



การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน  
ผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา  
Perceived Risk and Trust Influencing the Transactional Intention through  
Mobile Banking among Customers of Krung Thai Bank Public  
Company Limited in Songkhla Province

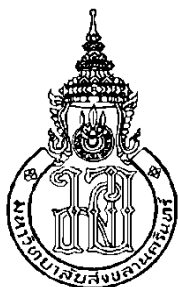
กษมา จินุกูล  
Kasama Jinukul

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Business Administration in Marketing  
Prince of Songkla University

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน  
ผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา  
Perceived Risk and Trust Influencing the Transactional Intention through  
Mobile Banking among Customers of Krung Thai Bank Public  
Company Limited in Songkhla Province

กษมา จินุกูล  
Kasama Jinukul

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the  
Degree of Master of Business Administration in Marketing  
Prince of Songkla University

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**ชื่อวิทยานิพนธ์** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

**ผู้เขียน** นางสาวกษมา จินกุล

**สาขาวิชา** การตลาด

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก**

**คณะกรรมการสอบ**

.....

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา พัฒนา)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

.....

(ศาสตราจารย์ ดร.ดำรงศักดิ์ ฟาร์รุ่งแสง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

(นางสาวกษมา จินกุล)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ  
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวกษมา จินกุล)

นักศึกษา

**ชื่อวิทยานิพนธ์** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

**ผู้เขียน** นางสาวกษมา จินกุล

**สาขาวิชา** การตลาด

**ปีการศึกษา** 2561

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน และศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ที่ยังไม่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารฯ จำนวน 385 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับความไว้วางใจและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินอยู่ในระดับปานกลาง โดยการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาและด้านประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน สำหรับความไว้วางใจในด้านความสามารถมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากข้อค้นพบของงานวิจัย ธนาคารควรสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าว่าธนาคารบนมือถือเป็นช่องทางที่เหมาะสมต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสามารถของระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ และควรลดความเสี่ยงด้านเวลาและด้านประสิทธิภาพของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยการพัฒนากระบวนการของธนาคารบนมือถือที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และมีชุดการทำงานที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้ามีความตั้งใจในการใช้บริการมากขึ้น

<b>Thesis Title</b>	Perceived Risk and Trust Influencing the Transactional Intention through Mobile Banking among Customers of Krung Thai Bank Public Company Limited in Songkhla Province
<b>Author</b>	Miss Kasama Jinukul
<b>Major Program</b>	Marketing
<b>Academic Year</b>	2018

### ABSTRACT

This research aims to study the levels of perceived risk, trust, and transactional intention through mobile banking, perceived risk affecting trust and intention of transactions, and trust affecting transactional intention. An online questionnaire was used as an instrument for collecting data. The participants consisted of 385 customers of Krung Thai Bank Public Company Limited in Songkhla Province who have never made financial transactions through mobile banking. The data were analyzed by frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The research revealed that perceived risk of customers showed at a high level while trust and transactional intention through mobile banking showed at a moderate level. The consumers' perceived risk represented significantly negative impact on trust that time risk and functional risk have significantly negative impact on transactional intention. Moreover, trust in term of ability have significantly positive impact on intention of transactions.

From the research findings, the bank should build trust for customers by publicizing the abilities of financial transactions system through mobile banking and should reduce the time and functional risk by developing the mobile banking system to be easy to understand and have a multi-function in order to encourage customers to have more intention to use this service.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา” สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เป็นเพราะความกรุณาใส่ใจดูแลและให้คำแนะนำปรึกษาในกระบวนการศึกษาอย่างสม่ำเสมอของ รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยเริ่มตั้งแต่การเขียนโครงร่างวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์ข้อมูล จนกระทั่งขั้นสุดท้าย คือ การเขียนวิทยานิพนธ์อย่างถูกต้อง ผู้เขียนมีความซาบซึ้งใจเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ทั้งใคร่ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัลลภา พัฒนา ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ เบ็ญฤทธิ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาชี้แนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เขียน ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ จนจบหลักสูตร รวมถึงบุคลากรทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ตลอดจนเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี

สำหรับบุคคลที่สำคัญยิ่งและจะขาดเสียมิได้ ผู้เขียนขอขอบคุณครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจสำคัญมาโดยตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยชิ้นนี้ ขอมอบเป็นกตัญญูตเวทิตาแด่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

กษมา จินกุล



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(5)
ABSTRACT .....	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(7)
สารบัญ.....	(8)
รายการตาราง .....	(10)
รายการภาพประกอบ .....	(11)
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
2.1 ธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking).....	7
2.2 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk).....	11
2.3 ความไว้วางใจ (Trust) .....	19
2.4 ความตั้งใจในการทำธุรกรรม (Transactional Intention) .....	23
2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจ ในการทำธุรกรรม .....	26
2.6 ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม.....	28
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
2.8 แนวคิดสู่กรอบวิจัย.....	34
2.9 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	38
3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	38
3.2 รูปแบบการวิจัย.....	39
3.3 เครื่องมือในการวิจัย .....	39
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	47
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	50
4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย .....	50
4.2 การนำเสนอผลการวิจัย .....	51

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 ผลการวิจัย .....	51
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	65
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	65
5.2 อภิปรายผล .....	66
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	69
บรรณานุกรม.....	72
ภาคผนวก.....	78
ภาคผนวก ก แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	79
ภาคผนวก ข ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม	87
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .....	91
ภาคผนวก ง แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	95
ประวัติผู้เขียน.....	102

## รายการตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	สรุปรูปแบบวัดที่สามารถนำไปใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 18
2.2	สรุปรูปแบบวัดที่สามารถนำไปใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 22
2.3	สรุปรูปแบบวัดที่สามารถนำไปใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 25
3.1	แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 40
3.2	แบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 44
3.3	แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ .. 45
3.4	เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 48
4.1	ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าย่อยตัวอย่าง ..... 51
4.2	ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา..... 53
4.3	ระดับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา..... 58
4.4	ระดับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา..... 59
4.5	ผลการวิเคราะห์การถดถอยการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ..... 60
4.6	ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง ..... 61
4.7	ผลการวิเคราะห์การถดถอยการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 62
4.8	ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรความไว้วางใจ..... 63
4.9	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ..... 63
4.10	สรุปรูปแบบทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ..... 64

## รายการภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
2.1	รูปแบบธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) .....	9
2.2	ขั้นตอนระหว่างความตั้งใจกับการตัดสินใจ .....	24
2.3	ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการ ทำธุรกรรม .....	26
2.4	กรอบแนวคิดของการวิจัย .....	37

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารพาณิชย์เป็นแหล่งเงินทุนสำคัญของผู้บริโภคที่ให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน และการชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น ผ่านช่องทางการให้บริการทางการเงิน ซึ่งในสภาวะการแข่งขันสูงของอุตสาหกรรมการเงิน ธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินต่าง ๆ ได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการธุรกรรมทางการเงิน เรียกว่า เทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน (Financial Technology: Fintech) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นผ่านระบบการสื่อสารออนไลน์ จนนำไปสู่การให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ที่แตกต่างกันไปจากการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเดิม ที่สามารถตอบสนองต่อการให้บริการ ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ รองรับความรวดเร็วและความสะดวกสบาย และลดข้อจำกัดในด้านสถานที่และเวลา เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking: M-Banking) และการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) เป็นต้น (Ramos, Ferreira, Freitas, & Rodrigues, 2018) รูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินดังกล่าวมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและเข้ามาแทนที่การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขาของธนาคาร เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินในสาขาของธนาคารส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 เป็นธุรกรรมการฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน และการชำระเงิน ซึ่งสามารถทำผ่านธนาคารดิจิทัลได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

ปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking: M-Banking) มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีอัตราการเติบโตมากกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) พบว่า จำนวนบัญชีของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารบนมือถือ ณ สิ้นปี 2561 มีจำนวน 37.97 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 51.86 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 และปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในปี 2561 มีจำนวน 203.23 ล้านรายการ เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 122.91 เมื่อเทียบกับปี 2560 ในขณะที่จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ณ สิ้นปี 2561 มีจำนวน 23.12 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.84 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2560 และปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปี 2561 มีจำนวน 22.52 ล้านรายการ ลดลงร้อยละ 2.72 เมื่อเทียบกับปี 2560 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสามารถตอบสนองรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันในการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยไม่จำกัดสถานที่และเวลา ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยีและการเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ทำให้ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น และนิยมใช้บริการธนาคารบนมือถือเป็น

ช่องทางในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เช่น การชำระค่าสินค้าหรือบริการออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งการเติบโตของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือดังกล่าว ส่งผลให้การแข่งขันทางการตลาดของผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือในประเทศไทยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มีการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดกันอย่างเข้มข้นตลอดเวลา และมีพัฒนาการของการแข่งขันทางการตลาดมาโดยตลอด โดยปัจจุบันมีธนาคารพาณิชย์ที่มีการแข่งขันกันเป็นผู้นำทางด้านธนาคารบนมือถืออย่างเข้มข้น จำนวน 3 ธนาคาร ประกอบด้วย ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงไทย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2561)

ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นอีกหนึ่งธนาคารพาณิชย์ที่ได้พัฒนาและเปิดให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือแก่ลูกค้ารายย่อย มีชื่อเรียกเฉพาะว่า “กรุงไทย เน็กซ์ (Krungthai NEXT)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสามารถขยายบริการการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารได้ 24 ชั่วโมง สามารถเข้าถึงฐานลูกค้าได้กว้างขวางและรวดเร็วขึ้น สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในระยะยาว และสามารถสร้างรายได้จากค่าธรรมเนียมได้อีกช่องทางหนึ่ง อย่างไรก็ตามแม้ว่าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จะให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือด้วยรูปแบบที่ทันสมัย สะดวก และใช้งานง่าย ด้วยงบประมาณการลงทุนถึง 10,000 ล้านบาท แต่พบว่าธนาคารฯ ยังไม่สามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มาสมัครใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินกับทางธนาคารได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยเมื่อพิจารณาจำนวนบัญชีของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ณ สิ้นปี 2561 พบว่า มีจำนวนบัญชีที่เปิดใช้บริการธนาคารบนมือถือประมาณ 5 ล้านบัญชี ซึ่งมีจำนวนต่ำกว่าเป้าหมายที่ธนาคารได้ไว้ คือ ประมาณ 8 ล้านบัญชี (ธนาคารกรุงไทย, 2561) และเมื่อเปรียบเทียบจำนวนบัญชีของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กับธนาคารคู่แข่งอย่างธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า จำนวนบัญชีของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ยังน้อยกว่าจำนวนบัญชีของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารบนมือถือของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งมีจำนวน 9.4 ล้านบัญชี และ 8 ล้านบัญชี ตามลำดับ จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ต้องสูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้จากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือค่อนข้างสูง (มาร์เก็ตเธียร์, 2561)

สำหรับในจังหวัดสงขลา นอกจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ยังมีธนาคารพาณิชย์อีกหลายแห่งที่เปิดให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เช่น ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละธนาคารต่างก็พยายามหาแนวทางและกลยุทธ์ต่าง ๆ มาแข่งขันกัน เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับธนาคารของตน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น ทำให้ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อาจต้องสูญเสียฐานลูกค้าบางส่วนไปที่อาจยกเลิกการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารฯ แล้วไปใช้บริการกับอีกธนาคารหนึ่ง เพราะเล็งเห็นว่าได้รับประโยชน์และความคุ้มค่ากว่า นอกจากนี้จังหวัดสงขลาถือเป็นจังหวัดศูนย์กลางทางด้านการค้าและเศรษฐกิจของภาคใต้ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกี่ยวกับการพาณิชย์และการบริการ (สำนักงานสถิติ จังหวัดสงขลา, 2560) การที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารของรัฐบาล อาจไม่ได้ดึงดูดใจให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หันมาใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน

ธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารได้เท่ากับกลุ่มข้าราชการที่มีแรงจูงใจสูงกว่า จึงเป็นปัญหาหนึ่งในการดึงดูดผู้บริโภคหรือขยายฐานลูกค้าของธนาคารฯ ดังนั้นการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จะสามารถแข่งขันกับธนาคารอื่นเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดด้านธนาคารบนมือถือและสามารถรักษาฐานลูกค้าของตนเองไว้ได้นั้น จำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าให้ได้มากที่สุด ซึ่งก่อนที่จะมีการวางแผนกลยุทธ์ใด ๆ นั้น ธนาคารฯ จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อไม่ให้เกิดการวางแผนที่ผิดพลาด โดยแนวทางหนึ่งที่ทำให้ธนาคารได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการธนาคารบนมือถือ คือ ธนาคารต้องมีความเข้าใจถึงปัจจัยที่สนับสนุนและขัดขวางการใช้บริการธนาคารบนมือถือของผู้บริโภค เช่น ปัจจัยด้านความไว้วางใจ เป็นต้น (Ramos, et al., 2018)

การศึกษาในอดีตที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้บริโภค โดยการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความไม่แน่นอนในการทำธุรกรรม เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางอินเทอร์เน็ตที่ย่อมไม่มีความแน่นอนอยู่ตลอดเวลา แม้ว่าจะระบบการทำธุรกรรมทางการเงินจะมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลผู้บริโภค แต่ก็ยังมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการรั่วไหลหรือการขโมยข้อมูลส่วนตัวจากบุคคลที่สาม ทำให้ผู้บริโภคมีการสูญเสียเกิดขึ้นจากการทำธุรกรรม ส่งผลให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินลดลงได้ (Pavlou, 2014) จากงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลในทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Liao, Liu, & Chen, 2011; Farzianpour, Pishdar, Shakib, & Toloun, 2014; Al-Jabri, 2015; Nguyen & Nguyen, 2017; Rachbini, 2017) และสำหรับความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ หากผู้บริโภคมีความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน จะช่วยให้ผู้บริโภคไม่ต้องทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ สอดส่องติดตาม และควบคุมสถานการณ์ของการทำธุรกรรม ทำให้การทำธุรกรรมง่ายขึ้น จึงช่วยลดต้นทุนด้านเวลาและความพยายามลง ทำให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น (Chircu, Davis, & Kauffman, 2000; Pavlou, 2003) ซึ่งจากงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจส่งผลในทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Liao et al., 2011; Rachbini, 2017; นพดล ศรีสรรค์, 2551; ธัญยากร ขวัญใจสกุล, 2560)

การวิจัยที่ผ่านมา พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ แต่การศึกษาถึงประเด็นดังกล่าวที่ผ่านมายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้ได้รับคำตอบที่ไม่สมบูรณ์ เช่น 1) การศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีผลการวิจัยที่ไม่สอดคล้องกัน กล่าวคือ การศึกษาจากนักวิชาการหลายท่าน พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Liao et al., 2011; Farzianpour et al., 2014; Al-Jabri, 2015; Nguyen & Nguyen, 2017; Rachbini, 2017; นพดล ศรีสรรค์, 2551; ธัญยากร ขวัญใจสกุล, 2560) ซึ่งขัดแย้งกับนักวิชาการหลายท่านที่พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Kim & Koo, 2016; Adiwijaya, Kaihatu, Nugroho, & Kartika, 2017; มนตรี พิริยะกุล และคณะ, 2558) 2) การศึกษาถึงความสัมพันธ์ของทั้งสามตัวแปร คือ การรับรู้

ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ส่วนใหญ่จะศึกษาความสัมพันธ์เพียงทางเดียว กล่าวคือ จะศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยใช้การรับรู้ความเสี่ยงเป็นตัวแปรกลาง หรือศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้ความไว้วางใจเป็นตัวแปรกลาง (Liao et al., 2011; Yang, Pang, Liu, Yen, & Tam, 2015; Marriott & Williams, 2018) โดยไม่ได้ศึกษาว่าตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจส่งผลซึ่งกันและกัน (Bidirectional Relationship) และส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรม (Kim & Koo, 2016) และ 3) การศึกษาความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยส่วนใหญ่จะศึกษาโดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจควบคู่กับตัวแปรอื่น ๆ ในแบบจำลอง (McKechnie, Winklhofer, Ennew, 2006; Al-Jabri, 2015; Yang et al, 2015; Ramos et al, 2018) โดยไม่ได้ศึกษาเฉพาะเจาะจงลงไป ซึ่งอาจทำให้ได้คำตอบที่ไม่สมบูรณ์ได้

