



รายงานการวิจัย  
เรื่อง

การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อ  
การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

Perceived Risk and Trust Affecting  
the Selection to Use Financial Technology



โดย

ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

**ชื่อโครงการวิจัย:** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน  
**ชื่อผู้วิจัย:** ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์  
**ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ:** 2561

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินและศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน กลุ่มตัวอย่าง คือประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการ M-Banking มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุดด้านการเงิน และมีความไว้วางใจมากที่สุดด้านความสามารถในการให้บริการ ส่วน M-Wallet มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุดด้านการเงินและมีความไว้วางใจมากที่สุดด้านความซื่อสัตย์ ส่วนผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Banking และ M-Wallet พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking และ M-Wallet มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินในระดับสูง มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกและมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และส่วนผลการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Banking ได้แก่ ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ จะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking เพิ่มขึ้น ปัจจัยความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Wallet คือ ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวจะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet เพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ:** การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ เทคโนโลยีทางการเงิน

**Research Title:** Perceived Risk Trust Affecting the Selection to Use Financial Technology  
**Researcher:** Nachon Prayoonvong  
**Year :** 2018

### **Abstract**

This research study has the objectives To study the perception of risk Trust in the selection of financial technology To study the relationship between perception of risk and trust in the choice of financial technology and to study the influence of risk perception and trust of service users on the choice of financial technology. Sample group Is people living in the district of Bang Kruai Nonthaburi Province The questionnaire was used as a research tool. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation. Pearson's Correlation Coefficient Analysis And logistic regression analysis.

The results of the study showed that M-Banking users had the highest financial risk perception and the most trustworthiness in service capacity. M-Wallet had the highest financial and financial risk perception. Most trusted in honesty. The results of the study of the relationship between risk perception and trust in financial technology selection of M-Banking and M-Wallet found that M-Banking and M-Wallet risk perceptions were related to the reliability of M-Banking and M-Wallet. Trust in choosing a high level of financial technology Have positive correlation values and relate in a corresponding manner and the results of the study on the influence of risk perception and consumer trust on the choice of financial technology, it was found that the risk and trust factors influencing the choice of M financial technology. -Banking, including an honest trust This will increase the selection of financial technology M-Banking. The risk and trust factor influencing the choice of M-Wallet financial technology is that privacy risks increase the choice of M-Wallet financial technology.

**Keywords:** perception risk, trust, financial technology

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่ได้มอบทุนวิจัยประจำปี 2561 และด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล วิจิตรวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในการทำวิจัยส่งผลให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์

ตุลาคม 2563

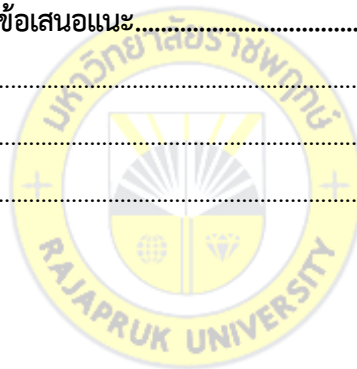


## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ .....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.4 สมมติฐานการวิจัย.....	2
1.5 ขอบเขตการวิจัย .....	2
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>6</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง.....	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ.....	14
2.3 เทคโนโลยีทางการเงิน.....	17
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	25
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>26</b>
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	27
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	28

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>29</b>
4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง .....	30
4.2 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้ M-Banking และ M-Wallet .....	36
4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการทางการเงิน.....	58
4.4 การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน.....	64
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>69</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	69
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	85
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	87



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	30
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ .....	30
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	31
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ .....	31
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกประเภทการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน.....	32
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามธนาคาร Banking.....	32
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกวัตถุประสงค์ในการใช้ M-Banking .....	33
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกการใช้บริการ M-Wallet .....	34
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกจำนวนความถี่การใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงินต่อเนื่อง .....	35
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking .....	36
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย M-Banking ....	37
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน M-Banking.....	38
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว M-Banking.	39
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา M-Banking.....	40
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ M-Banking..	41
4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางสังคม M-Banking .....	42
4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจของ M-Banking .....	43
4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจ ด้านความสามารถของ M-Banking.....	44
4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจ ด้านความหวังดีของ M-Banking .....	45
4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ของ M-Banking .....	46
4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงของ M-Wallet .....	47
4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย M-Wallet.....	48
4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน M-Wallet.....	49
4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว M-Wallet...	50
4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา M-Wallet.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ M-Wallet.....	52
4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางสังคม M-Wallet.....	53
4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจของ M-Wallet.....	54
4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจด้านความสามารถ M-Wallet.....	55
4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจด้านความหวังดี M-Wallet.....	56
4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ M-Wallet.....	57
4.32 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking.....	58
4.33 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet.....	61
4.34 การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking.....	64
4.35 การวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking.....	65
4.36 การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet.....	66
4.37 การวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet.....	67



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสภาวะการณ์ต่าง ๆ ในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงทิศทางของเศรษฐกิจที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน ซึ่งมีบทบาทในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มว่าจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการและสถาบันการเงินด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว ส่งผลให้สถาบันการเงินและสถานประกอบการต่าง ๆ มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินงาน และการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินอย่างครบวงจรให้สอดคล้องกับแนวทางการตามพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและยุทธศาสตร์ของประเทศ ทิศทางของแผนพัฒนา (เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564)

การประกอบธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology: FinTech) นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้หรือสร้างบริการทางการเงินมีการบริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัล การทำธุรกรรมผ่านออนไลน์เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงการบริการได้อย่างรวดเร็วและลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมอย่างมาก ทั้งนี้สถานประกอบการและสถาบันการเงินมีบริการรูปแบบใหม่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชน เช่น Mobile Wallet, Mobile Banking และ Prompt-Pay แม้ว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ จะช่วยทำให้การดำเนินงานของสถานประกอบการมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่หากขาดการบริหารความเสี่ยงที่ดี การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเงินต่าง ๆ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพและความเสี่ยงด้านสังคม (Hoyer & MacInnis, 1997)

เนื่องจากสถานประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) มีให้บริการมากขึ้น ทางสถาบันการเงินมีการลงทุนเพื่อกระตุ้นและสนับสนุนธุรกิจระยะเริ่มต้น (Startup) รวมถึงบุคลากรที่มีความสามารถในด้าน Fintech โดยมีการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการเงิน ความก้าวหน้าของธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้ธุรกรรมทางการเงินเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคส่วนหนึ่งหันมาใช้ธุรกิจเทคโนโลยี เพราะนิยมความสะดวก ลดความยุ่งยากในการเดินทางลดความยุ่งยากการติดต่อ การเข้าคิวตลอดจนภาวะยุ่งยากในการทำเอกสาร แต่เลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินบางประเภทเท่านั้น ขณะที่ผู้บริโภคบางส่วนยังไม่กล้าใช้ธุรกิจ เทคโนโลยีทางการเงิน การยอมรับในการใช้บริการที่มีต่อการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่น่าจะส่งผลต่อ

ความไว้วางใจของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการทั้งทางด้านความสามารถ ความหวังดีและความซื่อสัตย์ในการใช้บริการ (Mayer, 1995)

จากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินส่งผลให้ผู้บริโภคมีการทำธุรกรรมทางเทคโนโลยีการเงินมากขึ้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงพร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจให้กับผู้เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการส่งผลทำให้เกิดการยอมรับ โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการทางเทคโนโลยีทางการเงิน รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดสำหรับธุรกิจ Startup ต่อไป

## 1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 การรับรู้ความเสี่ยงความไว้วางใจ การเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินอยู่ในระดับใด
- 1.2.2 การรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจมีความสัมพันธ์หรือไม่
- 1.2.3 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจมีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินหรือไม่อย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงความไว้วางใจการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน
- 1.3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน
- 1.3.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

## 1.4 สมมติฐานการวิจัย

- 1.4.1 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- 1.4.2 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

## 1.5 ขอบเขตการวิจัย

### 1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

ตัวแปรต้น ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ดังนี้

#### 1. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

1.1 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

1.2 ความเสี่ยงด้านการเงิน

1.3 ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว

1.4 ความเสี่ยงด้านเวลา

1.5 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ

1.6 ความเสี่ยงด้านสังคม

#### 2. ความไว้วางใจ (Trust)

2.1 ความสามารถ

2.2 ความหวังดี

2.3 ความซื่อสัตย์

ตัวแปรตาม ได้แก่ การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ได้แก่ Mobile Wallet และ Mobile Banking

### 1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ชุมชนในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

### 1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัย ในช่วงเดือนเมษายน 2562 - มีนาคม 2563

### 1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยเฉพาะพื้นที่ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) หมายถึง ระดับความไม่แน่นอนที่ผู้ใช้บริการต้องเผชิญซึ่งอาจส่งผลเสียต่อผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน ในงานวิจัยนี้ แบ่งประเภทของการรับรู้ความเสี่ยงเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากผู้โจรกรรมข้อมูล (Hacker) ซึ่งมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้ใช้ธนาคารดิจิทัล เช่น วิธี Phishing การลักลอบดักเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการโดยใช้การปลอมตัว จากการกระทำดังกล่าวไม่เพียงแต่จะนำการสูญเสียทางการเงินของผู้บริโภคแต่ยังถือว่าเป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ ซึ่งถือว่าเป็นข้อ กังวลอย่างหนึ่งที่สำคัญของผู้ใช้บริการธนาคารดิจิทัล

2) การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในขณะที่ทำธุรกรรมการเงิน การชำระเงินผ่านทางธนาคารดิจิทัล เนื่องจากการใช้บริการไม่ปรากฏเอกสารที่มีการลงลายมือชื่อของพนักงานที่ทำการดำเนินงานเหมือนแบบธนาคารดั้งเดิม ทำให้การดำเนินการตามกฎหมายเป็นได้ลำบาก เมื่อผู้ใช้เกิดปัญหาในการทำธุรกรรมเพื่อร้องขอค่าชดเชยที่เกิดจากข้อผิดพลาดระหว่างการดำเนินการทางการเงิน

3) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) เป็นความเสี่ยงที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ด้วยตัวเองแต่ทำให้ ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการธนาคารดิจิทัล เช่น ความล้มเหลวของระบบธนาคารดิจิทัลหรือความเข้ากันได้ระหว่างเทคโนโลยีรูปแบบของใช้บริการ

4) การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) การสูญเสียเวลาและความไม่สะดวกที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากความล่าช้า ความยากลำบากในการปรับเปลี่ยนการใช้บริการจากแบบธนาคารดั้งเดิมหรือการเรียนรู้การใช้บริการธนาคารดิจิทัล รวมถึงข้อเสนอในการใช้บริการต้องใช้เวลาในการเรียนรู้มาก หรือทำให้ผู้บริโภคติดปัญหาอยู่กับการใช้หรือวิธีการใช้ธนาคารดิจิทัลในช่วงเวลาที่สำคัญทำให้เกิดความล้มเหลวที่มีผลต่อการทำธุรกรรมอย่างทันทีทันใด

5) การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) เกิดจากผลกระทบต่อผลลัพธ์ในการทำงาน ของธนาคารดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ ความถูกต้องของระบบรวมถึงระยะเวลาในการใช้บริการที่เหมาะสม เช่น ความเร็วของการดาวน์โหลดข้อมูล ที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของธนาคารดิจิทัลช้าลง รวมถึงความเสี่ยงของการให้บริการใหม่ ๆ ที่อาจจะไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

6) การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) การเข้าใช้บริการธนาคารดิจิทัลอาจส่งผลให้เกิดความไม่พอใจในกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัวที่สามารถส่งผลถึงความรู้สึกในมุมมองที่ดีหรือไม่ดีต่อผู้ใช้บริการ

1.6.2 ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง การเต็มใจ และยินยอมของผู้ที่ไว้วางใจต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ ซึ่งมีความเชื่อมั่นว่าจะได้รับการบริการอย่างเต็มความสามารถของการซื้อสัตย์สุจริต พร้อมทั้งมีระบบรองรับเพื่อสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส ในงานวิจัยนี้ แบ่งประเภทของความไว้วางใจเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) ความไว้วางใจด้านความสามารถ (Competence) คือ ทักษะหรือความรู้ของการให้บริการ รวมถึงชื่อเสียงของผู้ให้บริการ และความสามารถของการประมวลผลของข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ

2) ความไว้วางใจด้านความหวังดี (Benevolence) คือ ความรู้สึกที่อยากจะทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับผู้ที่ไว้วางใจผู้ให้บริการพร้อมทั้งมีระบบรองรับเพื่อสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส

3) ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ หรือความตรงไปตรงมา (Integrity) คือ ความสม่ำเสมอในการปฏิบัติหน้าที่ การให้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าใช้บริการด้วยความจริงใจตรงไปตรงมา และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้

1.6.3 เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech, Financial Technology) หมายถึง การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจด้านการเงิน การธนาคารการลงทุน เพื่อให้การบริการด้านการเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังอาจปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคไปสู่สิ่งใหม่ด้วย เช่น การทำแอปพลิเคชันขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมผ่านทางสมาร์ตโฟนได้ อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องไปติดต่อที่ธนาคาร

1.6.4 โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking or M – Banking) หมายถึง บริการสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือ

1.6.5 โมบายวอลเล็ต (Mobile Wallet or E - Wallet) หมายถึง การนำเงินไปใส่ลงในกระเป๋าเงินเสมือนผ่านวิธีการต่าง ๆ เช่น ชี้อัตริเติมเงิน โอนเงินจากบัญชีธนาคาร-บัตรเครดิต จากนั้นค่อยนำมูลค่าเงินเหล่านี้ไปใช้จ่ายใช้สอย ชื้อสินค้าตามแต่ที่ร้านค้าแต่ละรายจะรองรับบริการจ่ายเงินเท่านั้น ๆ ผู้ให้บริการกลุ่มนี้มีจำนวนเยอะที่สุด เช่น True Money, Blue Pay , mPay, AirPay, PaySocial, Rabbit LINE Pay เป็นต้น

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลวิจัยทำให้ทราบถึงความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

1.7.2 สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาปรับปรุงการให้บริการทางเทคโนโลยีทางการเงิน

1.7.3 สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดสำหรับธุรกิจ Startup

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ
- 2.3 เทคโนโลยีทางการเงิน
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

##### 2.1.1 การรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความสามารถในการประเมินค่าความเสี่ยงที่ลูกค้าต้องเผชิญในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งการมีความสามารถดังกล่าวที่แตกต่างกันของลูกค้า มีผลกระทบทำให้พฤติกรรมของลูกค้าแตกต่างกันออกไป ความไม่แน่ใจในผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ เป็นปัจจัยภายในซึ่งเป็นสิ่งหน่วงการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นสถานะที่ผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกขึ้นมาหรือเชื่อว่าจะมีความเสี่ยง หากตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ หรือผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกว่าจะเกิดผลเสียหายมากหากตัดสินใจผิดพลาด เป็นเหตุให้ชะลอการตัดสินใจ เพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม

ฉันทพล ขวนสมสุข. (2553). การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกสรรจัดระบบ และแปลความหมายของสิ่งเร้า ที่บุคคลสัมผัสได้ให้เป็นภาพที่มีความหมายตามความรู้สึกรูปแบบการตอบสนองของผู้บริโภคจะขึ้น อยู่กับการรับรู้ การตอบสนองต่อตัวกระตุ้นแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากการรับรู้ของบุคคลแต่ละคน มีประสบการณ์ในอดีตและแรงจูงใจของบุคคลจะทำให้เกิดการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อตัวกระตุ้นแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล แม้ว่าความรู้สึกของบุคคลทุกคนจะเกิดขึ้นเหมือนกัน คือ มีความรู้สึกจากการรับรู้ แต่การตอบสนองต่อความรู้สึกที่เกิดขึ้นของบุคคลจะมีการตีความหมายได้ต่างกัน ทำให้การรับรู้ของบุคคลที่ได้ออกมาต่างกัน การรับรู้ที่ต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมที่แสดงออกนั้นแตกต่างกันไปด้วย แรงจูงใจและการรับรู้ของบุคคลจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตนั้น สำหรับคนที่ต้องการความสะดวกจากการทำธุรกรรมเองได้ที่บ้านหรือที่ทำงานก็จะมองว่าเป็นบริการที่มีประโยชน์และลูกค้าอีกคนที่ไม่ต้องการเสียเวลาในการรอรับคิวเข้ารับบริการก็จะเห็นว่าการบริการธนาคารทาง

อินเทอร์เน็ตนั้นทำให้ประหยัดเวลาได้มากกว่า ส่วนบุคคลใดก็ตามที่ไม่มีความต้องการและแรงจูงใจเหล่านี้ก็จะเห็นว่าการใช้บริการทางธนาคารอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ได้อยู่ในความนึกคิดของบุคคลเลย ดังนั้นสิ่งที่บุคคลรับรู้จึงขึ้นอยู่กับความต้องการและแรงจูงใจของบุคคลรวมถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ความต้องการและแรงจูงใจก็มีความสำคัญต่อพฤติกรรมเป็นอย่างยิ่ง

ศุภร เสรีรัตน์ (2554) กล่าวว่า ความเสี่ยงที่รับรู้ (Perceived risk) นั้นไม่ได้จำกัดแค่การสูญเสียเงินทองเท่านั้น แต่รวมไปถึงการสูญเสียผลประโยชน์ หรือข้อเสียหายทั้งหมดที่อาจเกิดจากสถานการณ์การซื้อของ ความเสี่ยงที่รับรู้ได้อาจเป็นเรื่องของความไม่สะดวกของผู้บริโภคหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ หรือการสูญเสียสถานภาพที่ทางสังคมเหตุมาจากการซื้อสินค้า

