป็นต้น					
2. ท่านพึงพอใจที่การใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถตั้งการทำธุรกรรมล่วงหน้าและดูประวัติการทำธุรกรรมย้อนหลังได้					
3. ท่านพึงพอใจที่การใช้ระบบธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์สามารถตอบสนองท่านได้มากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการ รวมถึงมีส่วนลดจากร้านค้าชั้นนำ					



ภาคผนวก ข  
ตารางแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม  
(Index of Item- Objective Congruence: IOC)

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม  
(Index of Item- Objective Congruence: IOC)

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความเที่ยงตรง ผู้เชี่ยวชาญประเมิน			ค่าความ เที่ยงตรงเชิง เนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		1	2	3		
การรับรู้ความเสี่ยงด้าน การเงิน	1	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
การรับรู้ความเสี่ยงด้าน ความปลอดภัย	1	0	+1	+1	0.67	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
การรับรู้ความเสี่ยงด้าน ข้อมูลส่วนตัวของ ผู้ใช้บริการ	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	4	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
การยอมรับเทคโนโลยีด้าน การใช้งานง่าย	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	4	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	5	+1	+1	+1	1	ผ่าน
การยอมรับเทคโนโลยีด้าน ประโยชน์จากการใช้งาน	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	0	0.67	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	4	+1	+1	+1	1	ผ่าน
การยอมรับเทคโนโลยีด้าน ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	4	+1	+1	+1	1	ผ่าน

ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม  
(Index of Item- Objective Congruence: IOC) (ต่อ)

ตัวแปร	ลำดับข้อ	การตรวจสอบความเที่ยงตรง ผู้เชี่ยวชาญประเมิน			ค่าความ เที่ยงตรงเชิง เนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		1	2	3		
พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านแปรเปลี่ยนได้	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านปฏิสัมพันธ์	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	0	+1	0.67	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน
พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านการแลกเปลี่ยน	1	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	2	+1	+1	+1	1	ผ่าน
	3	+1	+1	+1	1	ผ่าน





ภาคผนวก ค  
ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่น (Coefficient Alpha) ของแบบสอบถาม



ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha ซึ่งแต่ละตัวแปรต้องได้ค่าระหว่าง 0.6 - 1.0

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
<b>การรับรู้ความเสี่ยง</b>	
1. ด้านการเงิน	0.814
2. ด้านความปลอดภัย	0.820
3. ด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ	0.755
<b>การยอมรับเทคโนโลยี</b>	
1. ด้านการใช้งานง่าย	0.838
2. ด้านประโยชน์จากการใช้งาน	0.899
3. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	0.868
<b>พฤติกรรมการใช้บริการ</b>	
1. ด้านแปรเปลี่ยนได้	0.751
2. ด้านปฏิสัมพันธ์	0.789
3. ด้านการแลกเปลี่ยน	0.741
<b>ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ</b>	<b>0.914</b>



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวพิมนภัทร์ ฤทธิชัย
วัน เดือน ปีเกิด	วันอังคารที่ 31 ธันวาคม 2528
ที่อยู่	630/9 ถ.พหลโยธิน ต.ปากเพรียว อ.เมือง จ.สระบุรี 18000
การศึกษา	ปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์ สาขาสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2551 - 2552 พนักงานราชการ สำนักงานพลังงาน จังหวัดสระบุรี พ.ศ. 2553 - ปัจจุบัน บมจ.ธนาคารกสิกรไทย
เบอร์โทรศัพท์	061-971-9153
อีเมล	pimnaphat_r@mail.rmutt.ac.th