จากปัญหาที่ลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สมัครใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือของธนาคารฯ น้อยกว่าเป้าหมายที่กำหนด เมื่อได้ทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต พบว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวสนับสนุนหรือขัดขวางความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ของผู้บริโภค คือ การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดบางประการของงานวิจัยที่ผ่านมา อาจทำให้ยังไม่ได้รับคำตอบที่ชัดเจนมากพอที่จะนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่ผู้บริโภคมีทางเลือกในการทำธุรกรรมทางการเงินกับหลายธนาคาร และประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการพาณิชย์และการบริการ ซึ่งอาจไม่ได้ดึงดูดใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้มากนัก หากไม่มีการวางแผนกลยุทธ์ที่ดี ดังนั้นการศึกษถึงการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา จึงมีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบ การพัฒนา หรือการจัดการกับระบบการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารฯ เพื่อให้ผู้ที่ไม่เคยสมัครใช้บริการมีการสมัครใช้บริการมากขึ้น และกระตุ้นให้ผู้ที่ไม่เคยสมัครใช้บริการแล้วมีการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น เพื่อช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าของธนาคารฯ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

1.2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา



1.2.3 เพื่อศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

H<sub>1</sub>: การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

H<sub>2</sub>: การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

H<sub>3</sub>: ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทราบถึงระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนกลยุทธ์ด้านการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถืออย่างเหมาะสม

1.4.2 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทราบถึงการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลไปใช้ออกแบบ พัฒนา หรือจัดการกับระบบการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เพื่อเพิ่มยอดการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น

1.4.3 นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ และนักการตลาด ทราบถึงการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการขยายผลทางทฤษฎี เพื่อการวิจัยวิจัยในอนาคต

### 1.5 ขอบเขตการวิจัย

#### 1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน สำหรับการวัดการรับรู้ความเสี่ยงในงานวิจัยนี้ได้วัดการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ใน 8 มิติ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Yang et al., 2015) และวัดความไว้วางใจใน 3 มิติ ได้แก่ ความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ (Lu, 2017)

#### 1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ทำการเก็บข้อมูลจากลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ที่มีความสนใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

### 1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา

การเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยนี้ใช้ระยะเวลา 2 เดือน คือ เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

**การรับรู้ความเสี่ยง** หมายถึง การรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่อาจเกิดการสูญเสียจากการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเกิดจากความไม่แน่นอนที่ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินต้องเผชิญและไม่สามารถรู้ถึงผลลัพธ์ที่ตามมา โดยสามารถเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ และมีผลในเชิงลบต่อการทำธุรกรรม

**ความไว้วางใจ** หมายถึง ความมั่นใจหรือความไว้วางใจของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินที่มีต่อผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ว่าจะมีความสามารถในการให้บริการที่ดี มีความหวังดีต่อผู้ใช้บริการ และมีความซื่อสัตย์ต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งจะถูกเชื่อมโยงเข้ากับ ความตั้งใจในการทำธุรกรรม หากผู้ทำธุรกรรมทางการเงินเกิดความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือในระดับสูง ก็จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการทำธุรกรรมที่สูงขึ้นตามไปด้วย

**ความตั้งใจในการทำธุรกรรม** หมายถึง ความยินดีหรือความเต็มใจของลูกค้าที่พร้อมจะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นไปในลักษณะของความตั้งใจที่จะทำเมื่อมีโอกาส การวางแผนที่จะทำมากขึ้น และความเป็นไปได้ที่จะทำในอนาคตอันใกล้

**ธนาคารบนมือถือ** หมายถึง การให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนกับทางธนาคารฯ เพื่อขอใช้บริการทางการเงิน สามารถใช้บริการทางการเงินได้หลายประเภท เช่น การโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคาร การตรวจสอบยอดบัญชี การซื้อขายตราสาร/กองทุน และการตั้งระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ รวมถึงการทำธุรกรรมชำระเงิน และการชำระใบแจ้งหนี้ต่าง ๆ เป็นต้น

**ลูกค้า** หมายถึง ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ที่ไม่เคยใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัยโดยอาศัยพื้นฐานจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 ธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking)
- 2.2 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)
- 2.3 ความไว้วางใจ (Trust)
- 2.4 ความตั้งใจในการทำธุรกรรม (Transaction Intention)
- 2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรม
- 2.6 ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 แนวคิดสู่กรอบวิจัย
- 2.9 กรอบแนวคิดของการวิจัย

#### 2.1 ธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking)

ธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking: M-Banking) เป็นการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนกับทางธนาคารเพื่อขอใช้บริการทางการเงิน สามารถใช้บริการทางการเงินได้หลายประเภท เช่น การโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคาร การตรวจสอบยอดบัญชี การซื้อขายตราสาร/กองทุน และการตั้งระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ รวมถึงการทำธุรกรรมชำระเงิน และการชำระใบแจ้งหนี้ต่าง ๆ ทั้งนี้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ถือเป็นส่วนหนึ่งของธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking) ปัจจุบันเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เพราะการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงการบริการได้ง่าย โดยไม่มีข้อจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ (Lee, 2005; Demirdogen et al., 2010; Al-Mohaimmeed, 2012; ธนวรรณ สำนักกลาง, 2559)

กระบวนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ มีขั้นตอนการให้บริการ 7 ขั้นตอน (ธนวรรณ สำนักกลาง, 2559) ดังนี้

1. การสมัครขอใช้บริการ (Registration) เริ่มต้นจากการดาวน์โหลดธนาคารบนมือถือบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน (Application) แล้วจึงยื่นเอกสารการสมัครขอใช้บริการ และทำการตรวจสอบข้อมูล รวมถึงข้อกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ การขอสมัครใช้บริการสามารถกระทำได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ กรณีสมัครผ่านทางสาขาของธนาคาร กรณีสมัครผ่านทางเครื่องกดเงินอัตโนมัติ (ATM) ของธนาคาร และกรณีสมัครผ่านช่องทางออนไลน์

2. การสร้างบัญชีผู้ใช้งาน (Create an Account) ผู้สมัครใช้บริการต้องเข้าสู่ระบบธนาคารบนมือถือเพื่อสร้างชื่อบัญชีผู้ใช้งาน และรหัสผ่าน

3. การเข้าสู่ระบบการใช้งาน (Login) การเข้าสู่ระบบใช้งานนั้นผู้ใช้บริการจำเป็นต้องใส่ชื่อบัญชีผู้ใช้งาน และรหัสผ่านที่ได้กำหนดไว้ เพื่อการเข้าใช้บริการ

4. การทำรายการธุรกรรมทางการเงิน (Transaction) หลังจากเข้าสู่ระบบแล้วผู้ใช้บริการสามารถเลือกทำรายการธุรกรรมทางการเงินได้ เช่น การตรวจสอบยอดบัญชี การโอนเงิน และการชำระค่าสินค้าหรือบริการ เป็นต้น

5. การแจ้งผลการทำรายการ (Notification) หลังจากผู้ใช้งานมีการทำธุรกรรมทางการเงินทุกครั้งจะมีระบบแจ้งเตือนเพื่อยืนยันการทำรายการนั้น

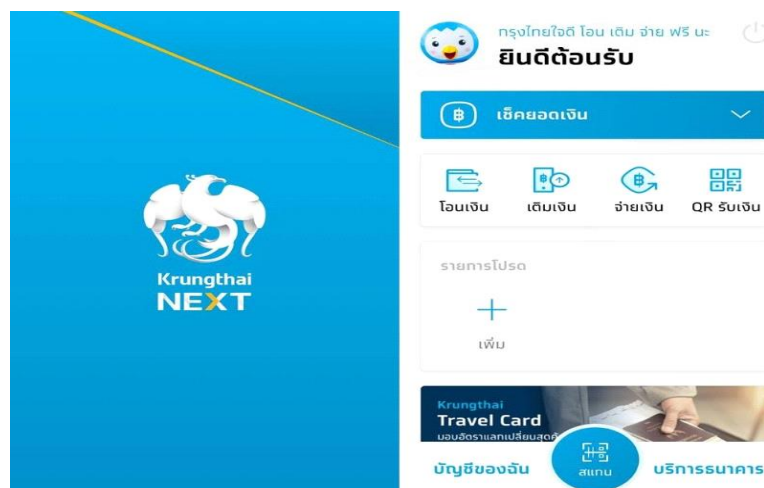
6. การแจ้งปัญหาและข้อเสนอแนะ (Report a Problem) เมื่อผู้ใช้บริการพบปัญหาหรือข้อเสนอแนะ สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการผ่านศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) ได้

7. การตรวจสอบการดำเนินการ (Validation) เป็นกระบวนการสุดท้ายในการใช้บริการ โดยเป็นการตรวจสอบการทำรายการธุรกรรมทางการเงิน ข้อมูลต่าง ๆ และตรวจสอบปัญหาหรือข้อเสนอแนะ แล้วจึงแสดงผลยืนยันการทำรายการจนเป็นที่สิ้นสุด

สำหรับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking) เมื่อปี พ.ศ. 2554 มีชื่อเรียกเฉพาะว่า “เคทีบี เน็ตแบงก์ (KTB Netbank)” ซึ่งลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทั้งในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) และระบบปฏิบัติการไอโอเอส (IOS) ต่อมาในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2561 ธนาคารฯ ได้เปิดให้มีการอัปเดตแอปพลิเคชันใหม่ สำหรับลูกค้าที่ใช้ระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) โดยเปลี่ยนชื่อจากเดิมเคทีบี เน็ตแบงก์ กลายมาเป็น “กรุงไทย เน็กซ์ (Krungthai NEXT)” พร้อมกับปรับปรุงคุณลักษณะและรูปแบบของแอปพลิเคชันเพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตามการใช้งานในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ยังคงเป็นแอปพลิเคชันในชื่อ เคทีบี เน็ตแบงก์ ซึ่งทางธนาคารฯ จะมีการเปิดให้มีการอัปเดตแอปพลิเคชันในภายหลัง โดยรูปแบบธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทั้งในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และไอโอเอส (ธนาคารกรุงไทย, 2561) ดังภาพที่ 2.1



(a) KTB Netbank



(b) Krungthai NEXT

ภาพที่ 2.1 รูปแบบธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)  
ที่มา: ธนาคารกรุงไทย (2561)

การให้บริการธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน มีรูปแบบการให้บริการที่สำคัญ (ธนาคารกรุงไทย, 2561) ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลบัญชีเงินฝากและบัตรเครดิต สามารถตรวจสอบการเคลื่อนไหวในบัญชี เงินที่โอนเข้าบัญชี การโอนเงินออกบัญชี โดยมีบริการแจ้งเตือนเงินเข้าบัญชีผ่านระบบข้อความสั้น (SMS) ซึ่งสามารถกำหนดจำนวนเงินขั้นต่ำสำหรับการแจ้งเตือนได้มูลค่าตั้งแต่ 1 บาทขึ้นไป รวมถึงการตรวจสอบรายละเอียดและรายการที่ทำผ่านบัตรเครดิต เช่น วงเงินคงเหลือของบัตรเครดิต และแต้มสะสมคะแนนของบัตรเครดิต เป็นต้น

2. การโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ สามารถโอนเงินผ่านโทรศัพท์มือถือไปยังเลขบัญชีปลายทางได้หลายรูปแบบ ทั้งการโอนเงินไปยังต่างธนาคาร การโอนเงินข้ามเขต และการโอนเงินผ่านเบอร์โทรศัพท์มือถือ (Prompt Pay) โดยได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมทุกกรณี

3. การเติมเงินโทรศัพท์มือถือและการชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ สามารถเติมเงินโทรศัพท์มือถือได้ครบทุกเครือข่าย โดยไม่มีค่าธรรมเนียม และสามารถชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ค่าบัตรเครดิต และค่าบริการทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น รวมไปถึงการชำระค่าสินค้าและบริการจากภาครัฐต่าง ๆ เช่น ค่าปรับจราจร ค่าเงินกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ค่าบริการของกรมขนส่ง กรมธนารักษ์ กรมสรรพสามิต และการสื่อสารแห่งประเทศไทย เป็นต้น

4. การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ สามารถตรวจสอบอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และสามารถแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้มากถึง 10 สกุลเงิน โดยไม่มีค่าธรรมเนียม

5. การซื้อ/จองสลากกินแบ่งรัฐบาล สามารถซื้อ/จองสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ล่วงหน้าตามระยะเวลาที่กำหนด พร้อมกับช่องทางอื่น ๆ

6. การซื้อขายตราสารหนี้ หน่วยลงทุน และกองทุนต่าง ๆ เจ้าของกิจการหรือนักลงทุนสามารถจองซื้อหลักทรัพย์ออนไลน์ (หุ้นกู้/พันธบัตร/หน่วยลงทุน) ที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดจำหน่าย โดยสามารถให้ระบบตัดเงินจองออกจากบัญชีเงินฝากของธนาคาร

7. การโทรหาแบบมีภาพและเสียง (Video Call) ไปยังเจ้าหน้าที่ธนาคารให้ทำธุรกรรมทางการเงินให้ สามารถโทรเพื่อติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของธนาคารได้โดยตรงเพื่อช่วยทำธุรกรรมทางการเงินให้ ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่มผู้ใช้งานที่ไม่ถนัดการใช้งานเทคโนโลยีบนมือถือ

8. การเข้าระบบด้วยการสแกนนิ้วและใบหน้า สามารถเข้าสู่ระบบ (Login) ผ่านการสแกนนิ้ว (Finger Print) และการสแกนใบหน้า (Face Recognition) สำหรับระบบปฏิบัติการ IOS เพื่อแก้ปัญหาการลืมรหัสผ่านเข้าสู่ระบบ

ทั้งนี้ลูกค้าสามารถสมัครใช้บริการธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้ 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) การสมัครใช้บริการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทุกสาขา โดยสามารถใช้บริการได้ทันที 2) การสมัครจากตู้เอทีเอ็มหรือเอดีเอ็ม (ATM/ADM) ของธนาคาร โดยสามารถใช้บริการได้ทันที และ 3) การสมัครใช้บริการด้วยบัตรเอทีเอ็ม/เดบิตบนแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT (ธนาคารกรุงไทย, 2561)

สรุปได้ว่า ธนาคารบนมือถือเป็นการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผู้ใช้บริการต้องลงทะเบียนกับทางธนาคารเพื่อขอใช้บริการทางการเงิน สามารถใช้บริการทางการเงินได้หลายประเภท เช่น การโอนเงินระหว่างบัญชีธนาคาร การตรวจสอบยอดบัญชี การซื้อขายตราสาร/กองทุน และการตั้งระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติ รวมถึงการทำธุรกรรมชำระเงิน และการชำระใบแจ้งหนี้ต่าง ๆ เป็นต้น

## 2.2 การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

### 2.2.1 ความหมายของการรับรู้ความเสี่ยง

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์มักมีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น โดยมีผู้ให้ความหมายของการรับรู้ความเสี่ยงในบริบทของออนไลน์ไว้ ดังนี้

Lu, Hsu, and Hsu (2005) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนของลูกค้าจากการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ การรับรู้ความเสี่ยงที่สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

Dinev and Hart (2006) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่อาจจะเกิดการสูญเสียจากการตัดสินใจกระทำบางสิ่งบางอย่าง

Turban, Strauss, & Lai (2012) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ความกังวลที่จะเกิดการสูญเสียจากการใช้งานระบบออนไลน์ ซึ่งเกิดจากการที่ผู้บริโภคไม่สามารถบริหารจัดการความเป็นส่วนตัวได้

Crawford and Benedetto (2014) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดความไม่แน่นอน ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมออนไลน์มีการพิจารณาความเสี่ยงทั้งในด้านการเงิน ความปลอดภัยในการใช้งาน และข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสามารถเกิดความเสียหายขึ้นได้ในสถานการณ์ต่าง ๆ และจะมีผลกระทบตามมาจากการรับรู้ความเสี่ยงนั้น

Schiffman and Wisenblit (2015) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องเผชิญ เนื่องจากไม่สามารถเห็นผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้บริโภคแต่ละคนจะมีการรับรู้ความเสี่ยงที่แตกต่างกันออกไป

สัจชัย อุปะเตีย (2553) ได้สรุปความหมายของการรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ผลจากการรับรู้ข้อมูลที่ผิดพลาด ข้อมูลที่ไม่แสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงการนำเสนอข้อมูลของสินค้าหรือบริการที่ไม่ครบถ้วน อาจนำไปสู่ความผิดหวัง ความไม่พึงพอใจ และทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าไม่ตัดสินใจที่จะทำการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