สวรส อมรแก้ว (2555) ได้กล่าวถึงการรับรู้ความเสี่ยงว่า เป็นการรับรู้ถึงความไม่แน่นอน หรือไม่สามารถเห็นผลล่วงหน้าจากการตัดสินใจ จากความหมายนี้ชี้ให้เห็นจุดเด่น 2 ด้านของความเสี่ยงในการรับรู้ คือ ความไม่แน่นอน และผลที่สืบเนื่องจากความไม่แน่นอน สาเหตุที่ผู้บริโภครับรู้ความเสี่ยงในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ ผู้รับรู้ความเสี่ยง ได้เพราะมีประสบการณ์น้อย หรือไม่มีประสบการณ์ หรือเป็นการตัดสินใจเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ หรือ เป็นสิ่งใหม่ ๆ หรือผู้บริโภคอาจเคยได้รับความไม่พอใจกับผลิตภัณฑ์ตราอื่น ๆ และมีระแวงที่จะไม่ทำผิดพลาดเหมือนในอดีต ทั้งนี้หากทรัพยากรด้านการเงินมีจำกัด การเลือกผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งอาจต้องคำนึงถึงการใช้จ่ายอื่น ๆ ในอนาคตด้วย และผลสุดท้ายผู้บริโภคอาจรู้สึกว่ามีความรู้จำกัดเกี่ยวกับพื้นฐานของการตัดสินใจ หรือขาดความเชื่อมั่นในความสามารถในการตัดสินใจให้ถูกต้อง

สรารุช ควชะกุล (2557) ศึกษาความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านความปลอดภัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ของธนาคารมีข้อความตอบกลับทุกครั้งเพื่อยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมมากที่สุดด้านความเป็นส่วนตัวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ของธนาคารมีการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับมากที่สุด ด้านประโยชน์ที่ได้รับพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการมากที่สุด ด้านความสะดวกการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับธนาคารออนไลน์ช่วยให้ สะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น

Heng, Hock-Hai & Bernard (2005) อธิบายถึงการรับรู้ความเสี่ยงว่า ทศนคติเกี่ยวกับความเสี่ยงจะส่งผลเชิงลบและมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นและความตั้งใจกระทำการรับรู้ความเสี่ยง สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจ ด้านการกระทำ ด้านบุคคล และด้านความเป็นส่วนตัว

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการรับรู้ความเสี่ยง ได้ดังนี้ การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) หมายถึง ระดับความไม่แน่นอนที่ผู้ใช้บริการต้อง เผชิญซึ่งอาจส่งผลเสียต่อผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว การรับรู้ความเสี่ยงด้านผลการปฏิบัติงาน การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา

### 2.1.2 ความสำคัญของการรับรู้ความเสี่ยง

ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าคือ ระดับของความเสี่ยง ในการใช้บริการที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ ความเสี่ยงคือความไม่แน่นอนจากปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นเมื่อลูกค้าตัดสินใจใช้บริการ ลูกค้าจะสามารถป้องกันความเสี่ยงโดยอาศัยประสบการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบริการนั้น ๆ มาทำการช่วยในการวิเคราะห์ค่าของบริการ แต่เนื่องจากว่าในความเป็นจริง ลูกค้าจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับการใช้งานของบริการน้อยมากหรืออาจไม่มีเลยก็ได้ นอกจากนี้ลูกค้าอาจขาดความสามารถที่จะทำการตัดสินใจให้ถูกต้องเหมาะสม หรืออาจมีสถานการณ์บีบบังคับให้ลูกค้าต้องตัดสินใจทันที ซึ่งสาเหตุเหล่านี้ทำให้ลูกค้าต้องประสบกับความเสี่ยง ในการใช้บริการ หากลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการแต่ละช่องทางมากก็จะทำให้ลูกค้า มีตัวเลือกในการตัดสินใจในการทำธุรกรรมที่น้อยลง แต่หากผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงต่ำก็จะทำให้ลูกค้ามีตัวเลือกในการเลือกช่องทางของธนาคารเป็นจำนวนมาก ซึ่งการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของประเภทบริการเพื่อช่วยในการวางแผนการตลาดจะทำให้สามารถหากกลยุทธ์การตลาด วิธีการจูงใจลูกค้าให้หันมาใช้บริการของธนาคารที่มีประสิทธิภาพได้

### 2.1.3 ประเภทของการรับรู้ความเสี่ยง

Jacoby & Kaplan (1972) กล่าวว่าความเสี่ยงเป็นความสูญเสียของผู้บริโภคที่ได้ จากความขาดทุนของสินค้าที่ซื้อมาส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการซื้อ ทั้งนี้ได้ให้มิติความเสี่ยงออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านผลงาน ด้านจิตวิทยา ด้านร่างกาย ด้านสังคมและด้านเวลา

Gronroos (1982) นำเสนอแนวคิดที่บ่งชี้ว่า การรับรู้สัมผัสรู้ได้ถึงคุณภาพการบริการ (Perceived Service Quality - PSQ) และ คุณภาพโดยรวมที่ลูกค้ารับรู้ได้ (Total Perceived Quality) แนวคิดนี้มาจากการทำวิจัยที่เกี่ยวกับความประพฤติของผู้บริโภคกับผลลัพธ์ที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้เกี่ยวกับการบริการที่ได้คุณภาพ โดยคุณภาพบริการที่ผู้บริโภคจะสามารถรับรู้ได้นั้นเกิดจาก 2 ส่วน คือ คุณภาพที่ผู้บริโภคหรือลูกค้ามีความมุ่งหวัง (Expected Quality) และ คุณภาพอันเกิดขึ้นมาจากประสบการณ์เชิงชาวนุของผู้บริโภคเอง (Experienced Quality)



Parasuraman, Ziethaml & Berry (1985) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ พบว่าปัจจัยพื้นฐานของผู้บริโภคใช้ในการกำหนดเรื่องคุณภาพการบริการมี 10 ด้าน โดยการเก็บ รวบรวมข้อมูล 2 ทาง คือ ทางด้านการรับรู้และทางด้านการคาดหวัง มีรายละเอียด ดังนี้

1) การไว้วางใจได้ (Reliability) ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับขั้นตอนวิธีการบริการ ได้แก่ ให้ปฏิบัติบริการกับลูกค้าได้ถูกต้องตั้งแต่ตอนแรก และให้การปฏิบัติกับลูกค้าได้ถูกต้องตรงตามที่ได้สัญญาไว้กับลูกค้าด้วยความครบถ้วน

2) การสนองตอบต่อความประสงค์ (Responsiveness) ซึ่งก็คือการมีเจตนามุ่งมั่น มีความพร้อมของทีมงานและพนักงาน รวมไปถึงระยะเวลาที่มีความเหมาะสมในบริการด้วย เช่น พนักงาน แก้ปัญหาลูกค้าได้ ทันท่วงที่สามารถบริการได้รวดเร็วทันใจ

3) ความสามารถทักษะผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึงคุณสมบัติในการมีทักษะและความสามารถความรู้มีความเชี่ยวชาญ ชำนาญด้านบริการ นั่นคือ พนักงานต้องมีการใฝ่รู้ชำนาญ มี ทักษะ และมีความสามารถ

4) การเข้าถึงบริการ (Access) คือ ความคล่องตัว ความง่ายในการติดต่อและสื่อสาร เช่น สามารถโทรศัพท์ติดต่อได้ตลอดเวลา การบริการที่ให้แกลูกค้าต้องให้คำแนะนำสถานที่ และเวลา เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน ทำเลต้องมีความง่ายต่อการเดินทาง

5) การเอื้อเฟื้อมีอัธยาศัย (Courtesy) กล่าวคือ พนักงานต้องมีอัธยาศัยไมตรีมีความสุภาพ มีความนอบน้อม และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีรวมถึงการแต่งกายที่สุภาพและเหมาะสม

6) การติดต่อและสื่อสาร (Communication) คือ พนักงานสามารถที่จะอธิบายทุก ๆ เรื่องที่ ให้ลูกค้ามีความเข้าใจถูกต้อง ซึ่งควรสื่อสารที่ใช้ภาษาที่มีความเข้าใจง่าย เช่น ให้ข้อมูลในเรื่องบริการ รวมทั้งอัตราค่าบริการและส่วนลด

7) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ได้แก่ชื่อเสียงขององค์กร ลักษณะที่น่าเชื่อถือของพนักงาน ที่เจรจาต่อกับลูกค้า ความซื่อสัตย์น่าไว้วางใจ ความเชื่อถือได้และการเสนอบริการที่ยอดเยี่ยม ให้กับลูกค้า

8) ความมั่นคงมีความปลอดภัย (Security) หมายความว่า การนำส่งการบริการที่ไม่มีอันตรายแก่ลูกค้า ไม่มีความเสี่ยง และไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ความปลอดภัยของร่างกายทรัพย์สิน และความเป็นส่วนตัว

9) การเข้าใจเข้าถึงและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing the customer) ซึ่งคือ การเข้าใจว่าลูกค้ามีความประสงค์เป็นอย่างไร และเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการเฉพาะส่วนตัว มีการให้ความใส่ใจลูกค้าเฉพาะบุคคลและสามารถจำชื่อลูกค้าได้

10) การบริการแบบเป็นรูปธรรม (Tangibles) คือ คุณลักษณะกายภาพขององค์กร คุณลักษณะ ภายนอกพนักงาน รวมถึงอุปกรณ์ที่วัสดุที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

Featherman & Pavlou (2003) โดยเสนอความเสี่ยงในมุมมองของผู้ให้บริการธุรกรรม ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ความเสี่ยงในมุมมองของระบบการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ให้บริการเครือข่ายสัญญาณ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นที่มีอาจมีผลทำให้เกิดการสูญเสียจากการใช้บริการ ของธนาคารดิจิทัล การรับรู้ความเสี่ยงของธนาคารดิจิทัล (Hoyer & MacInnis, 1997) สำหรับงาน ศึกษาวินิจฉัยนี้จะพิจารณาความเสี่ยงมุมมองของผู้บริโภค ซึ่งสามารถแจกแจงปัจจัยความเสี่ยงที่สามารถ รับรู้ได้ ดังต่อไปนี้

1) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากผู้ โจรกรรมข้อมูล (Hacker) ซึ่งมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้ใช้ธนาคารดิจิทัล เช่น วิธี Phishing การลักลอบดักเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการโดยใช้การปลอมตัว (หรือเรียกว่าอีเมลหลอกลวง) (Entrust, 2014) จากการกระทำดังกล่าวไม่เพียง แต่จะนำการสูญเสียทางการเงินของผู้บริโภค แต่ยังถือว่าเป็น การละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ ซึ่งถือว่าเป็นข้อ กังวลอย่างหนึ่งที่สำคัญของผู้ใช้บริการธนาคาร ดิจิทัล (Littler & Melanthiou, 2006) ความรู้สึกว่าจะอาจ ไม่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการที่ เพียงพอ ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียต่าง ๆ เช่น การถูกโจรกรรม ทรัพย์สินผ่านทางเครือข่าย อินเทอร์เน็ต การถูกโจรกรรมโดยการแก้ไขเลขที่บัญชีปลายทางในระหว่างการโอน เงิน การถูก ลักลอบเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อด้าน ความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการในการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

2) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) เป็นการสูญเสียที่อาจจะเกิดขึ้น ในขณะที่ ทำธุรกรรมการเงิน การชำระเงินผ่านทางธนาคารดิจิทัล เนื่องจากการใช้บริการไม่ปรากฏเอกสาร ที่มีการลงลายมือชื่อของพนักงานที่ทำการดำเนินงานเหมือนแบบธนาคารดั้งเดิม ทำให้การดำเนินการ ตามกฎหมายเป็นได้ลำบาก เมื่อผู้ใช้เกิดปัญหาในการทำธุรกรรมเพื่อร้องขอค่าชดเชยที่เกิดจากข้อผิดพลาด ระหว่างการดำเนินการทางการเงิน (Kuisma, et al., 2007) หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความรู้สึกว่าการ ตัดสินใจใช้บริการในตอนนี้อาจจะไม่คุ้มค่า เพราะอาจจะมีบริการในลักษณะเดียวกัน ของ ธนาคารผู้ ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตรายอื่นที่น่าเสนออัตราค่าธรรมเนียม หรือสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ ดีกว่า กรณีเช่นนี้ ลูกค้าจะไม่ตัดสินใจใช้บริการตั้งแต่ครั้งแรก แต่จะสอบถามถึงอัตราค่าธรรมเนียม จากธนาคารผู้ให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตรายอื่น เพราะมีความเชื่อว่าจะต้องมีธนาคารพาณิชย์ อื่นที่ให้บริการด้วยอัตรา ค่าธรรมเนียมที่ถูกลงกว่า หรืออาจจะมีเงื่อนไขที่ทำให้อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ลงในอนาคต

3) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) เป็นความเสี่ยงที่ผู้บริโภคมีการรับรู้ด้วยตัวเองแต่ทำให้ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการธนาคารดิจิทัล เช่น ความล้มเหลวของระบบธนาคารดิจิทัล หรือความเข้ากันได้ ระหว่างเทคโนโลยีรูปลักษณะของผู้ใช้บริการ (Lim, 2003) ความรู้สึกว่าการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตนี้อาจจะไม่เหมาะกับตัวเอง ด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น ไม่เหมาะสมกับวัย หรือแม้แต่ความเสี่ยงที่เป็นผลกระทบต่อความรู้สึก เช่น การมีประสบการณ์การใช้งานที่ไม่ตรงกับ ความคาดหวัง หรือการเกิดข้อผิดพลาดจะส่งผลกระทบต่อจิตใจถูกกระทบกระเทือน ทำให้เกิดความเครียด หรือความกังวลใจ ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงด้านจิตใจ

4) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) การสูญเสียเวลาและความไม่สะดวกที่เกิดขึ้น เนื่องจากความล่าช้า ความยากลำบากในการปรับเปลี่ยนการใช้บริการจากแบบธนาคารดั้งเดิมหรือ การเรียนรู้การใช้บริการธนาคารดิจิทัล ซึ่งงานวิจัยของ Hoyer และ MacInnis (1997) สนับสนุน ความเสี่ยงด้านเวลาไว้ว่า การสูญเสียเวลาจากการศึกษาเรียนรู้วิธีการใช้งานและการเข้าถึง บริการของระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ถ้าข้อเสนอในการใช้บริการต้องใช้เวลาในการเรียนรู้มาก หรือทำให้ผู้บริโภคติดปัญหาอยู่กับการใช้หรือวิธีการใช้ธนาคารดิจิทัลในช่วงเวลาที่สำคัญ ทำให้เกิดความ ล้มเหลวที่มีผลต่อการทำธุรกรรมอย่างทันทีทันใด

5) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) เกิดจากผลกระทบต่อผลลัพธ์ใน การทำงานของธนาคารดิจิทัลที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ ความถูกต้องของระบบรวมถึงระยะเวลาใน การใช้บริการที่เหมาะสม เช่น คุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ความเร็วของการดาวน์โหลด ข้อมูล ที่อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของธนาคารดิจิทัลช้าลง รวมถึงความเสี่ยงของการ ให้บริการใหม่ ๆ ที่อาจจะไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (Hoffman & Novak, 1996) รวมถึง ปัญหาในการใช้งานของระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เช่น ข้อบกพร่อง หรือข้อผิดพลาดที่อาจ เกิดขึ้นในระหว่างการใช้บริการที่เกิดจากผู้ให้บริการ หรือระบบของการสื่อสาร ซึ่งอาจก่อให้เกิดความ เสียหาย อาทิ การถ่ายโอนเงินที่ไม่ตรงเวลา หรือ อุปสรรคในการเข้าสู่ระบบ หรือปัญหาการเข้าถึง หน้าเว็บไซต์ เป็นต้น (Laroche, Bergeron and Yang, 2004) ทั้งนี้ ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพยัง รวมถึง ความรู้สึกว่า หากตัดสินใจสมัครใช้บริการแล้วอาจจะใช้ไม่เป็น หรือใช้ผิดวิธีแล้วจะก่อให้เกิด ความเสียหาย

6) ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) การเข้าใช้บริการธนาคารดิจิทัลอาจส่งผลให้เกิด ความไม่พอใจ ในกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัวที่สามารถส่งผลถึงความรู้สึกในมุมมองที่ดีหรือไม่ดีต่อ ผู้ใช้บริการ การรับรู้ระดับบุคคลที่เกิดขึ้นจากบุคคลอื่น ซึ่งมีอิทธิพลแสดงความคิดเห็นว่าลูกค้าควรจะ ใช้งานระบบใหม่ ๆ หรือไม่ อิทธิพลนี้สามารถกำหนดให้เกิดการยอมรับหรือสร้างพฤติกรรมการใช้งาน เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ได้ (Venkatesh and Morris, 2000) และ อิทธิพลทางสังคมสามารถ

เทียบเคียงได้กับค่าเฉลี่ยทางความคิด (Subjective Norm) ซึ่งถูกกำหนดจากความคิดเห็นของผู้อื่น ทั้งนี้การที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตนั้น อาจมีเหตุผลมาจากการใช้งานของบุคคลในครอบครัว และอิทธิพลจากคนใกล้ชิด (Tator and Todd, 1995) เช่น ความรู้สึกที่ว่าคนรอบข้างจะไม่ยอมรับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือการถูกบิดเบือนความคิดและทัศนคติจากบุคคลรอบข้าง รวมถึงข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต หรือผลกระทบของการทำธุรกรรมผ่านทางธนาคารทางอินเทอร์เน็ต อาทิ การโจรกรรมข้อมูล หรือการหลอกลวงจากกลุ่มมิจฉาชีพ เป็นต้น

Martin & Camarero (2008 อ้างถึงใน จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์, 2558) ได้อธิบายว่าการรับรู้ความเสี่ยงที่ใช้สำหรับการซื้อสินค้าหรือใช้บริการออนไลน์ของลูกค้า นั้นขึ้นอยู่กับการรักษาความปลอดภัยของระบบ และมีการเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าที่เหมาะสมหากมีการนำเสนอข้อมูลขององค์กรและ ได้มีการอธิบายข้อมูลสินค้าหรือบริการครบถ้วนจะทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ

Manzano, Navarré, Mafé & Blas (2009) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของความมีนวัตกรรมของผู้บริโภค และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารออนไลน์ (The Role of Consumer Innovativeness and Perceived Risk in Online Banking Usage) ผลการศึกษาพบว่า ความมีนวัตกรรมของผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญในการสร้างและปรับปรุงการให้บริการของธนาคารออนไลน์หรืออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งบทบาทของการยอมรับเทคโนโลยีทั้งทางตรงและทางอ้อมมีผลต่อการลดการรับรู้ถึงความเสี่ยงของผู้บริโภคในการใช้ธนาคารออนไลน์

Shekha Patel Nirav Halvadia, Vipul Patel (2013) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงมีผลกระทบเชิงลบในขณะที่ความเชื่อมั่นมีผลกระทบเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้กำหนดความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผลลัพธ์ของการดำเนินการอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคทางการเงินผ่านการสูญเสียเงินหรือทรัพย์สินอื่น ๆ ลูกค้าหลายคนกลัวที่จะสูญเสียเงินขณะทำธุรกรรมหรือโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต

ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นอุปสรรคสำคัญในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการฉ้อโกงหรือแฮ็กเกอร์ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของผู้ใช้ธนาคารออนไลน์

ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) หมายถึง ความกังวลเกี่ยวกับการสูญเสียข้อมูลส่วนบุคคลที่ละเอียดอ่อนและเป็นกรรมสิทธิ์ รับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจเกิดขึ้น

ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการจะไม่ทำงานตามที่คาดไว้ ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพหมายถึงความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากข้อบกพร่องหรือความผิดปกติของเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

ความเสี่ยงทางสังคม (Social Risk) หมายถึง การซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอาจไม่ตรงตามมาตรฐานความคาดหวัง ความเป็นไปได้ที่การใช้ธนาคารออนไลน์อาจส่งผลให้เกิดการไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว ความคิดเชิงสร้างสรรค์และเชิงลบของสมาชิกครอบครัวและคนอื่น ๆ เกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

ในงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งประเภทของการรับรู้ความเสี่ยงเป็น 6 ประเภท ตามแนวคิดของ Hoyer & MacInnis (1997) คือ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพและความเสี่ยงด้านสังคม

#### 2.1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการรับรู้

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการรับรู้คือว่าสิ่งเร้าอย่างเดียวกันอาจจะทำให้คนสองคนเกิดการรับรู้ ที่ต่างกัน การที่ คนเราสามารถที่จะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้นั้น จะต้องมียปัจจัยหลาย ๆ การรับรู้ได้มาก หรือน้อยเพียงใดก็ขึ้นกับสิ่งที่ส่งผลต่อการตอบรับของเรา เช่น ประสบการณ์ต่าง ๆ วัฒนธรรม ซึ่งการที่บุคคลเลือกที่จะรับรู้ต่อสิ่งเร้าใจสิ่งใดอย่างหนึ่งในขณะใดขณะหนึ่งนั้น จึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีเป็นผลต่อ การตอบรับนั้น ซึ่งมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. สิ่งที่มีอิทธิพลภายนอก อันได้แก่ การเข้มข้นของสิ่งเร้า และขนาดของสิ่งเร้า (Intensively and Size) โดยเกิดการกระทำที่ต้องทำซ้ำ ๆ (Repetition) การมีการเคลื่อนไหว (Movement) และสิ่งที เกิดตรงกันข้าม (Contrast)

2. สิ่งที่มีอิทธิพลภายใน อันได้แก่ การคาดหวัง (Expectancy) แรงจูงใจ (Motive) ความใส่ใจ ความคิดจินตนาการ และความรู้สึกที่ เกิดขึ้นในรูปแบบอย่างที่ได้รับ ปัจจัยที่เป็นผลกับการรับรู้แบ่งได้ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะของผู้รับรู้กับลักษณะของสิ่งเร้า

2.1 ลักษณะของผู้รับรู้ได้มาจากการที่บุคคลแต่ละคนสามารถที่จะเลือกรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ว่ามาก่อนหรือมาทีหลัง รับรู้ว่ามีจำนวนมากหรือจำนวนน้อยเท่าไรนั้น ขึ้นกับลักษณะของผู้รับรู้เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง และยังแบ่งได้ 2 ด้าน

2.1.1 ด้านกายภาพ ซึ่งหมายถึง อวัยวะที่ใช้สัมผัสต่าง ๆ เช่น ตา หู จมูก ลิ้น และอวัยวะสัมผัส อื่น ๆ ปกติหรือไม่มีความรู้สึกในการสัมผัสว่ามีความสมบูรณ์หรือไม่เพียงใด ความพร้อมสมบูรณ์ ของอวัยวะสัมผัส จะทำให้เกิดการรับรู้ได้ดียิ่งขึ้น

2.1.2 ด้านจิตวิทยา ซึ่งหมายถึง ปัจจัยในด้านจิตวิทยาของบุคคลที่ทำให้เป็นผลต่อการรับรู้ นั้น มีหลายอย่าง ตัวอย่างเช่น การพิเคราะห์พิจารณา ความจำ ความตั้งใจ อารมณ์ ความใคร่รู้ความ พร้อม ประสบการณ์เชี่ยวชาญ ทักษะ สติปัญญา วัฒนธรรม และค่านิยม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมาจาก ประสบการณ์เชี่ยวชาญที่มีนอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ยังทำให้มีผลยืนยันรับรู้อัน ได้แก่ ประสิทธิภาพ ของอวัยวะสัมผัสต่าง ๆ สมองกับประสาทสัมผัสที่จะตอบสนองและประมวลผลชนิด และขนาด ของสิ่งเร้า ยกตัวอย่างเช่น บุคคลจะสามารถรับรู้สิ่งเร้ารวดเร็วและดีถ้าสิ่งเร้า นั้น ๆ มีความเข้มที่ มาก ขนาดของสิ่งเร้าสะกดตา

2.2 ลักษณะของสิ่งเร้า ได้มาจากการที่บุคคลแต่ละคนสามารถที่จะเลือกรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อน หรือหลัง มากหรือน้อยกว่าเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับว่าสิ่งเร้า นั้นมีการดึงดูดความน่าสนใจ มีความตั้งใจ ที่ดึงความตั้งใจและความสนใจ อันได้แก่ลักษณะกับคุณสมบัติของสิ่ง เร้าที่ จะทำให้เกิดซึ่ง การรับรู้ถ้าสิ่งเร้ามีลักษณะกับคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองธรรมชาติในการรับรู้ ของบุคคล ก็จะทำให้มีความตั้งใจในการรับรู้ดีมากยิ่งขึ้น

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ

### 2.2.1 ความไว้วางใจ (Trust)

Fishbein & Ajzen (1975) กล่าวว่า ความเชื่อของบุคคลมีความเชื่อมั่นไว้วางใจเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ซึ่งส่งผลต่อความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ

Morgan & Hunt (1994) กล่าวว่า ความ ไว้วางใจมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดลักษณะข้อผูกมัดเพื่อแสดงสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้า และองค์กรความไว้วางใจ คือ สภาพความเป็นจริงเมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่นโดยเป็นผู้ที่มี ส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (Integrity) โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและขนานกับกรอบแนวคิดทางการตลาดที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพ และจิตวิทยา

Mayer, et al. (1995) ได้อธิบายแนวคิดความไว้วางใจเป็นความตั้งใจกระทำภายใต้ ความเสี่ยงและพื้นฐานความคาดหวังทางบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล โดยประกอบด้วย 3 ปัจจัย

1. ความสามารถ (Competence) คือ ทักษะหรือความรู้ของการให้บริการ รวมถึงชื่อเสียงของผู้ให้บริการ และความสามารถของการประมวลผลของข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ

2. ความหวังดี (Benevolence) คือ ความรู้สึกที่อยากจะทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับผู้ที่ไว้วางใจผู้ให้บริการ พร้อมทั้งมีระบบรองรับเพื่อสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส

3. ความซื่อสัตย์ หรือความตรงไปตรงมา (Integrity) คือ ความสม่ำเสมอในการปฏิบัติหน้าที่ การให้ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าใช้บริการด้วยความจริงใจ ตรงไปตรงมา และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้

โดยทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจ และเป็นลักษณะที่ปรากฏอยู่ในตัวของผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ มักจะเป็นผู้ที่มีความตั้งใจจริง มีความจริงใจ มีความเสมอต้นเสมอปลาย และมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ว่ามีระดับความไว้วางใจมากน้อยเพียงใด (เช่น ในเชิงบวกความสามารถของระบบธนาคารดิจิทัล ความเอาใจใส่ การรักษาสัญญา และให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาของผู้ให้บริการธนาคารดิจิทัล และในเชิงลบการขาดความสม่ำเสมอในการให้บริการ การปฏิบัติไม่เป็นไปตามหลักการ เป็นต้น)

Ndubisi (2007) ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความภักดี และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกันระหว่างความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า ในการสร้างความมั่นใจของลูกค้าและการส่งมอบคุณภาพการบริการนำไปสู่องค์กรที่ส่งผลต่อการเพิ่มความไว้วางใจ ของลูกค้า มีการศึกษาความไว้วางใจหลากหลายสาขา รวมทั้ง ทางด้านจิตวิทยาและเศรษฐศาสตร์ในด้านจิตวิทยา จากการศึกษาที่ผ่านมา ความไว้วางใจโดยทั่วไปมุ่งเน้นในด้านลักษณะประจำตัวบุคคล (Personal Characteristics) ได้แก่ อุนิสัย ทศนคติ และแรงจูงใจ

Luo (2010) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นไว้วางใจจะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึงประโยชน์และ ความคุ้มค่าที่จะได้รับ ช่วยให้ผู้ใช้มีระดับการรับรู้ความเสี่ยงน้อยลงทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานที่มากขึ้น

สรุปได้ว่าความไว้วางใจ หมายถึง การเต็มใจยินยอมหรือเชื่อมั่นของผู้ที่ไว้วางใจต่อผู้ที่ได้รับ ความไว้วางใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ที่จะดำเนินต่อไปในการที่จะให้ผู้ที่ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ ได้กระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์และไม่เอาใจเอาเปรียบผู้ที่ไว้วางใจซึ่งไม่สามารถทำเองได้

### 2.2.2 แบบจำลองความไว้วางใจต่อเว็บ (Web Trust Model)

Stern (1997) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความไว้วางใจ (5C) ได้แก่

1) การสื่อสาร (Communication) ในลักษณะที่เปิดเผย แสดงถึงความจริงใจและเต็มใจในการให้บริการ

- 2) ความดูแลเอาใจใส่และการให้ (Caring and Giving) โดยแสดงให้เป็นที่สังเกตให้เพื่อ ผู้ใช้บริการรู้สึกได้ถึงความอบอุ่น เอื้ออาทร และเกิดความรู้สึกที่ดี
- 3) ข้อผูกมัด (Commitment) เพื่อความสัมพันธ์อันดีและผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการ
- 4) ความสะดวกสบาย (Comfort) ซึ่งมักจะถูกประเมินจากคุณภาพการให้บริการ
- 5) การแก้ไขสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง (Conflict Resolution) โดยแสดงความรับผิดชอบ หากเกิดปัญหาหรือข้อผิดพลาดใด ๆ ที่ จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พอใจ

Crotts & Turner (1999) ได้แบ่งรูปแบบของความไว้วางใจออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

- ระดับที่ 1 ความไว้วางใจแบบมีเหตุผล (Blind Trust) เป็นความไว้วางใจที่เกิดจากการไม่มีความรู้และเหตุผลอย่างเพียงพอ
- ระดับที่ 2 ความไว้วางใจแบบมีแผน (Calculative Trust) เป็นการพิจารณาเพื่อตัดสินใจโดยใช้ด้านค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์มาเป็นหลักเกณฑ์
- ระดับที่ 3 ความไว้วางใจที่พิสูจน์ได้ (Verifiable Trust) โดยให้มีการตรวจสอบการกระทำได้ เพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมในการให้ความไว้วางใจ
- ระดับที่ 4 ความไว้วางใจที่ได้จากอีกฝ่าย (Earned Trust) เกิดจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง
- ระดับที่ 5 ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Reciprocal Trust) เกิดจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้น ระหว่างทั้งสองฝ่าย

McKnight et al. (2002 อ้างถึงใน ลินดา หลวงมาลัย, 2554) ได้ศึกษาและพัฒนา เครื่องมือวัดความไว้วางใจที่เที่ยงตรงสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce) โดยแบบจำลองแสดงว่า ความไว้วางใจเกิดขึ้นได้จาก องค์ประกอบ 2 ด้าน คือความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ก่อนที่จะนำไปสู่การแสดงผลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

1) ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) คือ การที่บุคคลแสดงความเชื่อมั่นใน บุคคลอื่นหรือสถานการณ์ใด ๆ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบดังนี้

1.1) ความสามารถ (Competence) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความสามารถ ที่จะกระทำในสิ่งที่ผู้อื่นต้องการได้สำเร็จลุล่วง



1.2) ความหวังดี (Benevolence) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งใส่ใจต่อความเป็นอยู่ที่ดี

1.3) ความซื่อสัตย์ (Integrity) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีเจตนาปฏิบัติตาม ข้อตกลงโดยบอกความจริงและกระทำตามสัญญาที่ได้ให้ไว้

2) เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) คือ การที่บุคคลเกิดความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ในบุคคลอื่นหรือสถานการณ์ใด ๆ และยินดีที่ปฏิบัติตามหากได้จะรับความแนะนำ จากบุคคลนั้นหรือตัดสินใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยใช้ข้อมูลจากสถานการณ์นั้น ๆ

ในงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งประเภทของความไว้วางใจ 3 ประเภท ตามแนวคิดของ Mayer และคณะ (1995) คือ ความไว้วางใจด้านความสามารถ ด้านความหวังดีและด้านความซื่อสัตย์หรือความตรงไปตรงมา

## 2.3 เทคโนโลยีทางการเงิน

เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech, Financial Technology) หมายถึง การนำเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจด้านการเงิน การธนาคาร การลงทุน เพื่อให้การบริการด้านการเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น และยังอาจปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคไปสู่สิ่งใหม่ด้วย ซึ่งการทำแอปพลิเคชันเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมผ่านทางสมาร์ทโฟนได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องไปติดต่อที่ธนาคาร

### 2.3.1 พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ (2542) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: E-Commerce) หมายถึง การดำเนินการทางเศรษฐกิจใด ๆ ที่กระทำบนเครือข่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ การดำเนินการทางเศรษฐกิจดังกล่าวอาจรวมถึง การออกแบบ การผลิต การโฆษณาสินค้า การค้าทั้งปลีกและส่ง การทำธุรกรรมตลอดจนการชำระเงิน ส่วนเครือข่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์อาจรวมถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทั้งเครือข่ายภายในระหว่างองค์กรเครือข่ายเอกชน ระหว่างองค์กรหรือเครือข่ายสาธารณะ เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสื่ออินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ และเครือข่ายโทรศัพท์

ประสิทธิ์ วรรณตราวิช (2543) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การค้าขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต ระบบออนไลน์ระหว่างองค์กร EDI แฟกซ์ แม้กระทั่งการใช้สื่อโทรศัพท์ในการทำธุรกิจขายตรงให้กับลูกค้าโดยตรง

อัจฉรา จันทรวงศ์ และ ศรีรัตน์ จงเจริญมณีกุล (2543) พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่เป็นการซื้อขายสินค้าหรือบริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ประเภทต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร มีลักษณะที่สำคัญคือ ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อกันได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าและบริการของตนเองไปได้ทั่วโลก

นภดล กมลวิลาสเสถียร (2544) พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึงการพาณิชย์ที่ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์เป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการต่าง ๆ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หมายถึงการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเครือข่ายการสื่อสาร เพื่อให้บรรลุแก่กิจกรรมนั้น ๆ

### 2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Foster (1973) กล่าวถึงความหมายของการยอมรับไว้ว่า เป็นการที่บุคคลได้เกิดการเรียนรู้จากขั้นตอนกระบวนการต่าง ๆ ด้วยตนเอง และเกิดความเต็มใจในการกระทำพฤติกรรมนั้น เมื่อแน่ใจว่าได้รับประโยชน์

F.D. Davis (1989) ตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่

1. ตัวแปรภายนอก (External variables)
2. การรับรู้ถึงประโยชน์จากเทคโนโลยี (Perceived usefulness หรือ PU)
3. การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use หรือ PEOU)
4. ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) ทศนคติที่มีต่อการใช้งานได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีและการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีและส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด

Rogers (2003) กล่าวว่า การยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการรับรู้ถึงประโยชน์ในกระบวนการนั้น ซึ่งอาจใช้เวลาต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะนวัตกรรมโดยกระบวนการทางจิตใจของบุคคลที่เกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม เรียกว่า กระบวนการยอมรับ (Adoption Process) ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีแนวคิดดังนี้