นภวรรณ คณานุรักษ์ (2556) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง ความรู้สึกถึงความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องเผชิญและไม่สามารถรู้ถึงผลลัพธ์ที่ตามมา ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ทั้งนี้การรับรู้ความเสี่ยงนั้นขึ้นอยู่กับบุคคล ผลิตภัณฑ์ สถานการณ์ และวัฒนธรรม โดยมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่สูงและต่ำแตกต่างกันไป

เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2557) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นเมื่อได้ตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ในการได้รับข้อมูลที่ผิดพลาดหรือไม่ชัดเจน โดยแสดงในรูปแบบของความปลอดภัยในการใช้งาน การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า การนำเสนอข้อมูลสินค้าที่นำไปสู่ความไม่พอใจ เป็นเหตุให้ผู้บริโภคไม่ใช้งานอีกต่อไป

สรุปได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่อาจจะเกิดการสูญเสียที่เป็นผลมาจากการตัดสินใจ เกิดจากความไม่แน่นอนที่ผู้บริโภคต้องเผชิญและไม่สามารถรู้ถึงผลลัพธ์ที่ตามมา ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ มีผลในเชิงลบและผลกระทบที่จะตามมา

## 2.2.2 ประเภทของการรับรู้ความเสี่ยง

แนวคิดเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงเป็นหัวข้อที่มีผู้สนใจศึกษาอย่างกว้างขวางตั้งแต่ในบริบทของการใช้บริการในช่องทางแบบดั้งเดิมไปจนถึงบริบทของการใช้บริการออนไลน์ นักวิจัยหลายท่านได้สนใจศึกษาองค์ประกอบหรือมิติต่าง ๆ ของการรับรู้ความเสี่ยงในบริบทของการใช้บริการออนไลน์เพื่อให้เข้าใจบทบาทของการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการออนไลน์มากขึ้น ดังนี้

McKechnie et al. (2006) กล่าวถึง ความเสี่ยงในมิติต่าง ๆ ของการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ มีดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน เป็นความเชื่อเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายหรือจำนวนเงินที่อาจสูญเสียมากกว่าปกติจากการใช้บริการ 2) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย เป็นความเชื่อเกี่ยวกับการสูญเสียที่เกิดจากความไม่ปลอดภัยของระบบ เช่น การถูกโจรกรรมทรัพย์สินผ่านโครงข่ายโทรศัพท์มือถือ และการถูกโจรกรรมโดยแก้ไขเลขที่บัญชีปลายทางในระหว่างการชำระเงิน เป็นต้น และ 3) ความเสี่ยงเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ เป็นความเชื่อเกี่ยวกับการถูกลักลอบนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล หรือการถูกลักลอบใช้สิทธิเข้าใช้ระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้ยังหมายรวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อด้านความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการในการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

Demirdogen, Yaprakli, Yilmaz, and Husain (2010) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาความเสี่ยงในมุมมองของผู้บริโภค สามารถแจกแจงปัจจัยความเสี่ยงที่สามารถรับรู้ได้ ดังต่อไปนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) หมายถึง ทัศนคติ ความเชื่อเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายหรือจำนวนเงินที่อาจสูญเสียมากกว่าปกติจากการใช้บริการธนาคารบนมือถือ หรือความรู้สึกว่าการตัดสินใจใช้บริการอาจไม่คุ้มค่า เพราะมีบริการในลักษณะเดียวกันของธนาคารผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือรายอื่นที่น่าเสนออัตราค่าธรรมเนียมหรือสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่ดีกว่า

2. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) ประสิทธิภาพในการใช้บริการธนาคารบนมือถือ เกี่ยวข้องโดยตรงกับคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ การเชื่อมต่อระหว่างธนาคารผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ และผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) และการเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้งาน ซึ่งคุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ได้รับจะขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เลือกใช้ เช่น Wi-Fi, GPRS, EDGE, และ ADSL เป็นต้น หากองค์ประกอบของการเชื่อมต่อทั้ง 2 ส่วนทำหน้าที่ได้ไม่ดีพอ ก็จะส่งผลให้เกิดปัญหาในการใช้งานของระบบธนาคารบนมือถือ เช่น ข้อบกพร่อง หรือข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการใช้บริการที่เกิดจากผู้ให้บริการหรือระบบของการสื่อสาร ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหาย เช่น การโอนเงินไม่ตรงเวลา และการเกิดอุปสรรคในการเข้าสู่ระบบ เป็นต้น

3. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) หมายถึง ทัศนคติ ความเชื่อ และความรู้สึกว่าอาจไม่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการที่เพียงพอ ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียต่าง ๆ เช่น การถูกโจรกรรมทรัพย์สินผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การถูกโจรกรรมโดยการแก้ไขเลขที่บัญชีปลายทางในระหว่างการโอนเงิน และการถูกลักลอบเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อด้านความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการในการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ



4. ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) เกี่ยวข้องกับการรับรู้ที่เกิดขึ้นจากบุคคลอื่น ซึ่งมีอิทธิพลแสดงความคิดเห็นว่าควรจะใช้งานระบบใหม่ ๆ หรือไม่ อิทธิพลนี้สามารถกำหนดให้เกิดการยอมรับหรือสร้างพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ได้ และอิทธิพลทางสังคมสามารถเทียบเคียงได้กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ซึ่งถูกกำหนดจากความคิดเห็นของผู้อื่น ทั้งนี้การที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้บริการธนาคารบนมือถือก็นั้น อาจมีเหตุผลมาจากการใช้งานของบุคคลในครอบครัว และอิทธิพลจากคนใกล้ชิด

5. ความเสี่ยงด้านจิตใจ (Psychological Risk) เป็นความรู้สึกว่าบริการธนาคารทางบนมือถืออาจจะไม่เหมาะสมกับตัวเอง ด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น ไม่เหมาะสมกับวัย หรือแม้แต่ความเสี่ยงที่เป็นผลกระทบต่อความรู้สึก เช่น การมีประสบการณ์การใช้งานที่ไม่ตรงกับความคาดหวัง หรือการเกิดข้อผิดพลาด จะส่งผลกระทบต่อจิตใจถูกกระทบกระเทือน ทำให้เกิดความเครียดหรือความกังวลใจ

6. ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) เช่น การทำธุรกรรมแล้วไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำธุรกรรม หรือการสูญเสียเวลาจากการศึกษาเรียนรู้วิธีการใช้งานและการเข้าถึงบริการใด ๆ ของระบบธนาคารบนมือถือ

Pavlou (2014) กล่าวถึง การรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมออนไลน์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) ความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (Economic Risk) เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับความเป็นไปได้ของการสูญเสียทางการเงิน 2) ความเสี่ยงส่วนบุคคล (Personal Risk) เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับการใช้บริการที่ไม่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค 3) ความเสี่ยงจากการดำเนินงานของผู้ขาย (Seller Performance Risk) เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับผู้ให้บริการไม่ได้รับการตรวจสอบตัวตนที่สมบูรณ์ และ 4) ความเสี่ยงจากความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) เป็นความเสี่ยงเกี่ยวกับโอกาสที่ข้อมูลของผู้บริโภคจะถูกนำไปเปิดเผย

Yang, Qian, Pang, and An (2014) ได้แบ่งประเภทของการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ไว้ 8 ประเภท ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) เป็นความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะต้องเผชิญกับความสูญเสียทางการเงิน เนื่องจากมีต้นทุนแอบแฝง ทำให้ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงมีมากกว่าค่าใช้จ่ายที่ได้ประมาณการไว้ 2) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Functional Risk) เป็นความเป็นไปได้ที่บริการนั้นจะไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ 3) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) เป็นปัญหาของระบบการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ที่มีข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อมูลของผู้บริโภคกับแพลตฟอร์มของการทำธุรกรรม รวมถึงการถูกเปิดเผยข้อมูลอันเนื่องมาจากช่องโหว่ด้านความปลอดภัย 4) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) เป็นความไม่พอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์อันเนื่องมาจากการใช้เวลามากกว่าที่คาดไว้ 5) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) เป็นการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในระหว่างกระบวนการการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ 6) ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) เป็นการลดลงของสถานะทางสังคมของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากการใช้บริการที่ล้าสมัย 7) ความเสี่ยงด้านบริการ (Service Risk) เป็นความไม่พอใจเนื่องจากการใช้บริการที่ผิดกฎหมาย และ 8) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychology Risk) เป็นความเสี่ยงจากผู้ให้บริการที่อาจนำไปสู่ผลกระทบทางจิตวิทยาของผู้บริโภค

Nguyen and Nguyen (2017) กล่าวถึง ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์สามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) เกี่ยวข้องกับโอกาสที่ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะถูกนำออกมาเปิดเผยโดยตรงกับนักการตลาดทั้งภายในและภายนอกบริษัท 2) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) เป็นความเสี่ยงที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ อาจเกิดจากการถูกละเมิดโดยการนำเอาเงินออกจากบัญชีและการโดนตรวจสอบข้อมูลทางการเงินส่วนบุคคลจากบุคคลอื่น 3) ความเสี่ยงทางสังคม (Social Risk) เกี่ยวข้องกับความเป็นไปได้ที่อาจได้รับการตอบสนองในเชิงลบจากเครือข่ายสังคมของผู้บริโภค 4) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) คือความเป็นไปได้ที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่สามารถทำงานได้ตามที่คาดหวังไว้ 5) ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) หรือความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการ รวมถึงค่าบำรุงรักษาของการใช้บริการ และ 6) ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้การใช้บริการและการใช้บริการที่ใช้เวลานานเกินไป

เกริดา โคตรชารี (2555) กล่าวว่า การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงไม่ได้มีการศึกษาเฉพาะในช่องทางแบบดั้งเดิมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ด้วย ซึ่งโดยส่วนมากแล้วมีองค์ประกอบของการรับรู้ความเสี่ยง 7 มิติที่นิยมในการศึกษา ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะต้องเผชิญกับความสูญเสียทางการเงิน จากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงมีมากกว่าค่าใช้จ่ายที่ได้คาดหวังไว้ หรืออาจหมายถึงการที่ผู้บริโภคไม่ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป

2. ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า (Performance/Functional Risk) หมายถึง โอกาสที่สินค้าหรือบริการนั้นจะไม่สามารถทำงานได้ตรงตามประสิทธิภาพที่ผู้บริโภคตั้งใจว่าจะได้รับจากการซื้อในครั้งนั้น ๆ เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ให้บริการไม่สามารถส่งมอบสินค้าที่ตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภคได้ จึงส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจแก่ผู้บริโภค

3. ความเสี่ยงด้านกายภาพ (Physical Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะได้รับอันตรายหรือได้รับบาดเจ็บทางร่างกายจากบริการที่ใช้ โดยรวมแล้วความเสี่ยงด้านนี้เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย สุขภาพกาย และชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคแต่ละคน

4. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychological Risk) หมายถึง โอกาสที่บริการและลักษณะในการใช้จะมีลักษณะไม่ตรงกับบุคลิกภาพหรือภาพลักษณ์ของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจใช้บริการดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อความรู้สึกด้านลบต่อตัวตนของผู้บริโภค

5. ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผลจากการใช้บริการจะส่งผลให้เพื่อน บุคคลในครอบครัว หรือสังคมรอบข้างของผู้บริโภคมีความรู้สึกด้านลบต่อตัวตน และรู้สึกผิดหวังในตัวผู้บริโภค เพราะได้เลือกใช้บริการที่ไม่ตรงกับคุณภาพและมาตรฐานที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวตั้งไว้

6. ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคจะเสียเวลาความสะดวกสบายหรือความพยายามเพื่อสืบค้นข้อมูล ตั้งแต่เลือกช่องทางการใช้บริการข้อมูลเกี่ยวกับบริการ ระยะเวลาระหว่างใช้บริการ ตลอดจนระยะเวลาในการเรียนรู้วิธีการใช้บริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงระยะเวลาที่ผู้บริโภคต้องรอนื่องมาจากความผิดพลาดในการทำงานของแพลตฟอร์มการ

ให้บริการ และระยะเวลาในการดาวน์โหลด ซึ่งขึ้นอยู่กับความเร็วอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคด้วย

7. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ธุรกิจที่ให้บริการออนไลน์จะนำข้อมูลส่วนตัวอันจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้บริโภค ความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและการรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคล การละเมิดความเป็นส่วนตัวสามารถส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจหรือเกิดความสับสนได้

ธนวรรณ สำนักกลาง (2559) ได้กล่าวถึงประเภทของความเสี่ยงในการใช้บริการออนไลน์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Performance Risk) หมายถึง ความกังวลในการใช้บริการว่าจะไม่สามารถสร้างประโยชน์ได้จริงและไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) หมายถึง ทศนคติความเชื่อด้านความซื่อสัตย์ของผู้ให้บริการเครือข่ายออนไลน์ในการปกปิดข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ หรือถูกลักลอบนำข้อมูลส่วนตัว หรือสิทธิเข้าใช้ระบบ ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยที่ผู้ให้บริการพึงจะได้รับจากการใช้งานเทคโนโลยี เพื่อป้องกันหรือปกป้องข้อมูลที่เป็นความลับไม่ให้ถูกเผยแพร่โดยมิได้รับอนุญาต เช่น การถูกโจรกรรมทรัพย์สินผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือการถูกโจรกรรมโดยแก้ไขเลขที่บัญชีปลายทางในระหว่างการใช้เงิน เป็นต้น

3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) หมายถึง หมายถึง ทศนคติ ความเชื่อเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายหรือจำนวนเงินที่อาจสูญเสียมากกว่าปกติจากการใช้บริการ

4. ความเสี่ยงด้านระยะเวลา (Time Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านเวลาของผู้ใช้บริการ ความเอื้ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการต่อช่วงเวลา และค้ำค่าในการสูญเสียเวลาตามความคาดหวังในการบริการ

สรุปได้ว่า ประเภทของการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์มีหลายประเภท ซึ่งการแบ่งประเภทของการรับรู้ความเสี่ยงของนักวิชาการแต่ละท่านจะมีแนวความคิดที่คล้ายกันหรือซ้ำกัน โดยส่วนใหญ่จะแบ่งประเภทของการรับรู้ความเสี่ยงในมุมมองที่เกิดจากผู้ให้บริการธุรกรรมออนไลน์ คือ ธนาคารพาณิชย์ เช่น ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านการเงิน เป็นต้น หรือความเสี่ยงที่เกิดจากระบบการสื่อสาร คือ ผู้ให้บริการเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต เช่น ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว เป็นต้น และความเสี่ยงที่เกิดจากผู้บริการเอง เช่น ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านสังคม และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ 8 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา เนื่องจากเป็นความเสี่ยงที่ครอบคลุมที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้จากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ทั้งความเสี่ยงที่มาจากธนาคาร ระบบการสื่อสาร และตัวผู้บริโภคเอง

### 2.2.3 การวัดการรับรู้ความเสี่ยง

การวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสามารถทำได้โดยการออกแบบแบบสอบถามโดยการทบทวนข้อคำถามจากงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

Dai, Forsythe, and Kwon (2014) ได้วัดการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดการรับรู้ความเสี่ยงใน 3 มิติ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในแต่ละมิติ ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.830 2) ความเสี่ยงด้านการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.860 และ 3) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.920 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในทุกด้าน มีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Yang et al. (2014) ได้วัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการชำระเงินออนไลน์ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดการรับรู้ความเสี่ยงใน 8 มิติ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในแต่ละมิติ ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.800 2) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.574 3) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.867 4) ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.785 5) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.837 6) ความเสี่ยงด้านสังคม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.553 7) ความเสี่ยงด้านการบริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.859 และ 8) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.819 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงเกือบทุกด้านมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง ยกเว้น ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพและความเสี่ยงด้านสังคมที่มีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ต่ำ โดยสามารถนำมามาตรวัดที่มีความเชื่อมั่นสูงไปประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Kassim and Ramayah (2015) ได้วัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศมาเลเซีย โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดการรับรู้ความเสี่ยงใน 7 มิติ มาตรวัดนี้มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability: CR) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในแต่ละมิติ ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.900 2) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.777 3) ความเสี่ยงด้านข้อมูล มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.834 4) ความเสี่ยงด้านต้นทุนโอกาส มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.880 5) ความเสี่ยงด้านร่างกาย มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.939 6) ความเสี่ยงด้านสังคม มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.755 และ 7) ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.913 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงทุกด้าน มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Yang et al. (2015) ได้วัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการชำระเงินออนไลน์ของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นในประเทศจีน โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดการรับรู้ความเสี่ยงใน 8 มิติ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในแต่ละมิติ ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.760 2) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.700 3) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.860 4) ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.780 5) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.840 6) ความเสี่ยงด้านสังคม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.753 7) ความเสี่ยงด้านการบริการ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.870 และ 8) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.830 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในทุกด้านมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Savas (2017) ได้วัดการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการออนไลน์ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดการรับรู้ความเสี่ยงใน 7 มิติ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในแต่ละมิติ ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.820 2) ความเสี่ยงด้านร่างกาย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.920 3) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.920 4) ความเสี่ยงด้านสังคม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.870 5) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 6) ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 และ 7) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในทุกด้าน มีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Marriott and Williams (2018) ได้วัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดการรับรู้ความเสี่ยงใน 4 มิติ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในแต่ละมิติ ดังนี้ 1) ความเสี่ยงด้านการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.848 2) ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.948 3) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.700 และ 4) ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.820 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านเวลา มีความเชื่อมั่นสูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