ขั้นแรก เป็นขั้นตื่นตัว โดยบุคคลจะมีการรับรู้ถึงนวัตกรรมใหม่ ๆ แต่ยังไม่มีความรู้เพียงพอในการใช้นวัตกรรมนั้น

ขั้นที่สอง เป็นขั้นสนใจ บุคคลจะเริ่มให้ความสนใจและศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้ งานนวัตกรรมนั้น

ขั้นที่สาม เป็นขั้นประเมินผล พิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้รับ ความสำคัญ และความเสี่ยงที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้นมาใช้

ขั้นที่สี่ เป็นขั้นทดลอง โดยจะมีการนำนวัตกรรมนั้นมาลองใช้เพื่อศึกษาว่า ประโยชน์ที่ได้รับ นั้นเหมาะสมหรือตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานหรือไม่ 19 และขั้นที่ห้า เป็นขั้นยอมรับนวัตกรรมนั้นมาใช้อย่างสม่ำเสมอ

### 2.3.3 พาณิชย์เทคโนโลยีทางการเงิน

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ Mobile Banking หมายถึง การประกอบธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์หรือระบบ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือ อินเทอร์เน็ต มีการให้บริการเช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน เป็นต้นโดยในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ยังสามารถ พัฒนาได้อีกเรื่อย ๆ เพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความรวดเร็วและสะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้นและประหยัดทรัพยากร

กระเป๋าสตางค์ออนไลน์ (Mobile Wallet) หมายถึง รูปแบบการจ่ายเงินแบบใหม่ที่ถูก พัฒนาจากการนำเอาระบบดิจิทัลมาใช้ ในการบันทึกข้อมูลช่องทางการชำระเงินทั้งหมดไว้ในสมาร์ตโฟน เช่น บัญชีธนาคาร บัตรเครดิต เช่น ในหลายประเทศ ทั้งห้างค้าปลีกในอังกฤษ หรือญี่ปุ่น ขณะนี้ก็สามารถนำสมาร์ตโฟนไปแสกนเวลาชำระเงินได้ทันที โดยระบบจะตัดเงินจากบัญชีที่ผูกไว้ ใบเสร็จดิจิทัลก็จะส่งเข้าโทรศัพท์ทันที ทำให้สามารถเก็บประวัติการจ่ายเงินเพื่อนำมาบริหารจัดการได้ ขณะเดียวกันร้านค้าจะเก็บประวัติข้อมูลการสั่งซื้อของได้เช่นกัน รวมถึงการทำโปรโมชั่นส่งคูปอง ส่วนลดมาให้ลูกค้าประจำของร้านผ่าน Digital Wallet เพื่อจูงใจในการซื้อสินค้าครั้งถัดไป ระบบการ ชำระค่าสินค้าหรือบริการผ่านแอปพลิเคชัน หรือโซลูชัน ด้วยบัตรเครดิตหรือเงินสด โดยไม่ต้อง เดินทางไปติดต่อกับธนาคารโดยตรง โดยผู้พัฒนาแอปพลิเคชันหรือระบบจะเป็นตัวกลางในการติดต่อ และเชื่อมต่อระบบให้กับร้านค้าเมื่อมีการอนุมัติให้ใช้บริการ เป็นการจ่ายเงินที่ใช้มือถือ หรือเรียกว่า Mobile Payment ที่ฝังในมือถือ Android รุ่นใหม่ ในการแตะเพื่อชำระเงิน ณ จุดชำระเงินต่าง ๆ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต รถไฟฟ้า ร้านกาแฟ เป็นต้น ผู้ถือสมาร์ตโฟน เมื่อดาวน์โหลดแอป E-Wallet จะทำให้การจับจ่ายซื้อของสะดวกขึ้น เมื่อจะจ่ายเงินก็แค่สแกนสมาร์ตโฟนกับเครื่องที่ติดตั้งไว้ ใส่รหัส หรือ PIN code เงินสดจะถูกหักจากโทรศัพท์ บางระบบสามารถหักผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตได้ ผู้ให้บริการบัตรเครดิต

ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน. (2560) ปัจจุบันประชากรไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เพียง 18.3 ล้านคน หรือคิดเป็น 28% ของประชากรทั้งหมด ถือเป็นสถิติ ส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับ

ประเทศ เพื่อนบ้าน อาทิ สิงคโปร์ ที่ประชากรเกินครึ่งประเทศเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จึงทำให้การทำธุรกรรม ออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้สมาร์ตโฟนของประเทศไทยพบว่า มี แนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุค ของ Gen Y (Generation Y) คนกลุ่มนี้มี สัดส่วนประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรทั้งประเทศและเป็นคนรุ่นใหม่ที่สนใจเทคโนโลยี หลงใหล โอบายแอปพลิเคชัน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันอนาคตปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือของประเทศไทยจะมีอัตราที่เพิ่มขึ้น ถึงแม้ปัจจุบัน ปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือ จะมีสัดส่วนเพียง 6% ปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือของไทยมีสัดส่วนที่น้อย เมื่อเทียบกับ ต่างประเทศ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในความปลอดภัย และนิยมที่จะทำธุรกรรม ผ่านทางสาขามากกว่าแบรนด์และความเชื่อถือของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และเป็น สิ่งที่ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกับธนาคารแบบดั้งเดิม โดยธนาคารที่ แสดงให้ลูกค้าเห็นถึงความน่าเชื่อถือความซื่อสัตย์การรักษาความปลอดภัย และคุณภาพที่ได้รับ หน่วยงานกำกับจำเป็นต้องปรับปรุงกฎเกณฑ์การกำกับ ดูแลผู้ให้บริการ Mobile banking ให้มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในระบบ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือ นอกจากนี้จะสะดวกรวดเร็วและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค ยุคใหม่ แล้ว ยังช่วยให้ประชาชนในเขตห่างไกลเข้าถึงบริการของธนาคารได้สะดวกมากขึ้น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบโทรคมนาคมและโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ภายในประเทศให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และเพื่อให้ทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการพัฒนาระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ และพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่การผลักดันโครงการ National e-Payment บริการพร้อมเพย์ และการขยายเครื่องรับบัตรเดบิต หรือ EDC ไปทั่วประเทศ ซึ่งมียอดผู้ทะเบียนพร้อมเพย์แล้วถึง 32 ล้านเลขหมายและมีการโอนเงินสะสมกว่า 1แสนล้านบาท การปรับเปลี่ยนให้บัตร ATM และบัตรเดบิตเป็นแบบ Chip Card ภายในปี 2562 เพื่อเพิ่มความปลอดภัยของการใช้บัตรและยกระดับความปลอดภัยบริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยร่วมมือกับสำนักงาน กสทช. และสมาคมโทรคมนาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ซึ่ง Mobile Payment จะเป็นช่องทาง ชำระเงินที่สำคัญในอนาคต เนื่องจากปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นถึง 100% ในปีที่ผ่านมา ความปลอดภัยจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องดูแล การนำหลักการ Regulatory Sandbox มาใช้ เพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรม ทางการเงิน เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทางการเงิน ทั้งที่เป็นสถาบันการเงิน และ Fintech startup นำนวัตกรรมทางการเงินมาทดสอบภายใน ขอบเขตที่จำกัด ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปกับการควบคุมความเสี่ยง สนองความ ต้องการของผู้ใช้บริการและลดข้อจำกัดด้านการกำกับดูแล มีหลายโครงการเช่น การใช้เทคโนโลยี Blockchain,

Biometric และ QR Code Payment และการเสนอ พ.ร.บ. ระบบการชำระเงินมาใช้ใน การกำกับดูแลธุรกิจด้านการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ร่วมกับกระทรวงการคลังฯ เสนอ กฎหมายใหม่เพื่อใช้ดูแลระบบการชำระเงินที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็วในยุคที่เทคโนโลยีมี ความก้าวหน้าอย่างกว้างไกล เพื่อให้การกำกับดูแลมีความยืดหยุ่นทันสมัย เอื้อต่อการส่งเสริม นวัตกรรมและเป็นไปตามมาตรฐานสากลขณะเดียวกันก็มีความปลอดภัยผู้ใช้บริการได้รับการ ค้ำครองดูแล สิ่งเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมการเข้าถึงบริการทางการเงินของทุกภาคส่วน และยกระดับ โครงสร้างพื้นฐานทางการเงินของประเทศให้มีประสิทธิภาพ ปลอดภัย ลดต้นทุน และสนับสนุน การต่อยอดนวัตกรรมทางการเงิน (ฤทัยภัทร ท้าว่อง, 2557)

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หทัยกาญจน์ วรรัตนสิทธิโชค (2551) วิจัยเรื่องการยอมรับบริการซื้อขายกองทุนรวม ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ลงทุน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท และเคยใช้บริการซื้อขายกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ผู้ลงทุนที่มีอายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน มีระดับขั้นของกระบวนการยอมรับต่างกัน ส่วนเพศต่างก็มีการยอมรับบริการในภาพรวมและขั้นเกิดความสนใจต่างกัน ความสามารถและทักษะทางคอมพิวเตอร์รวมทั้งคุณลักษณะของนวัตกรรม มีผลต่อกระบวนการยอมรับบริการซื้อขายกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ต

ณัฐดนัย ใจชน (2555) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่าอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เงินเดือนที่แตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดต่างกัน และปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ เหตุผลที่ใช้ธนาคารพาณิชย์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ

ภาวิดา หม่อมปรัด (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความไว้วางใจในความปลอดภัยของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ทำธุรกรรมมีความพึงพอใจในด้านของเทคโนโลยีทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ในระดับที่ดี ด้านของขั้นตอนการใช้ ด้านความปลอดภัย ในระดับปานกลาง ด้านความถูกต้องและปัจจัยที่มีผลต่อการไว้วางใจ คือ รับประกันการผิดพลาดที่เกิดจากธนาคารทุกกรณี ทำให้มีผู้ใช้บริการมากขึ้น

สุวิมล มธูรส (2556) การรับรู้การโฆษณาธนาคารทางโทรทัศน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการรับรู้การโฆษณาธนาคารทางโทรทัศน์

แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีเพียงด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้โฆษณา ด้านธนาคาร ให้บริการการฝาก – ถอน เงินต่างสาขามีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้โฆษณาธนาคารทางโทรศัพท์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

ยุวดี จรรย์านันท์ศักดิ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา อุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำ ธุรกรรมทางการเงิน ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี ศึกษาปัจจัยที่ นำสู่โอกาสการเกิดความเสี่ยงมีผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรม ทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้ หรือเคยใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี มีจำนวน 290 คน พบว่า ปัจจัยที่นำสู่โอกาสเกิดความเสี่ยงด้านความ ปลอดภัยด้านมิจฉาชีพ และด้านสถานที่มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตใน การทำธุรกรรม ทางการเงินของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี ส่วน ปัจจัยด้านบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรม ทางการเงินของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี ปัจจัยที่นำสู่โอกาส เกิดความเสี่ยงปัจจัยด้านสถานที่ ด้านปลอดภัย และด้านมิจฉาชีพส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตในการทำธุรกรรมทางการเงินของ ลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา อุบลราชธานี ส่วนปัจจัยด้านบุคคลไม่ส่งผลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตในการทำ ธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี

ธนภรณ์ แสงโชติ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน FinTech Adoption of MyMo Mobile Banking in Government Saving Bank การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน และเพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการ ยอมรับ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ในการทำธุรกรรม ทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้แอปพลิเคชัน MyMo ใน จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน ประกอบด้วย 4 มิติ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) คุณภาพของระบบ (System Quality) ถูกรวมเป็น องค์ประกอบเดียว คือ มาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of Confidentiality) (2) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ถูกรวมเป็นองค์ประกอบเดียว คือ ข้อมูลถูกต้องและ

เข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability) (3) คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) และความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) และ (4) คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics) ถูกรวมเป็นองค์ประกอบเดียว คือ ความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application) ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของธนาคารออมสินได้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ เทคโนโลยีทางการเงินได้มากที่สุด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

Aldas-Manzano, Lassala-Navarre, Ruiz-Mafe & Sanz-Blas (2009) ได้ศึกษาเทคโนโลยีผู้บริโภคและการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้ธนาคารออนไลน์ ใช้เป็นปัจจัยหลักในการวิจัยที่มีผลทางบวกต่อการใช้งานธนาคารออนไลน์ และมีผลทางตรงการลดความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภค ผลงานวิจัยพบว่านวัตกรรมผู้บริโภคคือสิ่งสำคัญของการทำให้ระบบของธนาคารออนไลน์ดีขึ้นและสามารถทำให้ลดความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคในการใช้งานบริการทางการเงินบนอินเทอร์เน็ตได้ ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้งานธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตที่ระดับนัยสำคัญ .01 โดยมีความสัมพันธ์กันร้อยละ -28.0 ขณะที่นวัตกรรมผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามในการรับรู้ความเสี่ยงมีผลความสัมพันธ์ร้อยละ -9.0 ทำให้เห็นได้ถึงถึงการรับรู้ความเสี่ยงมีระดับน้อยลง

Lewis , et al (2010) ที่ทำการพยากรณ์ผู้ใช้บริการธนาคารดิจิทัลผ่านทางโทรศัพท์มือถือของกลุ่มวัยรุ่นในประเทศเยอรมัน พบว่า การแพร่กระจายนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลกับการยอมรับการใช้บริการธนาคารดิจิทัลในประเทศเยอรมนี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Jabri และ Sohail (2012) ที่ให้ข้อค้นพบการใช้บริการธนาคารดิจิทัลผ่านทางโทรศัพท์มือถือในซาอุดีอาระเบียว่า หากมีการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ดีส่งผลทำให้ผู้ใช้รู้สึกถึงการลดความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารดิจิทัลได้

Crawford & Di Benedetto (2014) ความเสี่ยง หมายถึง ความเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดความไม่แน่นอน ส่งผลให้การพัฒนานั้นประสบผลสำเร็จ หรือล้มเหลว อาจเกิดจาก หลายๆ ประการ ซึ่ง Mckechnie, Winklhofer และ Ennew (2006) มีการมุ่งเน้นการยอมรับความเสี่ยงในมิติด้านการเงิน ความปลอดภัยในการใช้งาน และข้อมูลส่วนตัวซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ใน สถานการณ์ มีผลในเชิงลบและผลกระทบ ที่จะตามมาซึ่งเป็นที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ การรับรู้ความเสี่ยงเป็นอีกหนึ่งตัวแปรหลักที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เป็นสภาวะที่มีความกังวลหากตัดสินใจ และจะเกิดข้อผิดพลาด จนเกิดการตัดสินใจและไม่เกิดการยอมรับใช้ ซึ่งแต่ละมิติของความความเสี่ยงนิยามความหมาย 4 ปัจจัย ดังนี้

(1) ความเสี่ยงด้านความสามารถการใช้งาน (Performance) หมายถึง ความกังวลในการใช้บริการจะไม่สามารถสร้างประโยชน์ได้จริงและไม่มี ประสิทธิภาพเพียงพอตรงตามที่ต้องการของผู้ใช้บริการ

(2) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ทัศนคติความเชื่อด้าน ความเป็นส่วนตัวของผู้ให้บริการทั้งธนาคารพาณิชย์และผู้ให้บริการเครือข่าย การสื่อสารในการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ หรือถูกลักลอบนำข้อมูลส่วนตัว หรือสิทธิเข้าใช้ระบบซึ่งรวมถึงความปลอดภัยที่ผู้ให้บริการพึง จะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี เพื่อป้องกันหรือปกป้องข้อมูลที่เป็น ความลับไม่ให้ถูกเผยแพร่โดยมิได้รับอนุญาต เช่น การถูกโจรกรรมทรัพย์สิน ผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ การถูกโจรกรรมโดยแก้ไขเลขที่บัญชี ปลายทางในระหว่างโอนเงิน เป็นต้น

(3) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Finance) หมายถึง ทัศนคติ ความเชื่อ เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายหรือจำนวนเงินที่อาจสูญเสียมากกว่าปกติจากการใช้ บริการ

(4) ความเสี่ยงด้านระยะเวลา (Time) หมายถึง ความเสี่ยงด้านเวลาของ ผู้ใช้บริการ ความเอื้ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการต่อช่วงเวลา และคุ่มค่าในการสูญเสียเวลาตามความคาดหวังในการบริการของเทคโนโลยีใน การทำธุรกรรมทางการเงิน การนิยามการรับรู้ความเสี่ยงในมิติต่าง ๆ มีจำนวนมาก แต่ยังคงแนวความคิดที่คล้ายกันหรือซ้ำกัน โดยเสนอความเสี่ยงในมุมมองการพิจารณาของผู้ให้บริการ ได้แก่ ธนาคาร มุมมองระบบการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ให้บริการ และมุมมองของผู้ใช้บริการ จึงสามารถแจกแจงปัจจัย ความเสี่ยงออกได้ 4 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ด้านการเงิน ด้านความปลอดภัยของการใช้บริการและความเสี่ยงด้านเวลาผู้บริการที่เกิดขึ้นที่ส่งผลต่อความต้องการใช้บริการ M – Banking