สรุป มาตรวัดที่มีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Cronbach's Alpha Coefficient, Construct Reliability > 0.700) ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังตารางที่ 2.1

**ตารางที่ 2.1** สรุปมาตรวัดที่สามารถนำไปใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรม  
ทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตัวแปร	อ้างอิง
ความเสี่ยงด้านการเงิน	Dai et al. (2014) Yang et al. (2014) Yang et al. (2015) Kassim & Ramayah (2015) Savas (2017) Marriott & Williams (2018)
ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	Dai et al. (2014) Kassim & Ramayah (2015) Savas (2017)
ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	Yang et al. (2014) Yang et al. (2015)
ความเสี่ยงด้านเวลา	Yang et al. (2014) Kassim & Ramayah (2015) Yang et al. (2015) Marriott & Williams (2018)
ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว	Dai et al. (2014) Yang et al. (2014) Yang et al. (2015) Savas (2017)
ความเสี่ยงด้านสังคม	Kassim & Ramayah (2015) Yang et al. (2015) Savas (2017)
ความเสี่ยงด้านการบริการ	Yang et al. (2014) Yang et al. (2015)
ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	Yang et al. (2014) Yang et al. (2015) Savas (2017) Marriott & Williams (2018)

จากตารางที่ 2.1 ผู้วิจัยเลือกใช้มาตรวัดของ Yang et al. (2015) ซึ่งเป็นมาตรวัดสำหรับวัดการรับรู้ความเสี่ยงออนไลน์ใน 8 มิติ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา

## 2.3 ความไว้วางใจ (Trust)

### 2.3.1 ความหมายของความไว้วางใจ

จากการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของความไว้วางใจ ไว้ดังนี้

Pavlou (2003) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นความประสงค์ที่จะเสี่ยงเข้ารับบริการ โดยมีความเกี่ยวข้องกับความเมตตาปราณี ความซื่อสัตย์ ความสามารถในการสร้างความผูกพัน และความสามารถคาดหมายถึงผลที่จะเกิดจากการเกี่ยวข้องกับผู้ขาย

Everard and Galletta (2005) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อในเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือและปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ขายหรือสิ่งของ

Kim, Ferrin, and Rao (2008) อธิบายว่า ความไว้วางใจจะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความตั้งใจซื้อ กล่าวคือ หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ในระดับสูง จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่สูงขึ้นตามไปด้วย

Kaveh (2012) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ระดับความมั่นใจในระบบการบริการของผู้ให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถให้บริการที่ดี ส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการ

สุวิมล บุญแก้ว (2559) กล่าวว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความมั่นใจหรือความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการว่าจะสามารถให้บริการด้วยความโปร่งใส เสมอภาค และยุติธรรม

สรุปได้ว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความมั่นใจหรือความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ให้บริการว่าจะสามารถให้บริการที่ดี มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความตั้งใจในการใช้บริการ หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการในระดับสูง ก็จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการที่สูงขึ้นตามไปด้วย

### 2.3.2 องค์ประกอบของความไว้วางใจ

Mayer, Davis, and Shoorman (1995) ได้อธิบายแนวคิดความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ โดยประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความสามารถ (Competence) คือ ทักษะหรือความรู้ของการให้บริการ รวมถึงชื่อเสียงของผู้ให้บริการ และความสามารถของการประมวลผลของข้อมูลที่ต้องแม่นยำ 2) ความหวังดี (Benevolence) คือ ความรู้สึกที่อยากจะทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับผู้ที่ไว้วางใจ พร้อมทั้งมีระบบรองรับเพื่อสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส และ 3) ความซื่อสัตย์หรือความตรงไปตรงมา (Integrity) คือ ความสม่ำเสมอในการปฏิบัติหน้าที่ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าใช้บริการด้วยความจริงใจ ตรงไปตรงมา และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้ โดยทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจ และเป็นลักษณะที่ปรากฏอยู่ในตัวของผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ มักจะเป็นผู้ที่มีความตั้งใจจริง มีความจริงใจ มีความเสมอต้นเสมอปลาย และมีความซื่อสัตย์ในการให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการสามารถรับรู้ได้ว่ามีระดับความไว้วางใจมากน้อยเพียงใด เช่น ในเชิงบวกความสามารถของระบบธนาคารออนไลน์ ความเอาใจใส่ การรักษาสัญญา และให้ข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาของผู้ให้บริการ และในเชิงลบการขาดความสม่ำเสมอในการให้บริการ และการปฏิบัติไม่เป็นไปตามหลักการ เป็นต้น

Gefen (2000) ได้อธิบายลักษณะของความไว้วางใจประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถ (Ability) ความรู้สึกที่ดีหรือความเมตตากรุณา (Benevolence) และความตรงไปตรงมาหรือความซื่อสัตย์ (Integrity) ความไว้วางใจของลูกค้าต่อผู้ให้บริการนั้นช่วยลดการรับรู้ความเสี่ยงและความไม่ปลอดภัย เป็นการเปิดทางไปสู่ความสัมพันธ์ต่อผู้ให้บริการในระยะยาว

McKnight, Choudhury, and Kacmar (2002) ได้ศึกษาและพัฒนาเครื่องมือวัดความไว้วางใจสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce) พบว่าความไว้วางใจเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) และเจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) ก่อนที่จะนำไปสู่การแสดงผลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) คือ การที่บุคคลแสดงความเชื่อมั่นในบุคคลอื่นหรือสถานการณ์ใด ๆ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความมีประสิทธิภาพ (Competence) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความสามารถที่จะกระทำในสิ่งที่ผู้อื่นต้องการได้สำเร็จลุล่วง 2) ความหวังดี (Benevolence) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งใส่ใจต่อความเป็นอยู่ที่ดี และ 3) ความซื่อสัตย์ (Integrity) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีเจตนาปฏิบัติตามข้อตกลงโดยบอกความจริงและกระทำตามสัญญาที่ได้ให้ไว้

2. เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) คือ การที่บุคคลเกิดความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ในบุคคลอื่นหรือสถานการณ์ใด ๆ และยินดีที่จะปฏิบัติตามหากได้จะรับความแนะนำจากบุคคลนั้นหรือตัดสินใจสิ่งหนึ่งโดยใช้ข้อมูลจากสถานการณ์นั้น ๆ

Bourdeau (2005) กล่าวว่า องค์ประกอบของความไว้วางใจว่าจะเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้ให้บริการที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า การเป็นที่พึงพาอาศัยได้ ความซื่อสัตย์จริงใจ ความมีสมรรถนะในการให้บริการ การให้บริการอย่างตรงไปตรงมาและเป็นประโยชน์ รวมทั้งความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้ทันต่อความต้องการต่อไปในอนาคตได้ โดยองค์ประกอบทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีเชิงทัศนคติในด้านความเข้าใจ ความรู้สึก พฤติกรรม และการกระทำ

สุวิมิตร บุญแก้ว (2559) กล่าวว่า องค์ประกอบของความไว้วางใจมี 3 ด้าน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความสามารถ (Competency Trust) หมายถึง ความสามารถที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้อยู่ในระดับที่กำหนดซึ่งก็คือ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ และคุณลักษณะที่จะก่อให้เกิดการจูงใจ

2. องค์ประกอบด้านคำมั่นสัญญา (Contractual Trust) หมายถึง การยึดมั่นในคำมั่นสัญญาที่ได้เขียนหรือกล่าวไว้ องค์ประกอบด้านคำมั่นสัญญาจะถูกแสดงให้เห็นเมื่อมีการสนับสนุนหลักจริยธรรมพื้นฐานซึ่งก็คือ การรักษาสัญญา

3. องค์ประกอบด้านความเป็นมิตร (Goodwill Trust) คือ ความตั้งใจที่จะปฏิบัติให้มากกว่าความคาดหวังที่กำหนด องค์ประกอบด้านความเป็นมิตรจะถูกพัฒนายิ่งขึ้นเมื่อมีการสัญญาว่าจะตอบสนองกับคำขอบางอย่างที่นอกเหนือจากมาตรฐาน ยิ่งกว่านั้นองค์ประกอบด้านความเป็นมิตรสามารถกำหนดเป็นพฤติกรรมของกลุ่ม ๆ หนึ่งที่จะเปลี่ยนความสนใจของอีกกลุ่มหนึ่งจากความสนใจที่มีอยู่เดิมได้



สรุปได้ว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความสามารถ เป็นทักษะหรือความรู้ของการให้บริการ รวมถึงชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ความหวังดี เป็นความรู้สึกที่อยากจะทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับผู้ที่ไว้วางใจ และให้ความช่วยเหลือผู้เข้าใช้บริการด้วยความโปร่งใส และความซื่อสัตย์หรือความตรงไปตรงมา เป็นความสม่ำเสมอในการปฏิบัติหน้าที่ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เข้าใช้บริการด้วยความจริงใจ ตรงไปตรงมา

### 2.3.3 การวัดความไว้วางใจ

การวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ สามารถทำได้โดยการออกแบบแบบสอบถามโดยการทบทวนข้อคำถามจากงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

Wu and Chang (2006) ได้วัดความไว้วางใจต่อผู้ค้าส่งในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดความไว้วางใจใน 4 องค์ประกอบ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรความไว้วางใจในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความสามารถ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.681 2) ความหวังดี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.712 3) ความซื่อสัตย์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.786 และ 4) การคาดการณ์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.743 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์ มีความเชื่อมั่นสูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Sutanonpaiboon and Abuhamdieh (2008) ได้วัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเว็บไซต์ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดความไว้วางใจใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของทุกตัวแปรมากกว่า 0.750 ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Kooli, Ben, Mansour, and Utama (2014) ได้วัดความไว้วางใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดความไว้วางใจใน 4 องค์ประกอบ มาตรวัดนี้มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) ของตัวแปรความไว้วางใจในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความน่าเชื่อถือ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.739 2) ความหวังดี มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.760 3) ความซื่อสัตย์ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.727 และ 4) ความมีชื่อเสียง มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.725 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรความไว้วางใจในด้านความหวังดี มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Lu (2017) ได้วัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Platform) โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดความไว้วางใจใน 3 องค์ประกอบ มาตรวัดนี้มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) ของตัวแปรความไว้วางใจในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความสามารถ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.850 2) ความหวังดี มีค่าความเที่ยงตรงเชิง

โครงสร้างเท่ากับ 0.887 และ 3) ความซื่อสัตย์ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างเท่ากับ 0.810 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรความไว้วางใจในทุกด้านมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Yu, Balaji, and Khong (2015) ได้วัดความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยวัดความไว้วางใจใน 4 องค์ประกอบ มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) ของตัวแปรความไว้วางใจในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความสามารถ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.870 2) ความหวังดี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.900 3) ความซื่อสัตย์ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.880 และ 4) ค่านิยมร่วม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890 จากมาตรวัดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดของตัวแปรความไว้วางใจในทุกด้านมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

สรุป มาตรวัดที่มีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Cronbach's Alpha Coefficient, Construct Reliability > 0.750) ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังตารางที่ 2.2

**ตารางที่ 2.2** สรุปมาตรวัดที่สามารถนำไปใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตัวแปร	อ้างอิง
ความสามารถ	Sutanonpailboon & Abuhamdieh (2008) Lu (2017) Yu et al. (2015)
ความหวังดี	Sutanonpailboon & Abuhamdieh (2008) Kooli et al. (2014) Lu (2017) Yu et al. (2015)
ความซื่อสัตย์	Wu & Chang (2006) Sutanonpailboon & Abuhamdieh (2008) Lu (2017) Yu et al. (2015)

จากตารางที่ 2.2 ผู้วิจัยเลือกใช้มาตรวัดของ Lu (2017) ซึ่งเป็นมาตรวัดสำหรับวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ใน 3 มิติ ได้แก่ ความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์

## 2.4 ความตั้งใจในการทำธุรกรรม (Transactional Intention)

### 2.4.1 ความหมายของความตั้งใจในการทำธุรกรรม

Lee (2005) กล่าวว่า ความตั้งใจในการทำธุรกรรม หมายถึง ความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกรรมทางการเงินในอนาคต เมื่อมีโอกาส

Fishbein and Ajzen (2010) กล่าวว่า ความตั้งใจในการทำธุรกรรม หมายถึง ความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมของการทำธุรกรรมทางการเงิน

Liao et al. (2011) กล่าวว่า ความตั้งใจในการทำธุรกรรม หมายถึง ความเต็มใจที่จะเข้าไปพัวพันกับการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งในหลาย ๆ ครั้งจะเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลส่วนตัวที่ถูกต้อง

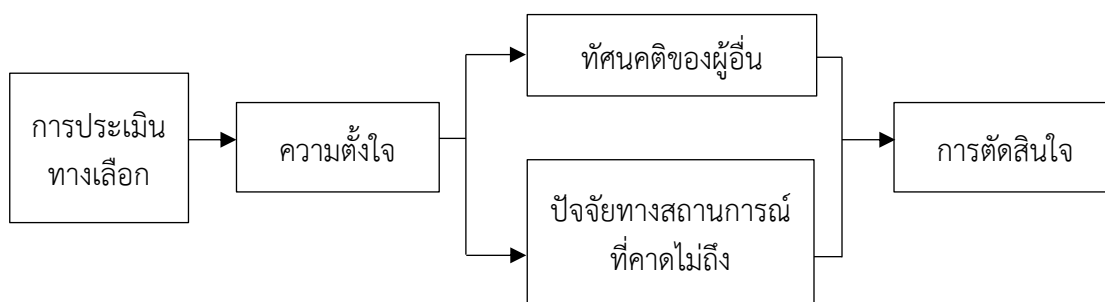
อโนมา แซ่ตั้ง (2554) กล่าวว่า ความตั้งใจในการทำธุรกรรม หมายถึง แนวโน้มของการทำธุรกรรมทางการเงินซึ่งเป็นไปในลักษณะ 1) การทำมากขึ้น คือ การเพิ่มระดับความถี่ของการทำ 2) การทำอย่างต่อเนื่องในอนาคต คือ มีความพึงพอใจในการทำ จึงคิดที่จะทำต่อในอนาคต และ 3) การแนะนำคนอื่นให้ทำ คือ มีความประทับใจจากการทำ จนเกิดการแนะนำให้อื่นทำตาม

สุวิมล บุษบง (2559) กล่าวว่า ความตั้งใจในการทำธุรกรรม หมายถึง ความยินดีหรือความเต็มใจของผู้บริโภคที่พร้อมจะทำธุรกรรมทางการเงินประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น การโอนเงิน การตรวจสอบบัญชี และการชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น

สรุปได้ว่า ความตั้งใจในการทำธุรกรรม หมายถึง ความยินดีหรือความเต็มใจของผู้บริโภคที่พร้อมจะทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งเป็นไปในลักษณะของการทำมากขึ้น การทำอย่างต่อเนื่องในอนาคต และการแนะนำคนอื่นให้ทำตาม