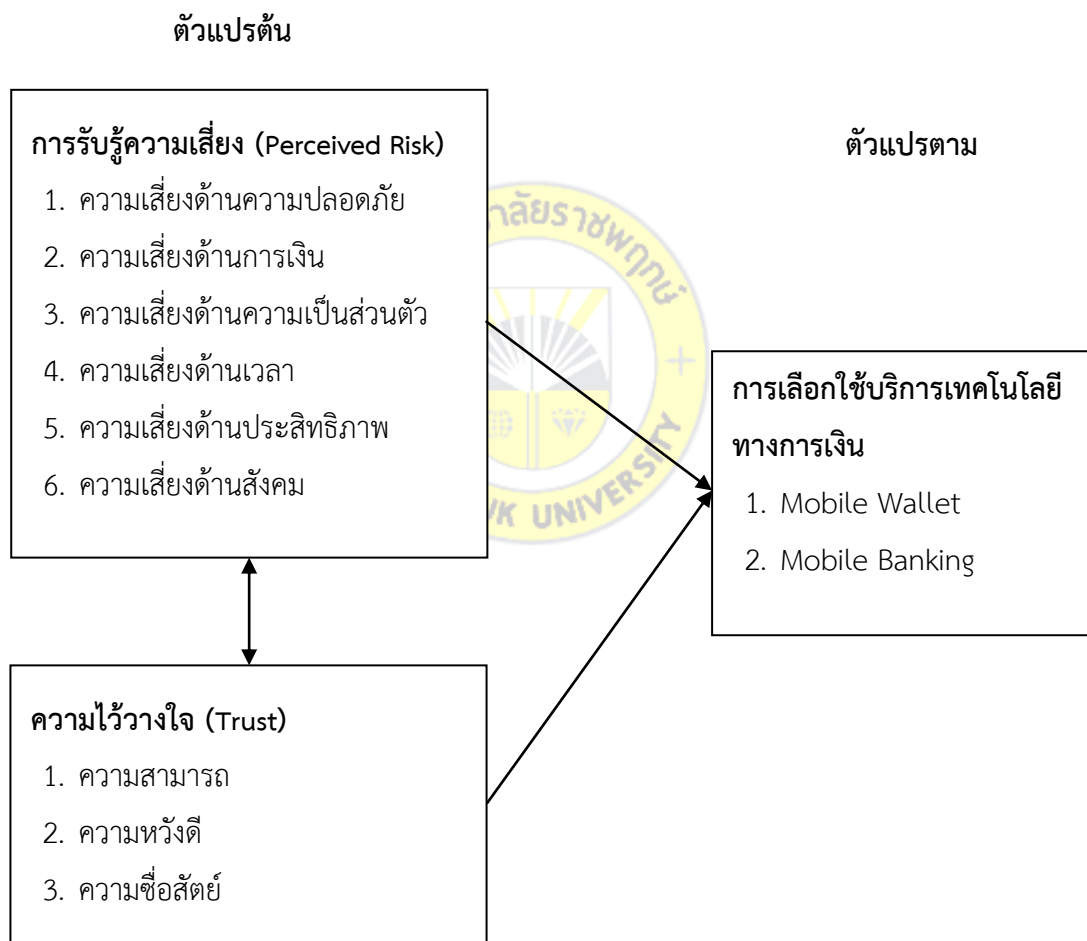
Nitin.N & Nath.V & Nanvy.G (2014) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของการยอมรับโทรศัพท์มือถือบริการธนาคารจำแนกตามผู้บริโภครประเทศอินเดีย ผลการศึกษา พบว่า ในประเทศอินเดียมีการยอมรับการใช้ Modile Banking เป็นเพียง 2% โดยสาเหตุที่ไม่ใช้ Mobile Banking เพราะยังมีความกังวลในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ ดังนั้นจะกลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธนาคารที่จะเพิ่มผู้ใช้งาน Modile Banking โดยการโฆษณาผ่านแผ่นพับ เพื่อให้ลูกค้าทราบ นอกจากนี้เหตุผลที่เลือกใช้งาน Modile Banking เพราะสามารถตรวจสอบยอดเงินการเข้าถึงบัญชีการโอนเงิน ฯลฯ



## 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพและความเสี่ยงด้านสังคม (Hoyer & MacInnis, 1997) ความไว้วางใจ (Trust) ประกอบด้วย ความสามารถ ความหวังดีและความซื่อสัตย์ (Mayer, 1995) ตัวแปรตามการให้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน Mobile Banking , Mobile Wallet

## 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจและการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินและศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอบางกรวย จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยในอำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีจำนวน 31,719 คน (จำนวน ณ เดือนเมษายน พ.ศ. 2561, ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2019)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอบางกรวย คำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05 ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่าง คือ 395 ตัวอย่าง วิธีได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้โดยการสุ่มแบบสะดวก (convenience sampling) เก็บจากสถานประกอบการที่มีบริการ Mobile Banking , Mobile Wallet

$$\begin{aligned} \text{สูตร} \quad n &= \frac{N}{1+N(e^2)} \\ \text{แทนค่าในสูตร} \quad n &= \frac{31,719}{1 + (31,719)(0.0025)} \\ n &= 395 \text{ การสำรวจครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน} \end{aligned}$$

### 3.2 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งแบบสอบถามชุดนี้ออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การใช้บริการธุรกรรมผ่านทางเทคโนโลยีการเงิน วัตถุประสงค์และความถี่ในการใช้บริการเทคโนโลยีการเงิน ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน Mobile Banking

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน Mobile Wallet

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเป็นมาตรฐานค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิคอง (Likert's Rating Scale) โดยแบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีการรับรู้และความไว้วางใจในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีการรับรู้และความไว้วางใจในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีการรับรู้และความไว้วางใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีการรับรู้และความไว้วางใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีการรับรู้และความไว้วางใจในระดับน้อยที่สุด

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสารตำราทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประมวลสร้างแบบสอบถาม
- 2) สร้างแบบสอบถาม นำเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อตรวจสอบ ปรับปรุงและแก้ไข
- 3) การหาคุณภาพของแบบทดสอบ โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบความเหมาะสมของเครื่องมือต่อข้อคำถามและเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) และ ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า .50 ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.93

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 30 ชุด โดยกำหนดว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดตามสูตรแอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach) ได้ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.98

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นโดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองโดยมุ่งเน้นแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินผ่านทางออนไลน์จากแหล่งที่มีบริการ สถานประกอบการ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและเที่ยงตรง ทั้งนี้การเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวทั้งหมดในอำเภอบางกรวย จำนวน 9 ตำบล ซึ่งผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติต่อไป

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัย ดังนี้

3.4.1 ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

3.4.2 ข้อมูลระดับความเสี่ยงและความไว้วางใจ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามการแปรผลตามเกณฑ์ของเบสต์และคานัน (Best & Kahn, 1993) ซึ่งมีความหมายของคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

3.4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการทางการเงิน โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient)

3.4.4 การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการทางการเงิน ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชากรในอำเภอ บางกรวยจังหวัดนนทบุรี มีจำนวน 31,719 คน เพื่อศึกษาผลการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเสี่ยงและความไว้วางใจ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการทางการเงิน



#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	163	40.75
หญิง	237	59.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีทั้งหมด 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 และที่เหลือคือเพศชาย มีทั้งหมด 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	140	35.00
25 – 35 ปี	105	26.25
36 – 45 ปี	84	21.00
56 – 55 ปี	50	12.50
มากกว่า 55 ปี	21	5.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาอายุ 25 – 35 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อายุ 56 – 55 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 อายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25

**ตารางที่ 4.3** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	106	26.50
ปริญญาตรี	222	55.50
ปริญญาโท	64	16.00
ปริญญาเอก	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 การศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

**ตารางที่ 4.4** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45	11.25
พนักงานเอกชน	156	39.00
เจ้าของกิจการ	74	18.50
นักศึกษา	76	19.00
อื่น ๆ	49	12.25
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาในกลุ่มนักศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25

**ตารางที่ 4.5** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกประเภทการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ M-Banking	204	51.00
ใช้ M-Wallet	24	6.00
ใช้ทั้ง M-Banking และ M-Wallet	156	39.00
ไม่ใช้ทั้ง M-Banking และ M-Wallet	16	4.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีทางการเงินใช้ M-Banking จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาใช้ทั้ง M-Banking และ M-Wallet จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 ใช้ M-Wallet จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ไม่ใช้ทั้ง M-Banking และ M-Wallet จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

**ตารางที่ 4.6** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามธนาคาร Banking (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ธนาคารกรุงไทย	81	20.25
ธนาคารกรุงเทพ	41	10.25
ธนาคารกสิกรไทย	192	48.00
ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	44	11.00
ธนาคารเกียรตินาคิน	3	0.75
ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย	31	7.75
ธนาคารทหารไทย	44	11.00
ธนาคารไทยพาณิชย์	126	31.50
ธนาคารออมสิน	34	8.50
ธนาคารธนชาติ	53	13.25

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 ธนาคารกรุงไทย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ธนาคารธนชาติ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ



ละ 13.25 ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ธนาคารทหารไทย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ธนาคารกรุงเทพ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 ธนาคารออมสิน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ธนาคารเกียรตินาคิน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

**ตารางที่ 4.7** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกวัตถุประสงค์ในการใช้ M-Banking (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
สอบถามยอดบัญชี	262	65.50
ตรวจสอบรายการเดินบัญชี	61	15.25
ย้อนหลัง	318	79.50
โอนเงิน		
ชำระค่าสินค้าและบริการ	183	45.75
เติมเงินโทรศัพท์มือถือ	165	41.25
บริการซื้อ-ขายกองทุน	0	0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ M-Banking เพื่อโอนเงิน จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมาเพื่อสอบถามยอดบัญชี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 ชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 เติมเงินโทรศัพท์มือถือ จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.25 ตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25

**ตารางที่ 4.8** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกการใช้บริการ M-Wallet (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
Rabbit Line Pay	47	11.75
True Money / We Card	194	48.50
mPAY Wallet	26	6.50
Samsung Pay	0	0
WePay	0	0
AirPay	69	17.25
Alipay	47	11.75
BluePay	75	18.75

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ True Money / We Card จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาใช้บริการ BluePay จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 AirPay จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 Rabbit Line Pay จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 Alipay จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 mPAY Wallet จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

**ตารางที่ 4.9** จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกจำนวนความถี่การใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงินต่อเดือน

ความถี่	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงิน	16	4.00
1 – 3 ครั้ง	100	25.00
4 – 6 ครั้ง	104	26.00
7 – 9 ครั้ง	76	19.00
มากกว่า 10 ครั้ง	104	26.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงินต่อเดือน 4 – 6 ครั้งและมากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงินต่อเดือน 1 – 3 ครั้ง 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงินต่อเดือน 7 – 9 ครั้ง 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ไม่ใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงิน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเสี่ยงและความไว้วางใจของ M-Banking และ M-Wallet

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
1	ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	2.86	1.48	ปานกลาง
2	ความเสี่ยงทางการเงิน	3.00	1.52	ปานกลาง
3	ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว	2.75	1.41	ปานกลาง
4	ความเสี่ยงด้านเวลา	2.59	1.32	ปานกลาง
5	ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	2.67	1.36	ปานกลาง
6	ความเสี่ยงทางสังคม	3.00	1.33	ปานกลาง
	<b>รวม</b>	<b>2.81</b>	<b>1.40</b>	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.40 จำแนกเป็นการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52 ความเสี่ยงทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.44 ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.41 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.36 ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย M-Banking

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย</b>				
1	ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking	2.81	1.44	ปานกลาง
2	เมื่อส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้ว กังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์	2.90	1.52	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>2.86</b>	<b>1.48</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.48 เมื่อส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้ว กังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52 ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.44

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน M-Banking

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงทางการเงิน</b>				
3	ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต	3.00	1.52	ปานกลาง
4	คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม	3.00	1.52	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>3.00</b>	<b>1.52</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52 ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ตและคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว  
M-Banking

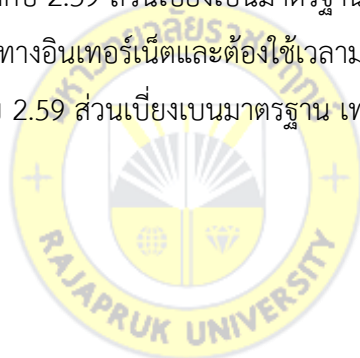
ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว</b>				
5	คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ	2.82	1.49	ปานกลาง
	คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็น	2.68	1.33	ปานกลาง
6	อันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต			
<b>รวม</b>		<b>2.75</b>	<b>1.41</b>	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.41 คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.49 คิดว่า การใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา M-Banking

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา</b>				
7	ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	2.59	1.32	ปานกลาง
8	ต้องใช้เวลามากถ้าฉันต้องการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	2.59	1.32	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>2.59</b>	<b>1.32</b>	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32 ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตและต้องใช้เวลามากถ้าฉันต้องการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32





ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ M-Banking

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ</b>				
9	เว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ	2.72	1.44	ปานกลาง
10	กังวลว่าการดำเนินการธนาคารไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	2.61	1.28	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>2.67</b>	<b>1.36</b>	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.36 เว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.44 ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการธนาคารไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางสังคม M-Banking

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงทางสังคม</b>				
11	หากใช้บริการ M-Banking อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม	2.44	1.27	น้อย
12	กังวลว่าการใช้บริการทาง M-Banking จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ	3.56	1.39	มาก
<b>รวม</b>		<b>3.00</b>	<b>1.33</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงทางสังคมของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33 กังวลว่าการใช้บริการทาง M-Banking จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.39 หากใช้บริการ M-Banking อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.27

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจของ M-Banking

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
1	ความไว้วางใจด้านความสามารถ	3.13	1.61	ปานกลาง
2	ความไว้วางใจด้านความหวังดี	3.03	1.49	ปานกลาง
3	ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์	3.28	1.59	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>3.15</b>	<b>1.56</b>	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความไว้วางใจของ M-Banking โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56 จำแนกเป็นความไว้วางใจด้านซื่อสัตย์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.59 ความไว้วางใจด้านความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56 ความไว้วางใจด้านความหวังดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.49



ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจ ด้านความสามารถของ M-Banking

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความหวังดี</b>				
1	ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการ	3.09	1.64	ปานกลาง
2	ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การ เข้ารหัสก่อนใช้งาน	3.12	1.58	ปานกลาง
3	การบริหารหลังการใช้บริการ เช่น มี SMS/E- mail แจ้งให้ทราบหลังการใช้บริการ	3.19	1.62	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>3.13</b>	<b>1.61</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความไว้วางใจ ด้านความสามารถของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.61 การบริการหลังการใช้บริการ เช่น มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.62 ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.58 ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.64

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจ ด้านความหวังดีของ M-Banking

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความหวังดี</b>				
4	การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการ	3.13	1.57	ปานกลาง
5	ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหา	2.91	1.45	ปานกลาง
6	ความรับผิดชอบดูแล ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ	3.11	1.54	ปานกลาง
7	กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส	2.98	1.39	ปานกลาง
	รวม	3.03	1.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความไว้วางใจด้านความหวังดีของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.49 การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.57 ความรับผิดชอบดูแล ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.54 กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.39 ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.45

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ของ M-Banking

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Banking	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความซื่อสัตย์</b>				
8	ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมา	3.22	1.56	ปานกลาง
9	การให้ข้อมูลที่ต้องการด้วยความจริงใจ	3.30	1.58	ปานกลาง
10	การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้	3.33	1.63	ปานกลาง
	รวม	3.28	1.59	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.59 การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.63 การให้ข้อมูลที่ต้องการด้วยความจริงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.58 ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงของ M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
1	ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	2.96	1.21	ปานกลาง
2	ความเสี่ยงทางการเงิน	2.97	1.28	ปานกลาง
3	ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว	2.90	1.25	ปานกลาง
4	ความเสี่ยงด้านเวลา	2.67	1.07	ปานกลาง
5	ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	2.74	1.14	ปานกลาง
6	ความเสี่ยงทางสังคม	2.62	1.11	ปานกลาง
	<b>รวม</b>	<b>2.81</b>	<b>1.18</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.18 จำแนกเป็นการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.21 ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.25 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.14 ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.07 ความเสี่ยงทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.11

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย</b>				
1	ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูล หมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet	2.95	1.22	ปานกลาง
2	เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์	2.96	1.19	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>2.96</b>	<b>1.21</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.21 เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.19 ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.22



ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงิน M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงทางการเงิน</b>				
3	ผู้ให้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ	2.94	1.27	ปานกลาง
4	ผู้ให้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม	3.00	1.28	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>2.97</b>	<b>1.28</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.23 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28 ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28 ผู้ให้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.27

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว  
M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว</b>				
5	ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ	2.81	1.17	ปานกลาง
	ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตราย	2.98	1.32	ปานกลาง
6	ต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคล โดยไม่ได้รับอนุญาต			
<b>รวม</b>		<b>2.90</b>	<b>1.25</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.24 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.25 ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32 ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.17

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา</b>				
	ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ	2.67	1.10	ปานกลาง
7	M-Wallet			
	ผู้ให้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้	2.66	1.03	ปานกลาง
8	บริการ M-Wallet			
<b>รวม</b>		<b>2.67</b>	<b>1.07</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.25 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.07 ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.10 ผู้ให้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.03



ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ</b>				
9	M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหา กับเครดิตของผู้ใช้บริการ	2.75	1.12	ปานกลาง
10	ผู้ให้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้	2.73	1.16	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>2.74</b>	<b>1.14</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.26 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 2.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.16 M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้ความเสี่ยงทางสังคม M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความเสี่ยงทางสังคม</b>				
11	หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม	2.55	1.09	ปานกลาง
12	ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ	2.68	1.12	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>2.62</b>	<b>1.11</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.27 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.11 ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12 หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.09

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจของ M-Wallet

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
1	ความไว้วางใจด้านความสามารถ	3.06	1.30	ปานกลาง
2	ความไว้วางใจด้านความหวังดี	3.06	1.29	ปานกลาง
3	ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์	3.17	1.35	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>3.10</b>	<b>1.31</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.28 พบว่า การรับรู้ความไว้วางใจของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.31 จำแนกเป็น ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.35 ความไว้วางใจด้านความสามารถ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.30 ความไว้วางใจด้านความหวังดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.29