### 2.4.2 ขั้นตอนของความตั้งใจในการทำธุรกรรม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) กล่าวถึง ความตั้งใจเป็นขั้นตอนที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจ โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากการตระหนักถึงความต้องการหรือปัญหาความต้องการของตนเองที่เพิ่มขึ้นในระดับสูงเพียงพอที่จะกลายเป็นแรงผลักดัน นอกจากนี้ยังเกิดจากการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอกด้วย หลังจากนั้นผู้บริโภคจะมีการเสาะแสวงหาข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งสามารถสืบหาข้อมูลจากหลาย ๆ แหล่ง เช่น แหล่งข่าวส่วนบุคคล แหล่งข่าวพาณิชย์ และแหล่งที่เกิดจากความชำนาญ ขั้นตอนต่อมาคือ การประเมินทางเลือก เป็นวิธีที่ผู้บริโภคใช้ข่าวสารประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ และสร้างความตั้งใจขึ้น โดยมีปัจจัย 2 ประการระหว่างความตั้งใจกับการตัดสินใจ ได้แก่ 1) ทศนคติของผู้อื่น เช่น ถ้าภรรยาของนายสมชายเห็นว่านายสมชายไม่ควรทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โอกาสที่นายสมชายจะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะลดน้อยลง และ 2) ปัจจัยทางสถานการณ์ที่ผู้บริโภคคาดไม่ถึง ผู้บริโภคอาจสร้างความตั้งใจขึ้นมาโดยอิงปัจจัยต่าง ๆ เช่น คุณสมบัติของบริการภายหลังการใช้บริการ ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจ มีตัวกำหนด คือ ความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ผลการปฏิบัติงานของบริการนั้น ๆ ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนระหว่างความตั้งใจกับการตัดสินใจ  
ที่มา: อุดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550)

### 2.4.3 การวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรม

การวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ สามารถทำได้ โดยการออกแบบแบบสอบถามโดยการทบทวนข้อคำถามจากงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้

Lu, Yang, Chau, and Cao (2011) ได้วัดความตั้งใจในการชำระเงินผ่านช่องทางโทรศัพท์มือถือ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) สมมติว่าสามารถเข้าถึงบริการชำระเงินผ่านมือถือได้ ก็ตั้งใจจะใช้มัน และ 2) หากมีโอกาสสามารถเข้าถึงบริการชำระเงินผ่านช่องทางมือถือได้ คาดการณ์ว่าจะใช้งานมัน มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.867 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Al-Jabri (2015) ได้วัดความตั้งใจในการใช้ธนาคารบนมือถือของผู้บริโภคในประเทศซาอุดีอาระเบีย โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) การจะใช้ธนาคารบนมือถือสำหรับความต้องการด้านการธนาคารของตนเอง 2) การใช้ธนาคารบนมือถือเพื่อจัดการธุรกรรมธนาคารของตนเองเป็นสิ่งที่ตนเองจะทำ และ 3) การเห็นตัวเองใช้ธนาคารบนมือถือในการจัดการธุรกรรมธนาคารของตนเอง มาตรวัดนี้มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) เท่ากับ 0.976 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Yang et al. (2015) ได้วัดความตั้งใจในการชำระเงินออนไลน์ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) โดยทั่วไปยินดีที่จะใช้การชำระเงินออนไลน์ 2) ถ้าเป็นไปได้จะเลือกชำระเงินออนไลน์ และ 3) แม้ว่าจะมีข้อดีของการชำระเงินออนไลน์ แต่ก็ไม่ต้องการใช้ (คำถามเชิงลบ) มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.810 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Kim and Koo (2016) ได้วัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมผ่านเว็บไซต์ G-Market ซึ่งเป็นตลาดออนไลน์ของประเทศเกาหลี โดยวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมด้วยมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1) ในอนาคตอันใกล้ตั้งใจจะซื้อผลิตภัณฑ์จาก G-Market 2) ถ้าจะซื้อผลิตภัณฑ์เดียวกันอีกครั้งจะซื้อจาก G-Market 3) การมีแนวโน้มที่จะกลับไป G-Market สำหรับการซื้อครั้งต่อไป และ 4) การมีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าอื่นๆ อีกครั้งจาก G-Market ในปีหน้า มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.930 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Sreejesh, Anusree, and Amarnath (2016) ได้วัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ความตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส 2) การวางแผนที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารมือถือให้มากขึ้น และ 3) ความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้นี้ มาตรวัดนี้มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) เท่ากับ 0.900 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

Marafon, Basso, Espartel, Barcellos, and Rech (2018) ได้วัดความตั้งใจในการใช้ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) มีโอกาสเป็นไปได้ที่จะทำธุรกรรมผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในอนาคตอันใกล้นี้ 2) เมื่อมีโอกาสคาดการณ์ว่าจะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในอนาคต 3) เมื่อมีโอกาสตั้งใจจะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และ 4) ความตั้งใจจะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตเพื่อทำธุรกรรมของธนาคารในอีกหกเดือนข้างหน้า มาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.830 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์สูง สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้

สรุป มาตรวัดที่มีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Cronbach's Alpha Coefficient, Construct Reliability > 0.700) ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังตารางที่ 2.3

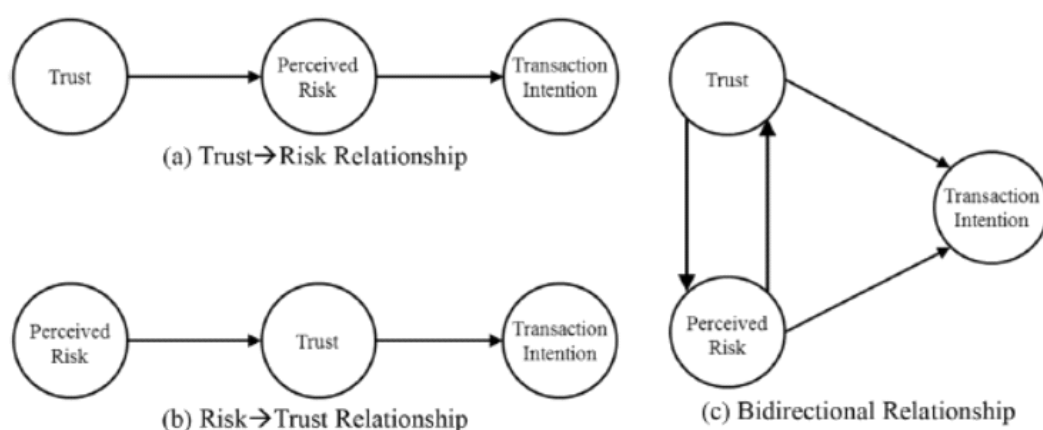
**ตารางที่ 2.3** สรุปมาตรวัดที่สามารถนำไปใช้ในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตัวแปร	อ้างอิง
ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	Lu et al. (2011)
	Al-Jabri (2015)
	Sreejesh et al. (2016)
	Yang et al. (2015)
	Marafon et al. (2018)

จากตารางที่ 2.3 ผู้วิจัยเลือกใช้มาตรวัดของ Sreejesh et al. (2016) ซึ่งเป็นมาตรวัดสำหรับวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยใช้ข้อคำถามจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ 1) ความตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส 2) การวางแผนที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารมือถือให้มากขึ้น และ 3) ความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้

## 2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ สามารถอธิบายได้โดยใช้แบบจำลองดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรม  
ที่มา: Kim and Koo (2016)

จากภาพที่ 2.3 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ได้ 3 รูปแบบ (Kim & Koo, 2016) ดังนี้

รูปแบบที่ 1 ความไว้วางใจจะส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงและส่งผลต่อไปยังความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ (ภาพที่ 2.3 a) หรือกล่าวได้ว่า การรับรู้ความเสี่ยงเป็นตัวแปรกลางระหว่างความไว้วางใจกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน เนื่องจากความไว้วางใจสามารถทำให้ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เชื่อว่าผู้ให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่คุ้มค่าต่อผู้ทำธุรกรรมในอนาคต จากความเชื่อมั่นเหล่านี้จึงทำให้ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินรู้สึกถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นน้อยลง จึงกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น (Luo, Li, Zhang, & Shim, 2010)

รูปแบบที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงจะส่งผลโดยตรงต่อความไว้วางใจและส่งผลต่อไปยังความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ (ภาพที่ 2.3 b) หรือกล่าวได้ว่าความไว้วางใจเป็นตัวแปรกลางระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ทั้งนี้งานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ความเสี่ยง (Dinev & Hart 2006; Bansal, Zahedi, & Gefen, 2010) เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เป็นการให้ข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ในการทำธุรกรรม ซึ่งหากไม่มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากพอ ก็มีโอกาสที่บุคคลที่สามจะสามารถดึงข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตไปใช้ได้ ทำให้มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในระดับหนึ่ง ความเสี่ยงเหล่านี้จะเป็นตัวลดความไว้วางใจของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งส่งผลให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินลดลง

รูปแบบที่ 3 ทั้งความไว้วางใจและการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลซึ่งกันและกันและส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ (ภาพที่ 2.3 c) ดังนี้

ความไว้วางใจส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ การทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์นั้นความไว้วางใจนับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากเมื่อเทียบกับการทำธุรกรรมทางการเงินตามช่องทางปกติ เพราะอาจเกิดความผิดพลาดหรือความไม่แน่นอนของปัจจัยรอบ ๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น การขาดความเป็นส่วนตัวที่ระบบการทำธุรกรรมอาจควบคุมดูแลไม่รอบคอบจนมีผลให้ผู้อื่นรู้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน กลายเป็นความไม่ไว้วางใจ ความไม่ไว้วางใจนี้เองที่จะนำไปสู่ผลทางลบของความตั้งใจในการทำธุรกรรม และเกิดการกล่าวถึงในทางร้ายตามมา และหากไม่มีกฎระเบียบที่เข้มงวดในการทำธุรกรรมก็จะยิ่งส่งผลทางลบต่อความตั้งใจทำธุรกรรมมากขึ้น (Gefen, Karahanna, & Straub, 2003) ในทางตรงกันข้ามหากผู้ใช้งานมีความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ จะช่วยให้ผู้ใช้งานไม่ต้องทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ สอดส่องติดตาม และควบคุมสถานการณ์ของการทำธุรกรรม ทำให้การทำธุรกรรมง่ายขึ้น ลดแรงงานในการเฝ้าระวังระบบ ลดการเสียเวลาตรวจสอบรายละเอียด กล่าวได้ว่าความไว้วางใจยิ่งมากจะยิ่งลดต้นทุนธุรกรรมเวลา และความพยายามลง ทำให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น (Chircu et al., 2000; Pavlou, 2003; Liao et al., 2011)

การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ จากงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงจะส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ เพราะเมื่อผู้ทำธุรกรรมรับรู้ว่าเป็นไปได้ที่อาจเกิดความผิดพลาดและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจในการทำธุรกรรม ก็จะทำให้ความตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ลดลง (Dinev & Hart, 2006) โดยเฉพาะความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของผู้ทำธุรกรรมที่อาจถูกเปิดเผย ทำให้ผู้ทำธุรกรรมมีการรับรู้ความเสี่ยงสูง รู้สึกไม่ปลอดภัย ไม่มีการควบคุมข้อมูลที่ดี ซึ่งเป็นสาเหตุให้ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินส่วนนี้ไม่ตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ (Iris & Christiane, 2005)

สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์สามารถเกิดขึ้นได้ใน 3 รูปแบบ คือ 1) ความไว้วางใจจะส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ความเสี่ยงและส่งผลต่อไปยังความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ 2) การรับรู้ความเสี่ยงจะส่งผลโดยตรงต่อความไว้วางใจและส่งผลต่อไปยังความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ และ 3) ทั้งความไว้วางใจและการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลซึ่งกันและกันและส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์

## 2.6 ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเป็นนวัตกรรมประเภทหนึ่ง ดังนั้น การศึกษาถึงความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ นั้น จึงสามารถใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory: DOI) มาใช้อธิบายได้ โดยทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรม เป็นทฤษฎีพื้นฐานทางสังคมวิทยา นำเสนอโดย Rogers (2003) เป็นทฤษฎีที่ส่งเสริมให้เกิดการยอมรับในวงกว้าง สำหรับความหมายของนวัตกรรม (Innovation) ตามแนวคิดของ Rogers คือ ความคิด การปฏิบัติที่มีวิธีการรับรู้ใหม่ ๆ ในขณะที่การแพร่กระจาย (Diffusion) คือ กระบวนการของนวัตกรรมที่ถูกสื่อสารผ่านช่องทางบางอย่างในช่วงเวลาระหว่างสมาชิกหรือระหว่างสังคม ทฤษฎีนี้เน้นความเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของสิ่งใหม่ ๆ จากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง โดยทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมนี้มีตัวแปรหรือองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. นวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมที่จะแพร่กระจายและเป็นที่ยอมรับของสังคมนั้น โดยทั่วไปประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นความคิด และส่วนที่เป็นวัตถุ นวัตกรรมจะถูกยอมรับหรือไม่นั้น นอกจากจะเกี่ยวกับตัวผู้รับ ระบบสังคม และการสื่อสารแล้ว ตัวนวัตกรรมเองก็มีความสำคัญ โดยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่ง่ายต่อการยอมรับ ควรมีคุณลักษณะ 5 ประการ ดังนี้ 1) ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การรับรู้ว่านวัตกรรมนั้นสามารถใช้งานได้ดีกว่าที่เคยมีมาก่อน 2) ง่ายต่อการใช้งาน (Ease of Use) คือ การรับรู้ว่านวัตกรรมนั้นใช้งานได้ง่าย 3) สามารถสังเกตเห็นได้ (Visibility) คือ สามารถสังเกตเห็นบุคคลอื่น ๆ ในองค์กรใช้งานนวัตกรรมได้ 4) ความสอดคล้องหรือเหมาะสมกับผู้ใช้งาน (Compatibility) คือ ความสอดคล้องกับความต้องการหรือประสบการณ์ ของกลุ่มผู้มีศักยภาพในการยอมรับนวัตกรรม และ 5) ผลลัพธ์ที่สามารถพิสูจน์ได้ (Result Demonstrability) คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้นวัตกรรมนั้นจะต้องสามารถจับต้องได้ สังเกตเห็นได้ และสามารถสื่อสารได้

2. การสื่อสารโดยผ่านสื่อทางใดทางหนึ่ง (Type of Communication) การสื่อสาร คือ การติดต่อระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับข่าวสาร โดยผ่านสื่อหรือตัวกลางใดตัวกลางหนึ่งที่นวัตกรรมแพร่กระจายจากแหล่งกำเนิดไปสู่ผู้ใช้หรือผู้รับนวัตกรรม อันเป็นกระบวนการกระทำระหว่างกันของมนุษย์ การสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อการยอมรับนวัตกรรมมาก



3. เกิดในช่วงเวลาหนึ่ง (Time or Rate Adoption) เพื่อให้คนในสังคมได้รู้จักนวัตกรรมแนวความคิดใหม่หรือมีการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม ต้องอาศัยระยะเวลาและมีลำดับขั้นตอนเพื่อให้บุคคลปรับตัวและยอมรับนวัตกรรมหรือแนวความคิดใหม่

4. ระบบสังคม (Social System) ระบบสังคมจะมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม กล่าวคือ สังคมสมัยใหม่ของสังคมจะเอื้อต่อการยอมรับนวัตกรรม ทั้งความเร็วและปริมาณที่จะรับ (Rate of Adoption) เพราะมีบรรทัดฐานและรับค่านิยมของสังคมที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นเมื่อมีการแพร่กระจายสิ่งใหม่เข้ามา สังคมก็จะยอมรับได้ง่าย ส่วนสังคมโบราณหรือสังคมที่ยึดติดกับความเชื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นสังคมล้าหลังจะมีลักษณะตรงกันข้ามกับสังคมสมัยใหม่ ความเร็วของการแพร่กระจายและปริมาณที่จะรับนวัตกรรมจึงเกิดได้ช้ากว่าและน้อยกว่าหรืออาจจะไม่ยอมรับเลยก็ได้

ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรมนั้น กล่าวถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของสังคมขึ้นอยู่กับระบบสังคม ระบบการสื่อสาร นวัตกรรม ระยะเวลา และบุคคล โดยลักษณะของบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรม สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. กลุ่มผู้แนะนำนวัตกรรม (Innovator) ผู้ที่ชื่นชอบเทคโนโลยีหรือนักประดิษฐ์ หรือผู้สร้างกระบวนการสังคมให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม โดยกลุ่มผู้เริ่มมีลักษณะกล้าเสี่ยง มีการเดินทางไปมาหาสู่กับสังคมภายนอกบ่อยกว่าสมาชิกกลุ่มอื่นๆ มีการศึกษา มีสถานภาพทางสังคมสูง นอกจากนั้นกลุ่มนี้นิยมการเปลี่ยนแปลง เมื่อกลุ่มริเริ่มยอมรับนวัตกรรมได้แล้ว จะเกิดกระบวนการสื่อสารให้บุคคลกลุ่มถัดมาได้รับรู้ข้อมูลและเกิดการยอมรับ

2. กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย (Early Adopters) กลุ่มคนที่ชอบลองสิ่งใหม่ ๆ เป็นกลุ่มนำสมัย ชอบความเป็นผู้นำ กลุ่มนี้มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มแรกในด้านการศึกษาและสถานภาพทางสังคมสูง แต่ไม่นำสมัยเท่า เพราะมีความรอบคอบมากกว่า เป็นกลุ่มที่ได้รับความนิยมจากสังคม เป็นผู้มีการศึกษา มีความสามารถในการให้คำแนะนำและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้ดีในสังคม

3. กลุ่มผู้ยอมรับเร็ว (Early Majority) กลุ่มคนที่มีความเป็นอิสระในการตัดสินใจสูง และมักให้ความสนใจกับสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ โดยเฉพาะกลุ่มผู้นำและกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย เป็นกลุ่มที่กว่าจะตัดสินใจยอมรับความรู้ใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ จะคิดอย่างรอบคอบ และการยอมรับความรู้หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ จะเป็นผลมาจากการตัดสินใจของกลุ่มผู้แนะนำนวัตกรรม และกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย อีกทั้งคนกลุ่มนี้จะใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่า

4. กลุ่มผู้ยอมรับช้า (Late Majority) เป็นกลุ่มคนที่กว่าจะยอมรับสิ่งใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ การยอมรับนวัตกรรมเป็นผลมาจากความจำเป็นด้านเศรษฐกิจและจากแรงกดดันของเครือข่ายที่เป็นเพื่อนสมาชิกในกลุ่ม

5. กลุ่มล้าหลัง (Laggard) เป็นกลุ่มผู้คล้อยตามยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุด หรือก้าวไม่ทันกลุ่มอื่น เพราะผู้นำความคิดเห็น หรือกลุ่มทางสังคมแทบไม่มีอำนาจในการผลักดันให้บุคคลกลุ่มนี้ยอมรับนวัตกรรมได้เลย ทำให้เกิดความไม่เข้าใจและอาจไม่ยอมรับนวัตกรรมได้ จึงต้องใช้ความพยายามและเวลาในการโน้มน้าวเพื่อให้กลุ่มบุคคลกลุ่มนี้เกิดการยอมรับนวัตกรรม แต่ในขณะที่เดียวกัน

เมื่อบุคคลกลุ่มนี้ยอมรับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นแล้ว นวัตกรรมดังกล่าวอาจเป็นเรื่องปกติที่ยอมรับและปฏิบัติกันจนเคยชินสำหรับคนทั่วไป

สรุปได้ว่า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเป็นนวัตกรรมประเภทหนึ่ง เนื่องจากเป็นการปฏิบัติที่มีวิธีการรับรู้ใหม่ ๆ ซึ่งการที่นวัตกรรมจะสามารถแพร่กระจายและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและสังคมได้นั้น ต้องมีคุณลักษณะที่สำคัญ คือ มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบง่ายต่อการใช้งาน สามารถสังเกตเห็นได้ มีความสอดคล้องหรือเหมาะสมกับผู้ใช้งาน และมีผลลัพธ์ที่สามารถพิสูจน์ได้ ซึ่งกลุ่มคนที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้นมีหลายระดับตั้งแต่กลุ่มผู้แนะนำนวัตกรรม ไปจนถึงกลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมง่าย กลุ่มผู้ยอมรับเร็ว กลุ่มผู้ยอมรับช้า และกลุ่มล่าช้า

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการรวบรวมงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีผู้ศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ไว้ ดังนี้

### 2.7.1 งานวิจัยต่างประเทศ

Liao et al. (2011) ได้ศึกษาอิทธิพลของความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ผลการศึกษา พบว่า ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรม การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางบวกต่อความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว แต่มีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจ และความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรม

Ling, Daud, Piew, Keoy, and Hassan (2011) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้เทคโนโลยี ความไว้วางใจออนไลน์สำหรับความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ในเชิงบวกโดยมีความไว้วางใจเป็นตัวกลาง กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภครับรู้ถึงเทคโนโลยีในระดับสูงก็จะทำให้มีความไว้วางใจมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น

Farzianpour et al. (2014) ได้ศึกษาผลกระทบของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารออนไลน์ เพื่อทำความเข้าใจถึงความสำคัญของความเสี่ยงประเภทต่าง ๆ ในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ โดยศึกษาตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความตั้งใจใช้งาน 2) ลักษณะของบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรม และ 3) การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความสามารถของสินค้า โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ในประเทศอิหร่าน ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงในทุกด้านมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความตั้งใจใช้งาน โดยการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบกับความตั้งใจใช้บริการธนาคารออนไลน์มากที่สุด ในขณะที่การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบน้อยที่สุด

Yang et al. (2014) ได้ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคต่อความเสี่ยงของการชำระเงินออนไลน์ เพื่อค้นหาคำตอบว่าการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคชาวจีนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการชำระเงินออนไลน์อย่างไร การศึกษานี้แบ่งการรับรู้ความเสี่ยงของการชำระเงินออนไลน์ออกเป็น 8 มิติ ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านบริการ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และ ความเสี่ยงด้านสังคม ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา การรับรู้ความเสี่ยงด้านบริการ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจชำระเงินออนไลน์

Al-Jabri (2015) ได้ศึกษาความตั้งใจใช้บริการธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking) ของผู้บริโภคในประเทศซาอุดีอาระเบีย ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงเป็นอุปสรรคต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารบนมือถือ ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับสูงกับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจอาจเป็นตัวลดอุปสรรคจากความเสี่ยง ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ธนาคารบนมือถือ

Yang et al. (2015) ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคและความไว้วางใจต่อความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ ศึกษากรณีผู้บริโภควัยหนุ่มสาวในประเทศจีน โดยงานวิจัยนี้ได้แบ่งการรับรู้ความเสี่ยงออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การรับรู้ความเสี่ยงจากระบบ (Systemic Perceived Risk) และการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรม (Transactional Perceived Risk) ซึ่งจะมีอิทธิพลที่แตกต่างกันต่อความไว้วางใจ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจุบันความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ของผู้บริโภคชาวจีนได้รับอิทธิพลมาจากความไว้วางใจ ซึ่งเกิดขึ้นมาจากการรับรู้ความเสี่ยงของพวกเขา นอกจากนี้พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความไว้วางใจ ในขณะที่ความเสี่ยงที่รับรู้สามารถแบ่งออกเป็นสองประเภท โดยความเสี่ยงจากระบบจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความไว้วางใจ ส่วนความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมจะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความไว้วางใจ

Kim and Koo (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจเป็นตัวแปรกลางระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยงเป็นตัวแปรกลางระหว่างความไว้วางใจกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน และเมื่อศึกษาการมีอิทธิพลร่วมกันของการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน พบว่า มีเพียงความไว้วางใจเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน

Adiwijaya et al. (2017) ได้ศึกษาประเด็นของความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจของผู้บริโภค เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยวัตถุประสงค์หลักของการศึกษานี้ คือ การอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจของลูกค้า การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ได้เพิ่มตัวแปรภูมิทัศน์การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Servicescape) เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจซื้อ ผลการศึกษา พบว่า ภูมิทัศน์การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความไว้วางใจของ

ลูกค้าและการรับรู้ถึงความเสี่ยง อย่างไรก็ตามพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจของลูกค้ากับการรับรู้ความเสี่ยง รวมถึงการรับรู้ความเสี่ยงกับความตั้งใจในการซื้อนั้นไม่มีนัยสำคัญ

Hsu and Luan (2017) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของการซื้อของออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในเมืองฮานอย ประเทศเวียดนาม ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงสี่ประการที่มีบทบาทต่อผู้บริโภคในประเทศเวียดนาม คือ ความเสี่ยงด้านคุณภาพ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว และความเสี่ยงหลังการขาย นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและทัศนคติต่อการซื้อของออนไลน์ที่เป็นไปในทางลบ ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อการซื้อสินค้าออนไลน์กับความตั้งใจซื้อเป็นไปในเชิงบวก การศึกษานี้ช่วยให้เข้าใจได้ดียิ่งขึ้นถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อสินค้าออนไลน์

Lu (2017) ได้ศึกษาความไว้วางใจและความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า โดยวัดความไว้วางใจ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจในด้านความสามารถ ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความไว้วางใจในด้านความหวังดีและความซื่อสัตย์ ไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์

Nguyen and Nguyen (2017) ได้ศึกษาบทบาทของการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้ธนาคารออนไลน์ในประเทศเวียดนาม โดยการสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านเวลา และความเสี่ยงด้านการเงิน) มีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจใช้บริการออนไลน์ ผลการวิจัยสามารถช่วยเสนอแนวทางแก้ไขสำหรับการเพิ่มความปลอดภัยและลดความเสี่ยงในธนาคารออนไลน์ได้

Rachbini (2017) ได้ศึกษาอิทธิพลของความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศอินโดนีเซีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญและความมีอิทธิพลของความไว้วางใจของลูกค้าที่มีต่อการรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจซื้อ อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อ และอิทธิพลของความตั้งใจซื้อต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจทางอินเทอร์เน็ต การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลในระดับสูงต่อความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อ

Ramos et al. (2018) ได้ศึกษาความไว้วางใจต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารบนมือถือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจที่จะใช้ธนาคารบนมือถือในบริบทของผู้บริโภคประเทศบราซิล โดยเฉพาะในหมู่ผู้ใช้งานของเมืองริโอ เดอจาเนโร (Rio de Janeiro) โดยได้พัฒนาและทดสอบแบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับความไว้วางใจและปัจจัยกระตุ้นต่าง ๆ (ความคุ้นเคย ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ ความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และนวัตกรรม) กับความตั้งใจที่จะใช้ธนาคารบนมือถือ ผลการศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างความไว้วางใจและปัจจัยกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ ความคุ้นเคย ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการใช้บริการธนาคารบนมือถือ

### 2.7.2 งานวิจัยในประเทศ

นพดล ศรีสรรค์ (2551) ได้ศึกษาความตั้งใจในการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์ เคลื่อนที่ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสนใจที่จะใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพราะจะช่วยให้ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และเป็นบริการที่ทันสมัย โดยผู้บริกรยังมีความกังวลในเรื่องความถูกต้อง และความปลอดภัยของข้อมูล รวมทั้งข้อผิดพลาดที่อาจเกิดจากระบบการส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้ปัจจัยที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความตั้งใจในการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญในระดับสูง คือ ความไว้วางใจในผู้ให้บริการหรือตราสินค้า และการได้รับบริการอย่างมีคุณภาพจากผู้ให้บริการ

ฐิตยาภรณ์ อีรานูวรรตน์ (2553) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Service ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Service กล่าวคือ หากผู้ใช้งานมีทัศนคติทางลบต่อการใช้งาน Location-Based Service ว่ามีความเสี่ยง เกิดความลังเลใจ เมื่อต้องใช้งาน Location-Based Service เป็นอย่างมาก จะส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจในการใช้ Location-Based Service น้อยลง ในขณะที่ความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Location-Based Service กล่าวคือ หากผู้ใช้งานมีทัศนคติทางบวกต่อการใช้งาน Location-Based Service ว่ามีความน่าเชื่อถือ และสามารถไว้วางใจได้เป็นอย่างมาก จะส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความตั้งใจในการใช้ Location-Based Service มากขึ้น

นราทิพย์ ณ ระนอง (2554) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยสูงสุด และมีความตั้งใจในการใช้บริการอยู่ในระดับสูง การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ โดยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม โดยการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคด้านความปลอดภัยเป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคมากที่สุด

มนตรี พิริยะกุล และคณะ (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้การทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตซ้ำ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตมาวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างด้วย PLS-graph และ Two Stage Least Square ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจและความไว้วางใจมีอิทธิพลไปมาระหว่างกัน โดยรวมกันกับความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจทำธุรกรรมซ้ำสูงมาก โดยที่ความไว้วางใจไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจนั้น

ธัญญากร ขวัญใจสกุล (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ ปัจจัยที่ศึกษา ประกอบด้วย ความไว้วางใจในผู้ให้บริการ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความถี่ในการใช้งาน ผลการศึกษา พบว่า ความตั้งใจของผู้ใช้บริการในการใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยความไว้วางใจในผู้ให้บริการ การรับรู้ความง่ายใน

การใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ตามลำดับ

วรวิรุ้ เรียรณเกียรติ (2560) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ การรับรู้ประโยชน์ของการช้อปปิ้งออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ประโยชน์และความไว้วางใจของผู้ใช้งานไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ถ้าผู้บริโภครับรู้ความเสี่ยงเพิ่มขึ้น จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ลดลง

กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2561) ได้ศึกษาการวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการธนาคารดิจิทัลโดยใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม ตัวแปรที่ศึกษาประกอบด้วย การแพร่กระจายนวัตกรรม การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้บริการธนาคารดิจิทัล โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่ทำการลงทะเบียนเพื่อขอใช้บริการธนาคารดิจิทัลกับทางธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และมีประสบการณ์การใช้บริการธนาคารดิจิทัล ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจด้านความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารดิจิทัลของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

## 2.8 แนวคิดสู่กรอบวิจัย

จากปัญหาของงานวิจัยที่มีจำนวนลูกค้าสมัครใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) น้อยกว่าเป้าหมายที่วางไว้ เมื่อได้ทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาในอดีต พบว่า ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวสนับสนุนหรือขัดขวางความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ของผู้บริโภค คือ การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ผู้วิจัยจึงได้เลือกตัวแปรความไว้วางใจ การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมาศึกษาในงานวิจัยนี้ และจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาถึงประเด็นดังกล่าว เช่น งานวิจัยของ Liao et al. (2011) ได้ศึกษาอิทธิพลของความเป็นส่วนตัว ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ แต่งานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัด คือ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์เพียงทางเดียว กล่าวคือ จะศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยใช้การรับรู้ความเสี่ยงเป็นตัวแปรกลาง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Yang et al. (2015) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคและความไว้วางใจต่อความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ ศึกษากรณีผู้บริโภควัยหนุ่มสาวในประเทศจีน โดยงานวิจัยนี้ใช้การรับรู้ความเสี่ยงเป็นตัวแปรกลางระหว่างความไว้วางใจกับความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ อย่างไรก็ตามจากงานวิจัยของ Kim and Koo (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3 ตัวแปรนี้ ไม่ได้เกิดขึ้นในลักษณะแค่ความสัมพันธ์เพียงทางเดียว แต่สามารถเกิดขึ้นได้ในลักษณะของความสัมพันธ์ร่วม (Bidirectional Relationship) กล่าวคือ การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจส่งผลซึ่งกันและกัน

และส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แบบจำลองของ Kim and Koo (2016) มาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยนี้

สำหรับมิติของการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ตามแนวคิดของ McKechnie et al. (2006) ได้แบ่งประเภทความเสี่ยงของการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือออกเป็น 3 มิติ คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย และความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว สอดคล้องกับแนวคิดของ Pavlou (2014) ได้แบ่งประเภทความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมออนไลน์ออกเป็น 4 มิติ โดยเพิ่มเติมมิติของความเสี่ยงด้านการบริการจากงานวิจัยของ McKechnie et al. (2006) อย่างไรก็ตามความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์นั้นไม่ได้มีความเสี่ยงเกิดขึ้นแค่เพียงนักวิชาการทั้งสองท่านนี้นำเสนอ แต่จากงานวิจัยของ Yang et al. (2015) พบว่า ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์สามารถเกิดขึ้นได้ถึง 8 มิติ คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษามิติของการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ตามแนวคิดของ Yang et al. (2014) เนื่องจากเป็นความเสี่ยงที่ครอบคลุมที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้จากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

สำหรับมิติความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ตามแนวคิดของ McKnight et al. (2002) ได้ศึกษาและพัฒนาเครื่องมือวัดความไว้วางใจสำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พบว่า ความไว้วางใจเกิดขึ้นได้จากองค์ประกอบ 2 องค์ประกอบ คือ 1) ความเชื่อในการไว้วางใจ ได้แก่ ความมีประสิทธิภาพ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ และ 2) เจตนาในการไว้วางใจ เป็นความยินดีที่ปฏิบัติตามหากได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น อย่างไรก็ตามนักวิชาการส่วนใหญ่จะวัดความไว้วางใจเพียงในส่วนของความเชื่อในการไว้วางใจตามแนวคิดของ McKnight et al. (2002) ดังนั้นงานวิจัยของ Lu (2017) ได้วัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์ ใน 3 มิติ คือ ความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mayer et al. (1995), Gefen (2000) และ Bourdeau (2005) ที่ได้แบ่งมิติของความไว้วางใจออกเป็น 3 มิติ เช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษามิติของความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ตามแนวคิดของ Lu (2017) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับนักวิชาการหลายท่าน และมีมาตรวัดที่มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง

## 2.9 กรอบแนวคิดของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเชื่อมโยงกับสิ่งที่ต้องการศึกษา ดังนี้

1. การรับรู้ความเสี่ยง สามารถทำให้ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ลดลง (Dinev & Hart 2006, Bansal et al., 2010) เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เป็นการให้ข้อมูลส่วนบุคคลในการทำธุรกรรมและมีโอกาสที่ผู้ดูแลระบบหรือบุคคลที่สาม

สามารถดึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตไปใช้ได้ ทำให้มีความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวและความไม่แน่นอนในระดับหนึ่ง ความเสี่ยงเหล่านี้จะเป็นตัวลดความไว้วางใจของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งส่งผลให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินลดลง จากงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลในทางลบต่อความไว้วางใจ (Liao et al., 2011; Yang et al., 2015; Kim & Koo, 2016) จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H<sub>1</sub>: การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

2. การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความไม่แน่นอนต่อการทำธุรกรรม เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางอินเทอร์เน็ตนั้นย่อมไม่มีความแน่นอนตลอดเวลา แม้ว่าจะระบบการทำธุรกรรมทางการเงินจะมีการรักษาความปลอดภัยของผู้บริโภคแต่ก็ยังมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการรั่วไหลหรือการขโมยข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคจากบุคคลที่สาม ทำให้มีการสูญเสียเกิดขึ้นจากการทำธุรกรรม ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินน้อยลงได้ (Pavlou, 2014) จากงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลในทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรม (Farzianpour et al., 2014; Al-Jabri, 2015; Nguyen & Nguyen, 2017; Rachbini, 2017) อย่างไรก็ตามยังมีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Kim & Koo, 2016; Adiwijaya et al., 2017) จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

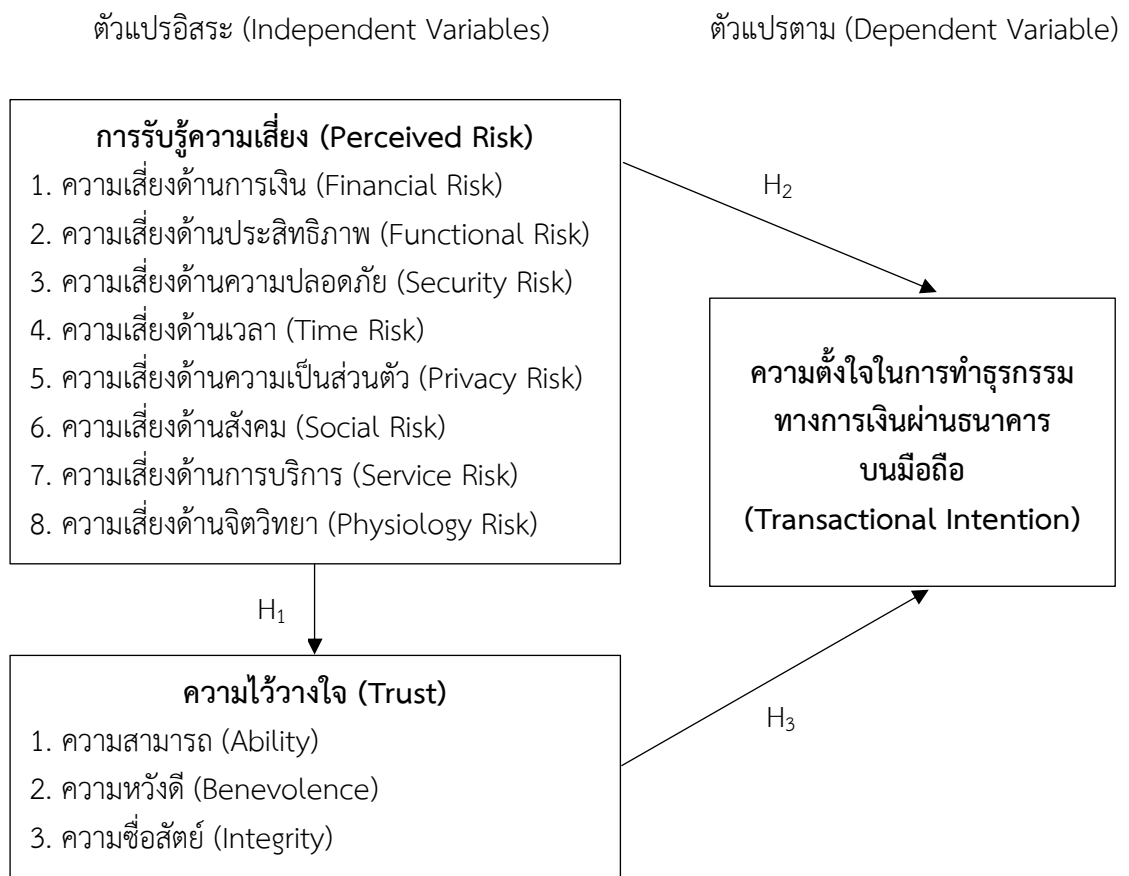
H<sub>2</sub>: การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

3. ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เมื่อเทียบกับการทำธุรกรรมทางการเงินตามช่องทางปกติ เพราะอาจเกิดความผิดพลาดหรือความไม่แน่นอนของปัจจัยรอบ ๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น การขาดความเป็นส่วนตัวที่ระบบการทำธุรกรรมอาจควบคุมดูแลไม่รอบคอบจนมีผลให้ผู้รู้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน กลายเป็นความไม่ไว้วางใจ ความไม่ไว้วางใจนี้จะนำไปสู่ผลทางลบของความตั้งใจในการทำธุรกรรม (Gefen et al., 2003) ในทางตรงกันข้ามหากผู้ใช้งานมีความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ จะช่วยให้ผู้ใช้งานไม่ต้องทำความรู้จัก ทำความเข้าใจ สอดส่องติดตาม และควบคุมสถานการณ์ของการทำธุรกรรม ทำให้การทำธุรกรรมง่ายขึ้น ลดแรงงานในการเฝ้าระวังระบบ ลดการเสียเวลาตรวจสอบรายละเอียด กล่าวได้ว่าความไว้วางใจยิ่งมากจะยิ่งลดต้นทุนธุรกรรม เวลา และความพยายามลง ทำให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น (Chircu et al., 2000; Pavlou, 2003) จากงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจส่งผลในทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Liao et al., 2011; Rachbini, 2017; นพดล ศรีสรรค์, 2551; ธีรยุทธ ขวัญใจสกุล, 2560) อย่างไรก็ตามยังมีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าความไว้วางใจไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (มนตรี พิริยะกุล และคณะ, 2558) จึงเป็นที่มาของสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H<sub>3</sub>: ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาวางเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ดังนี้





ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา มีวิธีการและขั้นตอนต่าง ๆ ในการศึกษา ดังนี้

- 3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.2 รูปแบบการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ ลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลาที่ไม่เคยใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารฯ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลาที่ไม่เคยใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารฯ จึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ  $n$  หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

$P$  หมายถึง สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม ร้อยละ 50 (0.50)

$Z$  หมายถึง ค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด (ร้อยละ 95,  $Z = 1.96$ )

$e$  หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.05)

แทนค่าในสูตร จะได้

$$\begin{aligned}n &= \frac{0.50(1-0.50)1.96^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \approx 385\end{aligned}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เท่ากับ 385 คน

### 3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีการกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการไว้ล่วงหน้าเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) เงื่อนไขในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้

1. เป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
2. มีบัญชีธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อยู่ในจังหวัดสงขลา
3. ไม่เคยใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารฯ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จะให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามาทำแบบสอบถามออนไลน์ โดยมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 ข้อ ดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้ใช้เวลาเก็บแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 2 เดือน คือ เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน พ.ศ. 2562

## 3.2 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire Online) ที่สามารถนำมาตีค่าการวัดเป็นตัวเลขได้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## 3.3 เครื่องมือในการวิจัย

### 3.3.1 องค์ประกอบของเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ แบ่งออกเป็นแต่ละปัจจัย ดังนี้

- |                              |             |
|------------------------------|-------------|
| 1. ความเสี่ยงด้านการเงิน     | จำนวน 3 ข้อ |
| 2. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ | จำนวน 2 ข้อ |
| 3. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย | จำนวน 2 ข้อ |
| 4. ความเสี่ยงด้านเวลา        | จำนวน 3 ข้อ |

5. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว	จำนวน 3 ข้อ
6. ความเสี่ยงด้านสังคม	จำนวน 2 ข้อ
7. ความเสี่ยงด้านการบริการ	จำนวน 2 ข้อ
8. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา	จำนวน 3 ข้อ

กำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ตามระดับความคิดเห็นของผู้ประเมิน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ทั้งนี้ข้อคำถามในแต่ละปัจจัยพัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของ Yang et al. (2015) ซึ่งเป็นมาตรวัดที่มีค่าความเชื่อมั่นและค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Cronbach's Alpha Coefficient = 0.82, Construct Reliability = 0.82) และมีองค์ประกอบของการรับรู้ความเสี่ยงครอบคลุมองค์ประกอบทั้ง 8 ด้าน สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวัดการรับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ มีข้อคำถามและรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

**ตารางที่ 3.1** แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตัวแปร	ข้อคำถาม
ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)	<p>1. ท่านกังวลว่าค่าใช้จ่ายจากการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ จะทำให้ค่าใช้จ่ายรวมจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสูงกว่าที่ท่านคาดหวังไว้ (I worry that network cost and other cost will make total expenditure higher than expected)</p> <p>2. ท่านกังวลว่าหากในกรณีที่ท่านต้องการขอเงินคืนจากการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาด ท่านจะไม่ได้รับการประสานงานจากผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ (I worry that if I request refunding, service providers won't coordinate)</p>

## ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ตัวแปร	ข้อความคำถาม
	<p>3. ท่านกังวลว่าท่านอาจเกิดการสูญเสียเงินจากการดำเนินงานที่ไม่เหมาะสมของผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ (I worry that monetary loss can be caused by improper operations of service providers)</p>
<p>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Functional Risk)</p>	<p>4. ท่านกังวลว่าฟังก์ชันที่จำกัดของเครื่องมือการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจไม่ตอบสนองความต้องการของท่าน (I worry that limited functions of online transaction tools won't satisfy my demands)</p> <p>5. ท่านกังวลว่าท่านจะไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ เนื่องจากความไม่เสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (I worry that I can't transact online due to unstable network)</p>
<p>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk)</p>	<p>6. ท่านกังวลว่าข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินของท่านอาจโดนแฮ็คหรือติดไวรัส อันเนื่องมาจากความผิดพลาดด้านความปลอดภัยของระบบหรือเครื่องมือการทำงานของธนาคารบนมือถือ (I worry that the transaction information will be hacked hackers or viruses caused by security lapses of operation system or online transaction tools)</p> <p>7. ท่านกังวลว่าข้อมูลบัญชีของท่านอาจถูกนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย อันเนื่องมาจากการทำงานที่ไม่ถูกต้องของระบบการทำธุรกรรม (I worry that my account information will be illegally used that transaction platform cannot work properly)</p>
<p>ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk)</p>	<p>8. ท่านกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการสมัครบัญชีสำหรับทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (I worry that it will cost me much time to apply for an online transaction account)</p> <p>9. ท่านกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (I worry that it will cost me much time to learn to use online transaction)</p> <p>10. ท่านกังวลว่ากระบวนการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจใช้เวลานานในการยืนยันตัวตนและข้อมูลอื่น ๆ (I worry that the online transaction process will cost me much time in confirming ID and other document)</p>

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ตัวแปร	ข้อความคำถาม
ความเสี่ยงด้าน ความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk)	<p>11. ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านอาจถูกขโมยในการทำธุรกรรม เนื่องจากความประมาทหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของบุคคลอื่น เช่น ธนาคาร หรือบุคคลที่สาม เป็นต้น (I worry that my personal information can be stolen in transaction because of carelessness or illegal activities of others including banks, third parties, etc.)</p> <p>12. ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านจะถูกเก็บไว้อย่างไม่เหมาะสม ซึ่งอาจถูกบุคคลอื่นนำไปใช้ได้ เช่น ผู้ขายสินค้า ธนาคาร หรือ ผู้ให้บริการอื่น ๆ เป็นต้น (I worry that my personal information can be improperly collected and used by vendors, banks, or service providers)</p> <p>13. ท่านกังวลว่าแฮกเกอร์ (Hacker) จะขโมยข้อมูลส่วนตัวของท่านจากฐานข้อมูลของธนาคารบนมือถือ แล้วนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย (I worry that hackers can steal my personal information from service providers' database and use it illegally)</p>
ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk)	<p>14. ท่านกังวลว่าเมื่อท่านถูกโกงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เพื่อนของท่านจะมีความคิดในเชิงลบกับท่าน (I worry that once be cheated in online transaction, my friends will have negative comments on me)</p> <p>15. ท่านกังวลว่าหากท่านไม่ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เพื่อนของท่านจะคิดว่าท่านไม่ทันสมัย (I worry that if I don't use online transaction, my friends will think I'm out)</p>
ความเสี่ยงด้าน การบริการ (Service Risk)	<p>16. ท่านกังวลว่าหากท่านสมัครบัญชีสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ท่านจะติดต่อกับธนาคารได้ยากเมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ (I worry that if I apply for an online transaction account, it's difficult to communicate with the bank when I need help)</p>

## ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ตัวแปร	ข้อความคำถาม
	17. ท่านกังวลว่าหากท่านได้ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือแล้ว ท่านจะไม่สามารถติดต่อกับทางธนาคารได้เมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ (I worry that if I use an online transaction account, it's difficult to communicate with the bank when I need help)
ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychology Risk)	18. ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกกดดันเมื่อต้องเผชิญกับการสูญเสียในระหว่างการทำธุรกรรม (I worry that I will feel pressure if there is loss during online transaction)
	19. ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกกระวนกระวายใจ กว่าในการทำธุรกรรมจะสำเร็จ (I worry that I will be anxious before the transaction is confirmed)
	20. ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกหงุดหงิด เมื่อไม่สามารถทำธุรกรรมได้ทันเวลา (I worry that I will be anxious if the transaction can't be transferred timely)

ที่มา: Yang et al. (2015)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 9 ข้อ แบ่งออกเป็นแต่ละปัจจัย ดังนี้

- |                  |             |
|------------------|-------------|
| 1. ความสามารถ    | จำนวน 3 ข้อ |
| 2. ความหวังดี    | จำนวน 3 ข้อ |
| 3. ความซื่อสัตย์ | จำนวน 3 ข้อ |

กำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ตามระดับความคิดเห็นของผู้ประเมิน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ทั้งนี้ข้อคำถามในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของ Lu (2017) ซึ่งเป็นมาตรวัดที่มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Construct Reliability = 0.85) และมีองค์ประกอบของความไว้วางใจครอบคลุมทั้ง 3 ด้าน คือ ความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวัดความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ มีข้อคำถามและรายละเอียด ดังตารางที่ 3.2

**ตารางที่ 3.2** แบบสอบถามเกี่ยวกับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตัวแปร	ข้อคำถาม
ความสามารถ (Ability)	1. ธนาคารบนมือถือมีประสิทธิภาพมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน (The online platform seems very capable of performing online transactions)
	2. ธนาคารบนมือถือมีข้อมูลที่จำเป็นมากพอสำหรับนำไปใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้ประสบความสำเร็จ (The online platform seems to have much knowledge about what needs to be done to fulfill online transactions)
	3. ธนาคารบนมือถือมีคุณสมบัติที่ดีสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงิน (The online platform appears to be well qualified for online transactions)
ความหวังดี (Benevolence)	4. ธนาคารบนมือถือสร้างความสุขสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินแก่ท่าน (The online platform seems very concerned about my welfare)
	5. หากท่านมีปัญหาจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านมั่นใจว่าผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือจะช่วยเหลือท่านอย่างดีที่สุด (If I have transactions problems, I am confident that online platform providers will do best to help me)
	6. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสามารถตอบสนองความต้องการของท่าน (My needs appear to be responding to the transactions of online platform)
ความซื่อสัตย์ (Integrity)	7. ธนาคารบนมือถือพยายามดำเนินงานอย่างเต็มที่เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินกับลูกค้า (The online platform appears to try hard to be fair in transactions with customers)
	8. ผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือจะทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน (I am confident that online platform providers keep its promise)



ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ตัวแปร	ข้อความคำถาม
	9. ท่านมั่นใจว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีความโปร่งใส (I am confident that my transactions with online platform will be transparent)