ตารางที่ 4.29 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจด้านความสามารถ M-Wallet

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความสามารถ</b>				
1	ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการ	2.92	1.24	ปานกลาง
2	ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การ เข้ารหัสก่อนใช้งาน	3.09	1.33	ปานกลาง
3	การบริการหลังการให้บริการ เช่น มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการให้บริการ	3.16	1.32	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>3.06</b>	<b>1.30</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความไว้วางใจด้านความสามารถของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.30 การบริการหลังการให้บริการ เช่น มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32 ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33 ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.24

ตารางที่ 4.30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจด้านความหวังดี M-Wallet

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความหวังดี</b>				
4	การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการ	2.97	1.32	ปานกลาง
5	ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหา	3.06	1.27	ปานกลาง
6	ความรับผิดชอบดูแล ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ	3.14	1.29	ปานกลาง
7	กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส	3.06	1.26	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>3.06</b>	<b>1.29</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความไว้วางใจด้านความหวังดีของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.29 ความรับผิดชอบดูแล ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.29 ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.27 กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.26 การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32



ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ M-Wallet

ข้อ	ความไว้วางใจ M-Wallet	$\bar{x}$	SD	การแปลผล
<b>ความซื่อสัตย์</b>				
8	ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมา	3.15	1.35	ปานกลาง
9	การให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจ	3.18	1.31	ปานกลาง
10	การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้	3.17	1.40	ปานกลาง
<b>รวม</b>		<b>3.17</b>	<b>1.35</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.35 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.31 การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.40 ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.35

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการ  
เลือกใช้บริการทางการเงิน

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมี  
ความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 4.32 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยี  
ทางการเงิน M-Banking

ด้าน	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking		ความไว้วางใจ M-Banking			
			ความสามารถ	ความหวังดี	ความซื่อสัตย์	ภาพรวม
1	ความเสี่ยง ด้านความ ปลอดภัย	r	0.771**	0.795**	0.815**	0.808**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
2	ความเสี่ยง ทางการเงิน	r	0.896**	0.911**	0.906**	0.921**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูงมาก	สูงมาก	สูงมาก
3	ความเสี่ยง ด้านความ เป็นส่วนตัว	r	0.836**	0.828**	0.807**	0.839**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
4	ความเสี่ยง ด้านเวลา	r	0.685**	0.710**	0.673**	0.702**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	ปานกลาง	สูง	ปานกลาง	สูง
5	ความเสี่ยง ด้าน ประสิทธิภาพ	r	0.786**	0.786**	0.788**	0.801**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
6	ความเสี่ยง ทางสังคม	r	0.721**	0.730**	0.692**	0.727**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง

**ตารางที่ 4.32** วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking (ต่อ)

ด้าน	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking		ความไว้วางใจ M-Banking			
			ความสามารถ	ความหวังดี	ความซื่อสัตย์	ภาพรวม
7	ภาพรวม	r	0.837**	0.849**	0.836**	0.856**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.856$ ,  $Sig = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ภาพรวม กับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.856$ ,  $Sig = 0.000$ ) รองลงมา คือ ด้านความสามารถ ( $r = 0.837$ ,  $Sig = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.836$ ,  $Sig = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.808$ ,  $Sig = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านความปลอดภัย กับ ด้านความซื่อสัตย์ มากที่สุด ( $r = 0.815$ ,  $Sig = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความหวังดี ( $r = 0.795$ ,  $Sig = 0.000$ ) และด้านความสามารถ ( $r = 0.771$ ,  $Sig = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านการเงิน ภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ( $r = 0.921$ ,  $Sig = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้

ความเสี่ยง M-Banking ด้านการเงิน กับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.911$ ,  $Sig = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.906$ ,  $Sig = 0.000$ ) และด้านความสามารถ ( $r = 0.896$ ,  $Sig = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านจิตวิทยา มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.839$ ,  $Sig = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านจิตวิทยา กับ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ มากที่สุด ( $r = 0.836$ ,  $Sig = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความหวังดี ( $r = 0.828$ ,  $Sig = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.807$ ,  $Sig = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านเวลา มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ( $r = 0.685$ ,  $Sig = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านเวลากับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.710$ ,  $Sig = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความสามารถ ( $r = 0.685$ ,  $Sig = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.673$ ,  $Sig = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.801$ ,  $Sig = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านประสิทธิภาพ กับ ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ มากที่สุด ( $r = 0.788$ ,  $Sig = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความสามารถและด้านความหวังดี ( $r = 0.786$ ,  $Sig = 0.000$ ) เท่ากันตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking ด้านสังคม มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.727$ ,  $Sig = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านสังคม กับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.730$ ,  $Sig = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้าน

ความสามารถ ( $r = 0.721$ ,  $Sig = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.695$ ,  $Sig = 0.000$ ) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.33** วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

ด้าน	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet		ความไว้วางใจ M-Wallet			
			ความสามารถ	ความหวังดี	ความซื่อสัตย์	ภาพรวม
1	ความเสี่ยง ด้านความ ปลอดภัย	r	0.823**	0.825**	0.788**	0.828**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
2	ความเสี่ยง ทางการเงิน	r	0.815**	0.829**	0.802**	0.831**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
3	ความเสี่ยง ด้านความ เป็นส่วนตัว	r	0.829**	0.843**	0.826**	0.849**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
4	ความเสี่ยง ด้านเวลา	r	0.715**	0.722**	0.704**	0.728**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
5	ความเสี่ยง ด้าน ประสิทธิภาพ	r	0.776**	0.739**	0.720**	0.759**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง
6	ความเสี่ยง ทางสังคม	r	0.712**	0.719**	0.672**	0.714**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	ปานกลาง	สูง

**ตารางที่ 4.33** วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet (ต่อ)

ด้าน	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet		ความไว้วางใจ M-Wallet			
			ความสามารถ	ความหวังดี	ความซื่อสัตย์	ภาพรวม
7	ภาพรวม	r	0.828**	0.829**	0.800**	0.835**
		Sig.	0.000	0.000	0.000	0.000
		ความสัมพันธ์	สูง	สูง	สูง	สูง

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.835$ , Sig = 0.000) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ภาพรวม กับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.829$ , Sig = 0.000) รองลงมาคือ ด้านความสามารถ ( $r = 0.828$ , Sig = 0.000) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.800$ , Sig = 0.000) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.828$ , Sig = 0.000) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านความปลอดภัย กับด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.825$ , Sig = 0.000) รองลงมาคือ ด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.823$ , Sig = 0.000) และด้านความสามารถ ( $r = 0.788$ , Sig = 0.000) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านการเงิน ภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.831$ , Sig = 0.000) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านการเงิน กับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.829$ , Sig = 0.000)

รองลงมาคือ ด้านความสามารถ ( $r = 0.802$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.815$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านจิตวิทยา มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.849$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านจิตวิทยา กับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.843$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความสามารถ ( $r = 0.829$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.826$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านเวลา มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.728$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านเวลากับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.722$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความสามารถ ( $r = 0.715$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.704$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.759$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านประสิทธิภาพ กับ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ มากที่สุด ( $r = 0.776$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความหวังดี ( $r = 0.736$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.720$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ตามลำดับ

การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านสังคม มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ( $r = 0.714$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ทั้งในภาพรวมและรายคู่ มีค่าความสัมพันธ์กันในทางบวกหรือมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้อยตามกันทุกคู่ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet ด้านสังคม กับ ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี มากที่สุด ( $r = 0.719$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) รองลงมาคือ ด้านความสามารถ ( $r = 0.126$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) และด้านความซื่อสัตย์ ( $r = 0.672$ ,  $\text{Sig} = 0.000$ ) ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 2** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

**ตอนที่ 4** การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

**ตารางที่ 4.34** การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง	การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
1	ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	130.521	9675.104	0.000	1	0.989	0.000
2	ความเสี่ยงทางการเงิน	-96.963	8791.492	0.000	1	0.991	0.000
3	ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว	84.260	5470.103	0.000	1	0.988	0.000
4	ความเสี่ยงด้านเวลา	-34.673	2465.363	0.000	1	0.989	0.000
5	ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	1.396	3268.302	0.000	1	1.000	4.040
6	ความเสี่ยงทางสังคม	-35.503	3015.675	0.000	1	0.991	0.000
	Constant	-47.092	2123.503	0.000	1	0.982	0.000

Chi-square =181.545, Sig. = 0.000, Overall Percentage Correct = 97.50

-2 Log likelihood = 36.170, Cox & Snell R Square = 0.525, Nagelkerke R Square= 0.889

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.34 ได้ค่าสถิติ ไคสแควร์ เท่ากับ 181.545 (sig. = 0.000) นั่นคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างน้อยหนึ่งปัจจัย

เมื่อพิจารณา ค่า -2 Log likelihood มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าสมการหรือแบบจำลองที่สร้างขึ้นมีคุณภาพหรือกลมกลืนกับข้อมูลดี ค่า Cox & Snell R Square = 0.525 มีค่าไม่เข้าใกล้ศูนย์ บ่งบอกถึงความกลมกลืนของแบบจำลองในแง่ของการเปรียบเทียบคุณภาพของแบบจำลองที่สร้าง



ขึ้นกับแบบจำลองที่แย่มากที่สุดคือแบบจำลองว่าง (Null Model) ที่ไม่มีตัวแปรอิสระใด ๆ ค่า Nagelkerke R Square = 0.889 นั่นคือ ตัวแปรต้นต่าง ๆ สามารถอธิบายความผันแปรของการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ร้อยละ 88.9 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า Overall Percentage Correct = 97.50 อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ทั้งตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 97.50

เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา ด้านเวลาด้านประสิทธิภาพ และด้านสังคม ซึ่งไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

**ตารางที่ 4.35** การวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

ข้อ	ความไว้วางใจ	การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
1	ความสามารถ	-3.237	3.375	0.920	1.000	0.337	0.039
2	ความหวังดี	0.156	1.330	0.014	1.000	0.907	1.169
3	ความซื่อสัตย์	6.473	3.180	4.142	1.000	0.042*	647.463
	Constant	-3.062	1.025	8.933	1.000	0.003*	0.047

Chi-square = 138.992, Sig. = 0.000, Overall Percentage Correct = 92.2

-2 Log likelihood = 78.723, Cox & Snell R Square = 0.434, Nagelkerke R Square = 0.736

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.35 ได้ค่าสถิติ ไคสแควร์ เท่ากับ 138.992 (sig. = 0.000) นั่นคือ ปัจจัยความไว้วางใจด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างน้อยหนึ่งปัจจัย

เมื่อพิจารณา ค่า -2 Log likelihood มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าสมการหรือแบบจำลองที่สร้างขึ้นมีคุณภาพหรือกลมกลืนกับข้อมูลดี ค่า Cox & Snell R Square = 0.434 มีค่าไม่เข้าใกล้ศูนย์ บ่งบอกถึงความกลมกลืนของแบบจำลองในแง่ของการเปรียบเทียบคุณภาพของแบบจำลองที่สร้างขึ้นกับแบบจำลองที่แย่มากที่สุดคือแบบจำลองว่าง (Null Model) ที่ไม่มีตัวแปรอิสระใด ๆ ค่า Nagelkerke R Square = 0.736 นั่นคือ ตัวแปรต้นต่าง ๆ สามารถอธิบายความผันแปรของการ

เลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ร้อยละ 73.6 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า Overall Percentage Correct = 73.6 อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ทั้งตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 73.6

เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีตัวแปร เพียง 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งอธิบายได้ว่า ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ จะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking เพิ่มขึ้น 647.463

ส่วนตัวแปรที่เหลืออีก 2 ตัว ได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ และด้านความหวังดี ไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

**ตารางที่ 4.36** การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง	การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
1	ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	-0.613	0.924	0.440	1.000	0.507	0.542
2	ความเสี่ยงทางการเงิน	-1.094	1.057	1.072	1.000	0.301	0.335
3	ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว	2.099	0.797	6.930	1.000	0.008*	8.161
4	ความเสี่ยงด้านเวลา	-0.477	1.347	0.125	1.000	0.723	0.621
5	ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	-1.563	0.960	2.649	1.000	0.104	0.210
6	ความเสี่ยงทางสังคม	1.287	0.918	1.968	1.000	0.161	3.622
	Constant	-1.525	0.610	6.242	1.000	0.012*	0.218

Chi-square =11.784, Sig. = 0.047, Overall Percentage Correct = 90.20

-2 Log likelihood = 145.092, Cox & Snell R Square = 0.047, Nagelkerke R Square=0.099

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ได้ค่าสถิติ ไคสแควร์ เท่ากับ 11.784 (sig. = 0.047) นั่นคือ ปัจจัยความ  
เสี่ยงด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet อย่างน้อยหนึ่งปัจจัย

เมื่อพิจารณา ค่า -2 Log likelihood มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าสมการหรือแบบจำลองที่  
สร้างขึ้นมีคุณภาพหรือกลมกลืนกับข้อมูล ค่า Cox & Snell R Square = 0.047 มีค่าไม่เข้าใกล้ศูนย์  
บ่งบอกถึงความกลมกลืนของแบบจำลองในแง่ของการเปรียบเทียบคุณภาพของแบบจำลองที่สร้าง  
ขึ้นกับแบบจำลองที่แย่ที่สุดก็คือแบบจำลองว่าง (Null Model) ที่ไม่มีตัวแปรอิสระใดๆ ค่า  
Nagelkerke R Square = 0.099 นั่นคือ ตัวแปรต้นต่างๆ สามารถอธิบายความผันแปรของการ  
เลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ร้อยละ 9.9 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า Overall  
Percentage Correct = 90.20 อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยี  
ทางการเงิน M-Wallet ทั้งตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 90.20

เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีตัว  
แปร เพียง 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ซึ่งตัว  
แปรดังกล่าวได้แก่ ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา ซึ่งอธิบายได้ว่า ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา จะส่งผลให้การ  
เลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet เพิ่มขึ้น 8.161

ส่วนตัวแปรที่เหลืออีก 5 ตัว ได้แก่ ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย ด้านการเงิน ด้านเวลา  
ด้านประสิทธิภาพ และด้านสังคม ไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-  
Wallet

**ตารางที่ 4.37** การวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้  
เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

ชื่อ	ความไว้วางใจ	การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet					
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
1	ความสามารถ	0.406	0.550	0.545	1.000	0.460	1.501
2	ความหวังดี	0.605	0.655	0.854	1.000	0.356	1.832
3	ความซื่อสัตย์	-0.680	0.643	1.119	1.000	0.290	0.507
	Constant	-3.151	0.642	24.085	1.000	0.000	0.043

Chi-square = 3.812, Sig. = 0.282, Overall Percentage Correct = 90.2

-2 Log likelihood = 153.063, Cox & Snell R Square = 0.016, Nagelkerke R Square = 0.033

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.37 ได้ค่าสถิติ ไคสแควร์ เท่ากับ 3.812 (sig. = 0.282) นั่นคือ ไม่มีปัจจัย ความไว้วางใจด้านใด มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

เมื่อพิจารณา ค่า -2 Log likelihood มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าสมการหรือแบบจำลองที่สร้างขึ้นมีคุณภาพหรือกลมกลืนกับข้อมูลดี ค่า Cox & Snell R Square = 0.016 มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ บ่งบอกถึงความไม่กลมกลืนของแบบจำลองในแง่ของการเปรียบเทียบคุณภาพของแบบจำลองที่สร้างขึ้นกับแบบจำลองที่แย่ที่สุดก็คือแบบจำลองว่าง (Null Model) ที่ไม่มีตัวแปรอิสระใดๆ ค่า Nagelkerke R Square = 0.033 นั่นคือ ตัวแปรต้นต่างๆ สามารถอธิบายความผันแปรของการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ร้อยละ 3.3 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่า Overall Percentage Correct = 90.2 อธิบายได้ว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ทั้งตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 90.2

เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีตัวแปร ใดเลย ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ ด้านความหวังดี และด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน คือ การวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจและการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane คือ ประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิจัยวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหา ค่าร้อยละ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการทางการเงิน โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการทางการเงิน ใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression)

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มานำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

##### 5.1.1 การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจและการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

5.1.1.1 การรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.40 จำแนกเป็นการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52 ความเสี่ยงทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.44 ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.41 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.36 ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32 จำแนกได้ดังนี้

1) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.48 เมื่อส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้ว กังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52 ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.44

2) การรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52 ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ตและคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.52

3) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.41 คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.49 คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33

4) การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32 ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตและต้องใช้เวลาอย่างมากถ้าฉันต้องการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32

5) การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.36 เว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.44 ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการธนาคารไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28

6) การรับรู้ความเสี่ยงทางสังคมของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33 กังวลว่าการใช้บริการทาง M-Banking จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.39 หากใช้บริการ M-Banking อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัว หรือสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.27

5.1.1.2 ความไว้วางใจของ M-Banking โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56 จำแนกเป็นความไว้วางใจด้านชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.59 ความไว้วางใจด้านความสามารถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56 ความไว้วางใจด้านความหวังดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.49 จำแนกได้ ดังนี้

1) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.61 การบริการหลังการให้บริการ เช่น มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.62 ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.58 ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.64

2) ความไว้วางใจด้านความหวังดีของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.49 การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.57 ความรับผิดชอบดูแล ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.54 กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.39 ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.45

3) ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.59 การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.63 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.58 ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.56

5.1.1.3 การรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.18 จำแนกเป็นการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28 ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.21 ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.25 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 2.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.14 ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.07 ความเสี่ยงทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.11 จำแนกได้ ดังนี้

1) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.21 เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.19 ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.22

2) การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28 ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.28 ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.27

3) การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.25 ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32 ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันทับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.17

4) การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.07 ต้องใช้เวลาอย่างมากในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.10 ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลาหากต้องการใช้บริการ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.03

5) การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 2.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.16 M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาให้กับเครดิตของผู้ใช้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12



6) การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.11 ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.12 หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.55 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.09

5.1.1.4 การรับรู้ความไว้วางใจของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.31 จำแนกเป็น ความไว้วางใจเกี่ยวกับความซื่อสัตย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.35 ความไว้วางใจเกี่ยวกับความสามารถ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.30 ความไว้วางใจเกี่ยวกับความหวังดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.29 จำแนกได้ดังนี้

1) ความไว้วางใจด้านความสามารถของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.30 การบริการหลังการให้บริการ เช่น มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32 ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.33 ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.24

2) ความไว้วางใจด้านความหวังดีของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.29 ความรับผิดชอบดูแลตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.29 ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.27 กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใสมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.26 การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.32

3) ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ของ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.35 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.31 การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.40 ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.35

5.1.1.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีทางการเงินใช้ M-Banking จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาใช้ทั้ง M-Banking และ M-Wallet จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 39.00 ใช้ M-Wallet จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ไม่ใช้ทั้ง M-Banking และ M-Wallet จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

## 5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

5.1.2.1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking และความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

1) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .865, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .844, Sig = .000$ ) เว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ ( $r = .838, Sig = .000$ ) ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .830, Sig = .000$ ) คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .811, Sig = .000$ )

2) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับระบบการป้องกันความปลอดภัยกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .898, Sig = .000$ ) คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .867, Sig = .000$ ) คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .821, Sig = .000$ ) คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .786, Sig = .000$ ) ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking ( $r = .785, Sig = .000$ )

3) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการบริการหลังการให้บริการกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .885$ , Sig = .000) ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .874$ , Sig = .000) คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .855$ , Sig = .000) คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .851$ , Sig = .000) ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking ( $r = .809$ , Sig = .000)

5.1.2.2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบวาระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking และความไว้วางใจ ด้านความหวังดี

1) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .830$ , Sig = .000) คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .810$ , Sig = .000) เมื่อส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้ว กังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์ ( $r = .790$ , Sig = .000) คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .754$ , Sig = .000) ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking ( $r = .752$ , Sig = .000)

2) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .898$ , Sig = .000) ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิด

ระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .881$ ,  $Sig = .000$ ) คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .862$ ,  $Sig = .000$ ) คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .845$ ,  $Sig = .000$ ) กังวลว่าการดำเนินการธนาคารไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ( $r = .799$ ,  $Sig = .000$ )

3) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ได้แก่ ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .914$ ,  $Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .865$ ,  $Sig = .000$ ) เมื่อส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้ว กังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์ ( $r = .817$ ,  $Sig = .000$ ) คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .812$ ,  $Sig = .000$ ) เว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .798$ ,  $Sig = .000$ )

4) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับกรณีมีปัญหา มีระบบเพื่อช่วยเหลือกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ได้แก่ ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .905$ ,  $Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .860$ ,  $Sig = .000$ ) คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .854$ ,  $Sig = .000$ ) คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .852$ ,  $Sig = .000$ ) ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking ( $r = .824$ ,  $Sig = .000$ )

5.1.2.3 ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ได้แก่ ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .918$ , Sig = .000) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .887$ , Sig = .000) คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้ความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .853$ , Sig = .000) เมื่อส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้ว กังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์ ( $r = .835$ , Sig = .000) ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking ( $r = .833$ , Sig = .000)

1) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ได้แก่ ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .909$ , Sig = .000) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .860$ , Sig = .000) ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking ( $r = .830$ , Sig = .000) คิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้ความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .808$ , Sig = .000) คิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .800$ , Sig = .000)

2) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ได้แก่ ความกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชีผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอนเงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต ( $r = .910$ , Sig = .000) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ คิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชย

จากธนาคารในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .861, Sig = .000$ ) เมื่อส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแล้ว กังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์ ( $r = .849, Sig = .000$ ) ความกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking ( $r = .843, Sig = .000$ ) เว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ ( $r = .824, Sig = .000$ )

5.1.2.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet และความไว้วางใจ ด้านความสามารถ

1) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ ( $r = .751, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .738, Sig = .000$ ) เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ ( $r = .737, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .724, Sig = .000$ ) หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .719, Sig = .000$ ) ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .715, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันทับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .703, Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .687, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .679, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลาหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .678, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .676, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .665, Sig = .000$ )

2) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับระบบการป้องกันความปลอดภัย กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูก

ดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ ( $r = .838$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่า การใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .800$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .796$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .795$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .783$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .757$ ,  $Sig = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .730$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .709$ ,  $Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางได้แก่ หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .681$ ,  $Sig = .000$ ) ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .677$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .631$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลาหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .603$ ,  $Sig = .000$ )

3) ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการบริการหลังการใช้บริการกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ ( $r = .845$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .821$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .814$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .807$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .802$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .802$ ,  $Sig = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .744$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .716$ ,  $Sig = .000$ ) ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .702$ ,  $Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางได้แก่ หากใช้

บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .668$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .656$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .621$ ,  $Sig = .000$ )

5.1.2.5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet และความไว้วางใจ ด้านความหวังดี

1) ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันทับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .839$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .811$ ,  $Sig = .000$ ) เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่น แฮกเกอร์ ( $r = .807$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .805$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .761$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .749$ ,  $Sig = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .720$ ,  $Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .681$ ,  $Sig = .000$ ) หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .677$ ,  $Sig = .000$ ) ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .667$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .664$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .629$ ,  $Sig = .000$ )

2) ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่น แฮกเกอร์ ( $r = .783$ ,  $Sig = .000$ )



ผู้ให้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .779$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .773$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .749$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .747$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .736$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .700^{**}$  5) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ให้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .693$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .692$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .686$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .675$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .663$ ,  $\text{Sig} = .000$ )

3) ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับความรับผิดชอบดูแลกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ผู้ให้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .830$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ตผู้ให้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ ( $r = .805$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .789$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .758$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .748$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .746$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .720$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .703$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .687$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) ผู้ให้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .664$ ,  $\text{Sig} = .000$ ) หากใช้

บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .663$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .657$ ,  $Sig = .000$ )

4) ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับกรณีมีปัญหา มีระบบเพื่อช่วยเหลือกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ ( $r = .843$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันทับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .831$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .810$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .786$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .784$ ,  $Sig = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .745$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .722$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .712$ ,  $Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .694$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .678$ ,  $Sig = .000$ ) หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .674$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลาหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .664$ ,  $Sig = .000$ )

5.1.2.6 ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet และความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์

1) ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมากับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์ ( $r = .792$ ,  $Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันทับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความ

ยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .782, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .773, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .772, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .739, Sig = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .731, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .727, Sig = .000$ ) ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .706, Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .686, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .654, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .649, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .643, Sig = .000$ )

2) ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันทันทีกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .828, Sig = .000$ ) เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่น แฮกเกอร์ ( $r = .797, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .773, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .764, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .743, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .741, Sig = .000$ ) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ให้บริการ ( $r = .727, Sig = .000$ ) มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .690, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .647, Sig = .000$ ) หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .646, Sig = .000$ ) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r =$

.641, Sig = .000) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .621$ , Sig = .000)

3) ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับการไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันทันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ให้บริการ ( $r = .807$ , Sig = .000) เมื่อส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้บริการกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาตเช่นแฮกเกอร์ ( $r = .778$ , Sig = .000) ผู้ใช้บริการคิดว่าไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม ( $r = .778$ , Sig = .000) ผู้ใช้บริการคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวส่วนตัว โดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลโดยไม่ได้รับอนุญาต ( $r = .763$ , Sig = .000) ผู้ใช้บริการกลัวว่าจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ ( $r = .756$ , Sig = .000) M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของผู้ใช้บริการ ( $r = .727$ , Sig = .000) ผู้ใช้บริการกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet ( $r = .723$ , Sig = .000) ต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet ( $r = .676$ , Sig = .000) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ ( $r = .656$ , Sig = .000) ผู้ใช้บริการต้องใช้เวลามากหากต้องการใช้บริการ M-Wallet ( $r = .655$ , Sig = .000) ผู้ใช้บริการกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ ( $r = .632$ , Sig = .000) หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม ( $r = .623$ , Sig = .000)

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 1 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมีความสัมพันธ์ทางบวก ( $r = .856$ , Sig = .000)

### 5.1.3 อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

1. จากผลการวิจัยพบว่า เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา ด้านเวลาด้านประสิทธิภาพ และด้านสังคม ซึ่งไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้

เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ปัจจัยความไว้วางใจด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างน้อยหนึ่งปัจจัย

2. เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีตัวแปร เพียง 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งอธิบายได้ว่า ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ จะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking เพิ่มขึ้น 647.463 ส่วนตัวแปรที่เหลืออีก 2 ตัว ได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ และด้านความหวังดี ไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

3. เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีตัวแปร เพียง 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา ซึ่งอธิบายได้ว่า ความเสี่ยง ด้านจิตวิทยา จะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet เพิ่มขึ้น 8.161 ส่วนตัวแปรที่เหลืออีก 5 ตัว ได้แก่ ความเสี่ยง ด้านความปลอดภัย ด้านการเงิน ด้านเวลา ด้านประสิทธิภาพ และด้านสังคม ไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

4. เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีตัวแปร ไตเลย ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ ด้านความหวังดี และด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ( $r = .834, \text{Sig} = .000$ )

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน การอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

**5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1:** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมี

ความเสี่ยง ซึ่งกังวลว่าเมื่อเกิดความผิดพลาดในการทำธุรกรรมธนาคารจะไม่ชดใช้ค่าเสียหายให้และข้อมูลส่วนตัวอาจถูกขโมยขณะใช้บริการ ทั้งนี้อาจเกิดมาจากการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินที่เป็นเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งยังไม่มีกัป้องกันการเจาะ SSL (https) จากโปรแกรม SSLStrip เพื่อป้องกันผู้ใช้งานถูกดักจับชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน (Username and Password Sniffing) ทำให้ผู้ใช้งานมีความเสี่ยงมากขึ้นในการใช้งานบริการเทคโนโลยีทางการเงินบนสมาร์ตโฟนและอาจมีผู้ไม่หวังดีพัฒนาแอปพลิเคชันปลอมมาหลอกลูกค้าธนาคารได้ และการที่อายุการใช้งานของ Time Out Password (TOP) มากกว่า 10 นาที ซึ่งมีความเสี่ยงและเป็นการเพิ่มโอกาสให้สามารถหา TOP ที่ดักจับได้ไปใช้งานจนสำเร็จ ส่วนการใช้ TOP ที่ใช้เฉพาะแต่การเพิ่มบัญชีที่จะโอนเงินอาจทำให้มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น (ศุภชัย เอชไอซีเบอร์แลป, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ Milind (1999) พบว่าความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยอมรับบริการเทคโนโลยีทางการเงินของลูกค้า สอดคล้องกับ Lee (2009) พบว่าการรับรู้ถึงความเสี่ยง เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในทางลบต่อทัศนคติที่มีผลต่อการตั้งใจใช้นอกเหนือจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย ซึ่งจากที่กล่าวมานั้นสอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM) ของ Davis (1989) ที่กล่าวว่าปัจจัยสองปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการที่ง่ายในการใช้เทคโนโลยี และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Zhou (2013) ที่ศึกษาเรื่อง “An Empirical Examination of User Adoption of Location-based Services” ซึ่งเกี่ยวกับการศึกษาการยอมรับของการใช้บริการระบุตำแหน่ง พบว่าบริการระบุตำแหน่งนั้นมีประโยชน์ในเรื่องของการนำเสนอข้อมูลและสามารถให้บริการได้ตามสถานที่ที่ผู้ใช้อยู่ในขณะนั้น โดยเฉพาะประโยชน์ในเรื่องของความบันเทิงและการโต้ตอบแบบ Real-time ที่ส่งผลค่อนข้างมากต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคล แต่ก็ยังมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ซึ่งเพิ่มระดับการรับรู้ความเสี่ยงในผู้ใช้บริการได้ จากมุมมองทั้งสองด้านของผู้ใช้บริการนี้ พบว่ามีผลกระทบต่อความไว้วางใจและการรับรู้ความตั้งใจในการใช้บริการระบุตำแหน่ง

**5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2:** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครในทางลบซึ่งแสดงให้เห็นว่าการที่ผู้บริภคกรนั้นมีการรับรู้เสี่ยงที่มากขึ้นเกี่ยวกับความไม่น่าเชื่อถือของข้อมูล โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดมากกว่าการใช้บริการอื่นที่คล้ายกัน ความไม่มั่นใจในมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและโอกาสที่จะถูกใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ของผู้ให้บริการส่งผลต่อระดับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่สูงขึ้น ซึ่งจากที่กล่าวมานั้น

สอดคล้องกับแนวคิดของ McKechnie (2006) ที่ได้ศึกษามิติเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีในเรื่องของความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่ผู้ใช้บริการมีความกังวลเกี่ยวกับการถูกละเมิดหรือลักลอบนำข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตและความสูญเสียที่อาจเกิดจากการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของฐิติยาภรณ์ อีรานูวรรตน์(2553) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust Perception) ของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 21-25 ปี สามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้ เทคโนโลยีทางการเงินการสร้างการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจได้จากการป้องกันความเป็นส่วนตัว อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่สามารถเพิ่มการรับรู้ความเสี่ยงและลดการรับรู้ความเชื่อมั่นไว้วางใจ ในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินได้แก่ ปัจจัยด้านการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานเอง นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

กล่าวโดยสรุปจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวทั้งหมดได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรู้ถึงประโยชน์และขั้นตอนการใช้งานส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.3.1.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี มีการตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินมากที่สุด ทั้งนี้ผลที่ได้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของธนาคารที่วางไว้ว่าจะขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น โดยจะเน้นการทำธุรกรรมด้านเทคโนโลยีทางการเงินกับกลุ่มลูกค้ารายย่อยมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมใช้เทคโนโลยีใหม่ๆที่สามารถทำธุรกรรมด้วยตนเอง ดังนั้นหากต้องการที่จะขยายจำนวนผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินให้เพิ่มมากขึ้น ต้องเน้นกลุ่มลูกค้าในช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ในขณะเดียวกันธนาคารควรขยายฐานลูกค้าในช่วงอายุ 21-40 ปี ซึ่งมีการศึกษาและมีกำลังซื้อสูง ธนาคารควรพัฒนาโปรแกรมทางการตลาดสำหรับจูงใจลูกค้ากลุ่มนี้ให้มาใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน โดยการออกผลิตภัณฑ์และขยายช่องทางบริการให้บริการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและไลฟ์สไตล์ของลูกค้า ให้สามารถทำธุรกรรมการเงินที่

หลากหลายมากขึ้น สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของธนาคาร มีบัญชีเงินเดือนผ่านธนาคารโดยตรง ควรขยายฐานลูกค้าโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ เช่น การโอนเงิน เชื่อกยอดเงินคงเหลือ ชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น การทำให้กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มาใช้บริการจะทำให้เพิ่มปริมาณการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินได้มากขึ้น ซึ่งธนาคารควรให้บริการเจาะเข้าถึงไลฟ์สไตล์ของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย

5.3.1.2 การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของแอปพลิเคชันธนาคารหรืออินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งย่อมไม่แตกต่างกัน และมีการอัปเดตที่ทำให้ระบบเปลี่ยนแปลงไป ผู้ใช้จึงต้องศึกษาแต่ละ Feature ซึ่งส่งผลให้รับบริการสูญเสียเวลาในเรียนรู้วิธีการใช้บริการแอปพลิเคชัน ดังนั้นธนาคารควรออกแบบแอปพลิเคชันของบริการเทคโนโลยีทางการเงินให้ใช้งานได้ง่าย ปรับปรุงเมนูและขั้นตอนการใช้งานให้ง่ายขึ้น รวมถึงสาธิตวิธีการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินบนเว็บไซต์ โดยจัดทำเป็นคลิปวิดีโอเพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงขั้นตอนการใช้งานที่สามารถทำได้โดยง่าย เพื่อให้เกิดการใช้งานมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต ในส่วนของพนักงานควรให้ความรู้กับลูกค้าที่มาทำธุรกรรมที่ธนาคาร ผลที่ได้ลูกค้าจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้งาน เป็นการลดความกังวลว่าจะใช้งานไม่ถูกต้อง เมื่อมีการเรียนรู้ก่อนการใช้งานจริงจะทำให้เกิดความคุ้นเคยและรู้สึกรู้ว่าใช้งานได้ง่าย เป็นการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้กับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าสมัครใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินกันมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ใช้บริการควรศึกษาที่อยู่บนนั้นให้ดีกว่าก่อนใช้งานเพื่อป้องกันข้อผิดพลาด

5.3.1.3 ด้านความไว้วางใจ จากผลการศึกษาพบว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าการใช้งานง่ายของระบบเป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ จะเห็นได้ว่าบริการเทคโนโลยีทางการเงินมีประโยชน์ ดังนั้นธนาคารควรใช้กลยุทธ์เชิงรุก ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับ เช่น สะดวก รวดเร็ว ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา สามารถทำรายการประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง การประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นจะทำให้ผู้บริโภคได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญและมีการตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับและตัดสินใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินในที่สุด



### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยกลุ่มลูกค้าในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อใช้เป็นแนวทางทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการดังกล่าวและทราบถึงบริการที่ลูกค้านิยมใช้เป็นประจำ เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าหันมาใช้มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงได้รับคำแนะนำติชมหรือความคิดเห็นใหม่ ๆ เพื่อนำมาแก้ไขและพัฒนาบริการและการกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาด

3. เนื่องจากมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อการตั้งใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เช่น ภาพพจน์ อิทธิพลด้านสังคมกลุ่มอ้างอิง เป็นต้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายผลการศึกษายปัจจัยอื่นว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริการ อันนำไปสู่การพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปในอนาคต

4. ควรเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่เป็นนิติบุคคลด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้กลุ่มลูกค้านิติบุคคลหันมาใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน กันมากขึ้น เพื่อเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มขึ้น



## บรรณานุกรม

- กิตติ ภัคตีวัฒนะกุล, และทวิศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547) **คัมภีร์การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.**  
กรุงเทพฯ : เคทีพีคอมพิวเตอร์คอนซัลท์,
- ฐิตยาภรณ์ อีรานูวรรตน์ (2553) **การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust Perception) ของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location- based services.** การศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐนัย ใจชน. (2555) **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร.** การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐพล ชวนสมสุข. (2553). **ภาพลักษณ์ของธุรกิจธนาคารที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าธนาคาร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนภรณ์ แสงโชติ. (2561). **การยอมรับเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน FinTech Adoption of MyMo Mobile Banking in Government Saving Bank.** มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). **การจัดการการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชนา.
- ธนาภา หิมารัตน์. (2559) **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน บริบทธนาคารพาณิชย์.** วิทยานิพนธ์ การบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พินัย ณ นคร. (2544) **กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ในยุคดิจิทัล.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน จำกัด
- ประสิทธิ์ วรฉัตรราชนิช. (2543). **Marketing dotcom.** กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์
- ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน. (2560) **รายงานการทำธุรกรรมการชำระเงินประจำไตรมาส 4 ปี 2560.** ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ลินดา หลวงมาลัย. (2554). **ผลกระทบของความเชื่อในการไว้วางใจในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของเว็บไซต์สิรินดาสตอร์ที่มีต่อเจตนาในการไว้วางใจของผู้เข้าชม.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ฤทัยภัทร ทำว่อง. (2557). **การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของลูกค้า.** บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น ธันวาคม 2557

- สวรส อมรแก้ว. (2555). **ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ สินค้าอาหาร จากตลาดสดในกรุงเทพมหานครของผู้บริโภค.** วิทยานิพนธ์บริหาร ธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2542). **สภาพภาพของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
- สุวิมล มธูรส. (2556). **การรับรู้การโฆษณาธนาคารทางโทรศัพท์ของผู้บริโภคในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยรังสิต
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). **ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12** (พ.ศ.2560-2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ศูนย์เอเชียไซเบอร์แลป. (2557) **ACIS Professional Center Review.** www.acisonline.net
- พรชนก พลาบุลย์. (2560) **การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจ ของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PROMPTPAY) ของรัฐบาลไทย.** สารนิพนธ์ปริญญา, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาวิดา หม่อมปลัด. (2556) **ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ปริญญา, มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- หทัยกาญจน์ วรรณสิทธิโชค. (2551). **การยอมรับบริการซื้อขายกองทุนรวมทางอินเทอร์เน็ตของ ผู้ลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อัจฉรา จันทร์แสงอรุณ และ ศรีรัตน์ จงเจริญมณีกุล. (2543). **เคล็ดลับการหาเงินทุนทำธุรกิจ E-Commerce.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Aggelidis & Chatzoglou (2016) **Using a modified technology acceptance model in hospitals.** International Journal of Medical Informatics, 78
- Aldas-Manzano, J., C. Lassala-Navarré, C. Ruiz-Mafé & S. Sanz-Blas. (2009). **The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage.** International Journal of Bank Marketing, 27(1), 53-75.
- Black, N. J., Lockett, A., Ennew, C., Winklhofer, H., & McKechnie, S. (2002). **Modelling consumer choice of distribution channels: an illustration from financial services.** International Journal of Bank Marketing, 20(4), 161-173.

- Davis, F. D. (1989). **Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology.** *MIS quarterly*, 319-340.
- D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). **Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce.** *Information System Research*, 13(3), 334-359.
- Featherman, M., & Pavlou, P. A. (2003). **Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective.** *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). **Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.** Reading, Mass.; Don Mills, Ontario: Addison-Wesley.
- Foster, M. G. (1973). **Traditional Societies and Technological Change.** New York: Harper & Row Publish.
- Gronroos. C. (1982). **Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface.** *Journal of Business, Inc.*,
- Hart, Nwibere & Inyang (2015) **The uptake of electronic commerce by SMEs: A meta the oretical framework expanding the determining constructs of TAM and TOE frameworks.** *Journal of Global Business Technology*, 6(1), 1-27.
- Heng, X., Hock-Hai, T., & Bernard, C. Y. T. (2005). **Predicting the Adoption of Location-Based Services: The Role of Trust and Perceived Privacy Risk.** Retrieved from <http://www.bibsonomy.org/bibtex/2688878d02ff4902c2bbbff064c1a2f3a/dblp>.
- Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1996). **Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations.** *Journal of Marketing*, 60, 50-68.
- Hoyer, W. T., & MacInnis, D. (1997). **The Effect of Online Service Quality toward Perceived Risk, Customer Attitudes, Relationship Quality, Online Purchase Intention, E-Loyalty, and Purchasing Behavior.** *Consumer Behavior* Houghton Mifflin, Boston MA.

- Kuisma, T., Laukkanen, T., & Hiltunen, M. (2007). **Mapping the reasons for resistance to internet banking: a eans-end approach.** *International Journal of Information Management*, 27(2), 75–85
- Lee LK., et al. (2009). **Menstruation among adolescent girls in Malaysia : a cross-sectional school survey.**Singapore. *Med J.* 47(10): 869 – 74.
- Lim, N. (2003). **Consumer perceived risk: Sources versus consequences.** *Electronic Consumer Research and Applications*, 2, 216-28
- Littler, D., & Melanthiou, D. (2006). **Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behaviour towards innovative retail services: the case of internet banking.** *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(6), 431-443.
- Mathieson et al. (2010) **Predicting use intention comparing the TAM with the theory of planed behavior.** *Information System Research*, 12(3), 173-191.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Shoorman, F. D. (1995). **An Integrative Model of Organizational Trust.** *Academy of Management Review* 20(3), 709-734.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). **The impact of initial consumer trust intentions to transact with a Web site: A trust building model.** *Journal of Strategic Information Systems*, 11(3–4), 297–323.
- Morgan, R.M., & Hunt, SD (1994). **The commitment-trust theory of relationship marketing.** *Journal of Marketing*, 58(3), 23-38.
- Nitin.N & Nath.V & Nanvy.G (2014). **A study of Adoption behavior of mobile banking service by Indian consumers.** *International Journal of Research in Engineering & Technology*, 2, 209-222
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988) **SERVQUAL : A Multi-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality.** *Journal of Retailing, Inc.,*
- Rogers, E. M. (2003). **Diffusion of innovations** (5thed). New York: Free.
- Yaghoubi, N. M., & Bahmani, E. (2011). **Behavioral approach to policy making of the internet banking industry: The evaluation of factors influenced on the**

- customers' adoption of internet banking services.** African Journal of Business Management, 5(16), 6785-6792
- Yu, S.-C. (2016). **Older-users acceptance of smart card payment systems: An investigation of an old-street Venders.** Information Science and Digital Content Technology (ICIDT), 152-156
- Zhou. (2013). **An empirical examination of user adoption of location-based services.** Journal of Electronic Commerce Research, 13(1), 25-39.



ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

-----

**แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเพื่อขอรับทุนมหาวิทยาลัยราชภัฏ  
คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ**

**คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามนี้สร้างขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์
  - 1.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจและการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน
  - 1.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจกับการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน
  - 1.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน
2. แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถาม 4 ตอน ดังต่อไปนี้
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางประชากรศาสตร์
  - ตอนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking
  - ตอนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet
  - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความคิดเห็นของท่านและตรงความเป็นจริงมากที่สุด ข้อมูลที่ตอบจะถูกเก็บเป็นความลับและไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ทั้งนี้ คณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือและหากมีข้อสงสัยกรุณาติดต่อ คุณ ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์ โทรศัพท์ 08-6964-2434

นางสาว ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์  
สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ

**ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นของท่านมากที่สุด



## 1. เพศ

- 1) ชาย  2) หญิง

## 2. อายุ

- 1) น้อยกว่า 25 ปี  2) 25 - 35 ปี  
 3) 36 - 45 ปี  4) 46 - 55 ปี  
 5) มากกว่า 55 ปี

## 3. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี  2) ระดับปริญญาตรี  
 3) ระดับปริญญาโท  4) ระดับปริญญาเอก

## 4. อาชีพ

- 1) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ  2) พนักงานเอกชน  
 3) เจ้าของกิจการ  4) อื่น ๆ โปรดระบุ .....

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) น้อยกว่า 15,000 บาท  2) 15,001 - 25,000 บาท  
 3) 25,001 - 35,000 บาท  4) 35,001 - 45,000 บาท  
 4) 45,001 บาท ขึ้นไป

## 6. การใช้บริการธุรกรรมผ่านทางเทคโนโลยีการเงิน

- 1) ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)  2) เคย (ต่อข้อที่ 7)

## 7. ถ้าท่านเคยใช้บริการการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) M-Banking  2) M-Wallet  
 3) อื่น ๆ .....

## 8. ปัจจุบันท่านใช้ M-Banking ของธนาคารใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ธนาคารกรุงไทย  2) ธนาคารกรุงเทพ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 3) ธนาคารกสิกรไทย     | <input type="checkbox"/> 4) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา           |
| <input type="checkbox"/> 5) ธนาคารเกียรตินาคิน | <input type="checkbox"/> 6) ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย           |
| <input type="checkbox"/> 7) ธนาคารทหารไทย      | <input type="checkbox"/> 8) ธนาคารไทยพาณิชย์              |
| <input type="checkbox"/> 9) ธนาคารออมสิน       | <input type="checkbox"/> 10) ไม่ใช่ M-Banking (ต่อข้อ 10) |
| <input type="checkbox"/> 11) อื่น ๆ.....       |   |

**9. วัตถุประสงค์ในการใช้ M-Banking (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) สอบถามยอดบัญชี         | <input type="checkbox"/> 2) ตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง |
| <input type="checkbox"/> 3) โอนเงิน                | <input type="checkbox"/> 4) ชำระค่าสินค้าและบริการ         |
| <input type="checkbox"/> 5) เติมเงินโทรศัพท์มือถือ | <input type="checkbox"/> 6) บริการซื้อ-ขายกองทุน           |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่น ๆ.....            |  |

**10. กรณีที่ท่านใช้บริการ M-Wallet ท่านใช้บริการ M-Wallet ไດ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) Rabbit Line Pay | <input type="checkbox"/> 2) True Money / We Card |
| <input type="checkbox"/> 3) mPAY Wallet     | <input type="checkbox"/> 4) Samsung Pay          |
| <input type="checkbox"/> 5) WePay           | <input type="checkbox"/> 6) AirPay               |
| <input type="checkbox"/> 7) Alipay          | <input type="checkbox"/> 8) BluePay              |
| <input type="checkbox"/> 9) ไม่ใช่ M-Wallet | <input type="checkbox"/> 10) อื่น ๆ.....         |

**11. ปกติท่านใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงิน ความถี่กี่ครั้งต่อเดือน**

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 – 3 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 2) 4 – 6 ครั้ง      |
| <input type="checkbox"/> 3) 7 – 9 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 10 ครั้ง |

ตอนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงและความไม่ไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking  
คำชี้แจง ท่านใช้ M-Banking โปรดตอบตอนที่ 2 หากไม่ได้ใช้ไม่ต้องตอบตอนที่ 2

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย</b>						
1	ฉันกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตร เครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Banking					
2	เมื่อฉันส่งข้อมูลไปยังเว็บไซต์ธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต ฉันกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดย บุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น แฮกเกอร์					
<b>ความเสี่ยงทางการเงิน</b>						
3	ฉันกลัวว่าฉันจะสูญเสียเงินเนื่องจากความ ผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขบัญชี ผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการโอน เงินโดยใช้อินเทอร์เน็ต					
4	ฉันคิดว่าฉันไม่สามารถรับค่าชดเชยจากธนาคาร ในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม					
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว</b>						
5	ฉันคิดว่าเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต สามารถให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัท อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากฉัน					
6	ฉันคิดว่าการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต					
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา</b>						
7	ฉันต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้ บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต					
8	ฉันจะต้องใช้เวลามากถ้าฉันต้องการใช้บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต					
<b>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ</b>						
	เว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจทำงาน					

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Banking	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9	ได้ไม่ดีและสร้างปัญหากับเครดิตของฉัน					
10	ฉันกังวลว่าการดำเนินการธนาคารไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต					
<b>ความเสี่ยงทางสังคม</b>						
1	หากใช้บริการ M-Banking อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม					
2	ฉันกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Banking จะทำให้ขาดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ					
<b>ความสามารถ</b>						
1	ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการ					
2	ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน					
3	การบริการหลังการใช้บริการ เช่น มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการใช้บริการ					
<b>ความหวังดี</b>						
4	การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการ					
5	ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหา					
6	ความรับผิดชอบดูแล ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ					
7	กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส					
<b>ความซื่อสัตย์</b>						
8	ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมา					
9	การให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจ					
10	การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้					

ตอนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

คำชี้แจง ท่านใช้ M-Wallet โปรดตอบตอนที่ 3 หากไม่ได้ใช้ไม่ต้องตอบตอนที่ 3

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย</b>						
1	ฉันกังวลเกี่ยวกับการให้รหัสข้อมูลหมายเลขบัตรเครดิตหรือเข้าสู่เว็บไซต์ในการใช้ M-Wallet					
2	เมื่อฉันส่งข้อมูลไปทางอินเทอร์เน็ตฉันกังวลว่าจะถูกดักและแก้ไขโดยบุคคลที่สามที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่นแฮกเกอร์					
<b>ความเสี่ยงทางการเงิน</b>						
3	ฉันกลัวว่าฉันจะสูญเสียเงินเนื่องจากความผิดพลาดที่ประมาท เช่น การใส่หมายเลขผิดและการป้อนจำนวนเงินผิดระหว่างการดำเนินการ					
4	ฉันคิดว่าฉันไม่สามารถรับค่าชดเชยในกรณีที่เกิดข้อผิดพลาดในการทำธุรกรรม					
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว</b>						
5	ฉันคิดว่าการใช้ M-Wallet จะให้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันกับบริษัทอื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากฉัน					
6	ฉันคิดว่าการใช้ M-Wallet เป็นอันตรายต่อความเป็นส่วนตัวของฉันโดยใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของฉันโดยไม่ได้รับอนุญาต					
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา</b>						
7	ฉันต้องใช้เวลามากมายในการเรียนรู้วิธีใช้บริการ M-Wallet					
8	ฉันจะต้องใช้เวลามากถ้าฉันต้องการใช้บริการ M-Wallet					
<b>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ</b>						

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9	M-Wallet อาจทำงานได้ไม่ดีและสร้างปัญหาเกี่ยวกับเครดิตของฉัน					
10	ฉันกังวลว่าการดำเนินการ M-Wallet ไม่ได้ให้ประโยชน์ทางการเงินที่ระบุไว้					
<b>ความเสี่ยงทางสังคม</b>						
11	หากใช้บริการ M-Wallet อาจไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวหรือสังคม					
12	ฉันกังวลว่าการใช้บริการทาง M-Wallet จะทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการ					
<b>ความสามารถ</b>						
1	ขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ประหยัดเวลาของบริการ					
2	ระบบการป้องกันความปลอดภัย เช่น การเข้ารหัสก่อนใช้งาน					
3	การบริการหลังการใช้บริการ เช่น มี SMS / Email แจ้งให้ทราบหลังการใช้บริการ					
<b>ความหวังดี</b>						
4	การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีในการขอใช้บริการ					
5	ความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ แก้ปัญหา					
6	ความรับผิดชอบดูแล ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ					
7	กรณีมีปัญหา มีระบบรองรับเพื่อช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส					
<b>ความซื่อสัตย์</b>						
8	ความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมา					
9	การให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจ					

ข้อ	การรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
10	การไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้					

**ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่น ๆ**

**ข้อเสนอแนะ**

1. การเข้าสู่ระบบการใช้บริการ

.....

2. การแจ้งข้อมูลยืนยันการดำเนินการ

.....

3. ความปลอดภัยในการดำเนินการ

.....

4. อื่น ๆ

.....

.....ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม.....



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาว ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์
วัน เดือน ปีเกิด	18 มีนาคม 2528 จังหวัด สงขลา
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน, 2550 ปริญญาโท มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, 2555
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ประสบการณ์ทำงาน	ครูผู้สอน โรงเรียนหาดใหญ่เทคโนโลยี นักวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	<ol style="list-style-type: none"><li>วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่าง นักศึกษาโครงการพิเศษและนักศึกษาโครงการปกติ คณะ วิศวกรรมศาสตร์</li><li>ศึกษาเบื้องต้นกับปัจจัยที่ส่งผลให้นักศึกษามีผลการเรียนอยู่ใน ภาวะรอพินิจ คณะวิศวกรรมศาสตร์</li><li>การพัฒนาทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมในยุคดิจิทัลของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม</li></ol>