ที่มา: Lu (2017)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 3 ข้อ กำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ตามระดับความคิดเห็นของผู้ประเมิน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

ทั้งนี้ข้อความในการวัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ พัฒนารุ่นขึ้นจากงานวิจัยของ Sreejesh et al. (2016) ซึ่งเป็นมาตรวัดที่มีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Construct Reliability = 0.90) และเป็นมาตรวัดสำหรับใช้วัดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือโดยตรง มีข้อความและรายละเอียด ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตัวแปร	ข้อความคำถาม
ความตั้งใจในการทำธุรกรรม (Transaction Intention)	1. ท่านตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส (Given the chance, I intend to transact through mobile banking) 2. เมื่อมีโอกาส ท่านวางแผนที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือให้มากขึ้น (Given the chance, I plan to be actively involved in mobile banking) 3. มีความเป็นไปได้ที่ท่านจะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้ (It is likely that I will transact through mobile banking in the near future)

ที่มา: Sreejesh et al. (2016)

### 3.3.2 การสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของผู้บริโภค

2. รวบรวมเนื้อหาสาระที่ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย มาประมวลผลเพื่อกำหนดขอบเขตในการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมกับศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม และเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำ เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

4.1 ความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องด้านเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

คะแนน +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

คะแนน -1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด

แล้วนำผลการตรวจสอบมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) เลือกข้อคำถามของแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.67-1.00 มาใช้ แต่หากค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามข้อใดมีค่าต่ำกว่า 0.67 จะต้องนำแบบสอบถามข้อนั้นมาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

ผลการตรวจสอบ พบว่า ข้อคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.67-1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงตามเนื้อหา สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่คัดเลือกได้และได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วจากการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ไปทดลองใช้ (Try-out) โดยการนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละตอนโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) กำหนดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่สามารถนำมาใช้เก็บข้อมูลได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

ผลการตรวจสอบ พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.963 โดยมีค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเท่ากับ 0.904, 0.915 และ 0.927 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. สร้างแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยการใช้ Survey Monkey Form เป็นเครื่องมือ ซึ่งเป็นระบบที่สามารถตอบกลับแบบสอบถามได้เพียงครั้งเดียว ทั้งจากเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวกันหรือจากหมายเลขเครื่อง (IP Address) เครื่องเดียว
2. ขอความร่วมมือจากลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ที่มีความสนใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารฯ โดยการส่งลิงค์ที่เก็บแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกล่องข้อความในเฟซบุ๊กของบุคคลที่รู้จัก และขอให้บุคคลเหล่านั้นช่วยประชาสัมพันธ์ต่ออีกทางหนึ่ง รวมถึงการโพสต์ลิงค์ที่เก็บแบบสอบถามที่เฟซบุ๊กส่วนตัวของผู้วิจัยด้วย กำหนดเวลาในการเก็บแบบสอบถามให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลา 2 เดือน คือ เดือนพฤษภาคม ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2562
3. นำแบบสอบถามที่เก็บได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อนำไปประมวลผลทางสถิติต่อไป

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่และร้อยละ
2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) สำหรับการแปรความหมายจากค่าเฉลี่ย ใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และ ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ค่าเฉลี่ย	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง	ระดับความไว้วางใจ	ระดับความตั้งใจ ในการทำธุรกรรม
4.21-5.00	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก	มาก	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย	น้อย	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด	น้อยที่สุด

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ มีการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

3.1 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัวแปร คือ การรับรู้ความเสี่ยง (PR) และมีตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (TR) โดยนำตัวแปรเข้าสู่สมการพร้อมกันทุกตัวแปร (Enter Method)

ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย สามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน (Kerlinger & Pedhazur, 1973) ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ} \quad Y = a + BX$$

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน} \quad Y = \beta X$$

เมื่อ Y หมายถึง คะแนนของตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจในการทำธุรกรรม

X หมายถึง คะแนนของตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ความเสี่ยง

a หมายถึง ค่าคงที่ของการพยากรณ์

B หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนดิบ

$\beta$  หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนมาตรฐาน

3.2 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ความเสี่ยง จำนวน 8 ตัวแปร คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน ( $X_1$ ) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ( $X_2$ ) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ( $X_3$ ) ความเสี่ยงด้านเวลา ( $X_4$ ) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ( $X_5$ ) ความเสี่ยงด้านสังคม ( $X_6$ ) ความเสี่ยงด้านการบริการ ( $X_7$ ) และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ( $X_8$ ) และมีตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจ (TI) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยนำตัวแปรเข้าสู่สมการพร้อมกันทุกตัวแปร (Enter Method)

ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์  
ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน (Kerlinger & Pedhazur, 1973) ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ  $Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + B_8X_8$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน  $Y = \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_8X_8$

เมื่อ Y หมายถึง คะแนนของตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการทำธุรกรรม

X หมายถึง คะแนนของตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ความเสี่ยงทั้ง 8 ด้าน

a หมายถึง ค่าคงที่ของการพยากรณ์

B หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในรูปคะแนนดิบ

$\beta$  หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงในรูป  
คะแนนมาตรฐาน

4. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำ  
ธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ มีการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

4.1 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจในการทำ  
ธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์การถดถอย  
พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระ คือ ความไว้วางใจ จำนวน 3 ตัวแปร คือ  
ความสามารถ ( $X_1$ ) ความหวังดี ( $X_2$ ) และความซื่อสัตย์ ( $X_3$ ) และมีตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจ (TI) ใน  
การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยนำตัวแปรเข้าสู่สมการพร้อมกันทุกตัวแปร  
(Enter Method)

ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สามารถนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์  
ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน (Kerlinger & Pedhazur, 1973) ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ  $Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน  $Y = \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$

เมื่อ Y หมายถึง คะแนนของตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการทำธุรกรรม

X หมายถึง คะแนนของตัวแปรอิสระ คือ ความไว้วางใจทั้ง 3 ด้าน

a หมายถึง ค่าคงที่ของการพยากรณ์

B หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรความไว้วางใจในรูปคะแนนดิบ

$\beta$  หมายถึง สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรความไว้วางใจในรูปคะแนน  
มาตรฐาน

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย

4.2 การนำเสนอผลการวิจัย

4.3 ผลการวิจัย

#### 4.1 สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
B	แทน สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
$\beta$	แทน สัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
R <sup>2</sup>	แทน สัมประสิทธิ์การพยากรณ์
S.E.	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ t
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F
Sig.	แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ
Tolerance	แทน ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนในตัวพยากรณ์ตัวนั้นที่ไม่ได้รับอิทธิพลจากตัวพยากรณ์ตัวอื่น
VIF	แทน ค่าอิทธิพลความแปรปรวนของตัวพยากรณ์ (Variance Inflation Factor)
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	
PR	แทน การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Perceived Risk)
TR	แทน ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Trust)
TI	แทน ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Transaction Intention)

## 4.2 การนำเสนอผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา
2. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

## 4.3 ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ที่ไม่เคยใช้บริการการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารฯ จำนวน 385 คน โดยหาค่าความถี่และร้อยละ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n = 385)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	134	34.81
หญิง	251	65.19
อายุ		
21-30 ปี	138	35.84
31-40 ปี	191	49.61
41-50 ปี	31	8.05
51-60 ปี	25	6.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	32	8.31
ปริญญาตรี	254	65.97
สูงกว่าปริญญาตรี	99	25.72
อาชีพ		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	28	7.27
ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานมหาวิทยาลัย	126	32.73
พนักงานบริษัทเอกชน	104	27.01
นักเรียน/นักศึกษา	59	15.32
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	35	9.09
เกษตรกร	15	3.90
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	18	4.68

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n = 385)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	39	10.13
10,001-20,000 บาท	111	28.83
20,001-30,000 บาท	106	27.53
30,001-40,000 บาท	50	13.00
40,001-50,000 บาท	20	5.19
มากกว่า 50,000 บาท	59	15.32

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.19 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.61 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.97 มีอาชีพเป็นลูกจ้างของรัฐ/พนักงานมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 32.73 และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.83

#### 4.3.1 ระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

##### 1) ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.2



ตารางที่ 4.2 ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ความเสี่ยง
<b>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk)</b>			
1. การกังวลว่าข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินอาจโดนล้วงข้อมูลหรือติดไวรัส อันเนื่องมาจากความผิดพลาดด้านความปลอดภัยของระบบ หรือเครื่องมือการทำงานของธนาคารบนมือถือ	3.99	0.79	มาก
2. การกังวลว่าข้อมูลบัญชีอาจถูกนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย อันเนื่องมาจากการทำงานที่ผิดพลาดของระบบการทำธุรกรรม เช่น ความผิดพลาดของระบบการแจ้งผลการทำรายการที่ไม่ตรงกับผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ผู้ที่ได้รับข้อมูลของผู้อื่น อาจนำข้อมูลไปใช้ในทางผิดกฎหมายได้	3.94	0.81	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>
<b>ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)</b>			
1. การกังวลว่าค่าใช้จ่ายจากการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและค่าใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ จะทำให้ค่าใช้จ่ายรวมจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสูงกว่าที่คาดหวังไว้	4.09	0.74	มาก
2. การกังวลว่าหากในกรณีที่ต้องการขอเงินคืนจากการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาด จะไม่ได้รับการประสานงานจากผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ	3.39	0.88	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.74</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk)</b>			
1. การกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวอาจถูกขโมยจากการทำธุรกรรมเนื่องจากความประมาทหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของบุคคลอื่น เช่น ธนาคาร หรือบุคคลที่สาม เป็นต้น	3.75	0.83	มาก
2. การกังวลว่าอาชญากรคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถขั้นสูงในการล้วงข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ (Hacker) จะล้วงข้อมูลส่วนตัวของตนเองจากฐานข้อมูลของธนาคารบนมือถือแล้วนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย	3.75	0.88	มาก
3. การกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวจะถูกเก็บไว้อย่างไม่เหมาะสม ซึ่งอาจถูกบุคคลอื่นนำไปใช้ได้ เช่น ผู้ขายสินค้า ธนาคาร หรือผู้ให้บริการอื่น ๆ เป็นต้น	3.63	0.93	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.71</b>	<b>0.68</b>	<b>มาก</b>

## ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านธนาคารบนมือถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
<b>ความเสี่ยงด้านการบริการ (Service Risk)</b>			
1. การกังวลว่าหากสมัครบัญชีสำหรับการทำธุรกรรมทาง การเงินผ่านธนาคารบนมือถือ จะติดต่อกับธนาคารได้ยาก เมื่อต้องการความช่วยเหลือ	3.58	0.89	มาก
2. การกังวลว่าหากได้ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านธนาคารบนมือถือแล้ว จะไม่สามารถติดต่อกับทาง ธนาคารได้ เมื่อต้องการความช่วยเหลือ	3.51	0.93	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>
<b>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Functional Risk)</b>			
1. การกังวลว่าชุดคำสั่งการทำงานที่จำกัดของเครื่องมือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจไม่ ตอบสนองความต้องการของตนเอง	3.60	0.82	มาก
2. การกังวลว่าจะไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ธนาคารบนมือถือได้ เนื่องจากความไม่เสถียรของ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต	3.23	0.94	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.77</b>	<b>มาก</b>
<b>ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Physiology Risk)</b>			
1. การกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบน มือถือจะทำให้รู้สึกกดดันเมื่อต้องเผชิญกับการสูญเสียใน ระหว่างการทำธุรกรรม	3.97	0.55	มาก
2. การกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบน มือถือจะทำให้รู้สึกกระวนกระวายใจ กว่าในการทำธุรกรรม จะสำเร็จ	3.63	0.84	มาก
3. การกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบน มือถือจะทำให้รู้สึกหงุดหงิด เมื่อไม่สามารถทำธุรกรรม ได้ทันเวลา	2.50	0.88	น้อย
<b>รวม</b>	<b>3.37</b>	<b>0.46</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านธนาคารบนมือถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ความเสี่ยง
<b>ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk)</b>			
1. การกังวลว่าเมื่อถูกโกงจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านธนาคารบนมือถือ คนรอบข้าง เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น จะมีความคิดใน เชิงลบกับตนเอง	3.53	0.89	มาก
2. การกังวลว่าหากใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านธนาคารบนมือถือ คนรอบข้าง เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น จะคิดว่าตนเอง ไม่ทันสมัย	2.89	0.90	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.21</b>	<b>0.64</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk)</b>			
1. การกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการเรียนรู้การทำธุรกรรม ทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	3.48	0.77	มาก
2. การกังวลว่ากระบวนการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ธนาคารบนมือถือ อาจใช้เวลานานในการยืนยันตัวตนและ ข้อมูลอื่น ๆ	2.83	0.91	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.16</b>	<b>0.51</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>รวม</b>	<b>3.52</b>	<b>0.39</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.52$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ลูกค้ำมีการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถืออยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.97$ ) ความเสี่ยงด้านการเงิน ( $\bar{X} = 3.74$ ) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ( $\bar{X} = 3.71$ ) ความเสี่ยงด้านการบริการ ( $\bar{X} = 3.54$ ) และความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ( $\bar{X} = 3.42$ ) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีการรับรู้ความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ( $\bar{X} = 3.37$ ) ความเสี่ยงด้านสังคม ( $\bar{X} = 3.21$ ) และความเสี่ยงด้านเวลา ( $\bar{X} = 3.16$ ) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยข้อที่อยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ การกังวลว่าข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินอาจโดนล้วงข้อมูลหรือติดไวรัส อันเนื่องมาจากความผิดพลาดด้านความปลอดภัยของระบบ หรือเครื่องมือการทำงานของธนาคารบนมือถือ ( $\bar{X} = 3.99$ ) และการกังวลว่าข้อมูลบัญชีอาจถูกนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย อันเนื่องมาจากการทำงานที่ผิดพลาด

ของระบบการทำธุรกรรม เช่น ความผิดพลาดของระบบการแจ้งผลการทำรายการที่ไม่ตรงกับผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ผู้ที่ได้รับข้อมูลของผู้อื่น อาจนำข้อมูลไปใช้ในทางผิดกฎหมายได้ ( $\bar{X} = 3.94$ )

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.74$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ การกังวลว่าค่าใช้จ่ายจากการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ จะทำให้ค่าใช้จ่ายรวมจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ( $\bar{X} = 4.09$ ) และการกังวลว่าหากในกรณีที่ต้องการขอเงินคืนจากการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาด จะไม่ได้รับการประสานงานจากผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ ( $\bar{X} = 3.39$ ) ตามลำดับ

3. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ( $\bar{X} = 3.71$ ) โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ การกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวอาจถูกขโมยจากการทำธุรกรรม เนื่องจากความประมาทหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของบุคคลอื่น เช่น ธนาคาร หรือบุคคลที่สาม เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.75$ ) การกังวลว่าอาชญากรคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถขั้นสูงในการล้วงข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ (Hacker) จะล้วงข้อมูลส่วนตัวของตนเองจากฐานข้อมูลของธนาคารบนมือถือ แล้วนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย ( $\bar{X} = 3.75$ ) และการกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวจะถูกเก็บไว้อย่างไม่เหมาะสม ซึ่งอาจถูกบุคคลอื่นนำไปใช้ได้ เช่น ผู้ขายสินค้า ธนาคาร หรือผู้ให้บริการอื่น ๆ เป็นต้น ( $\bar{X} = 3.63$ ) ตามลำดับ

4. ความเสี่ยงด้านการบริการ โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการบริการอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ การกังวลว่าหากสมัครบัญชีสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ จะติดต่อกับธนาคารได้ยาก เมื่อต้องการความช่วยเหลือ ( $\bar{X} = 3.58$ ) และการกังวลว่าหากได้ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือแล้ว จะไม่สามารถติดต่อกับทางธนาคารได้ เมื่อต้องการความช่วยเหลือ ( $\bar{X} = 3.51$ ) ตามลำดับ

5. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.42$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ การกังวลว่าชุดคำสั่งการทำงานที่จำกัดของเครื่องมือการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจไม่ตอบสนองความต้องการของตนเอง ( $\bar{X} = 3.60$ ) ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การกังวลว่าจะไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ เนื่องจากความไม่เสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ( $\bar{X} = 3.23$ )

6. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยาข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ การกังวลว่า การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้รู้สึกกดดันเมื่อต้องเผชิญกับการสูญเสียในระหว่างการทำธุรกรรม ( $\bar{X} = 3.97$ ) และการกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ จะทำให้รู้สึกระวนระวายใจ กว่าการทำงานจะสำเร็จ ( $\bar{X} = 3.63$ ) ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยาข้อที่อยู่ในระดับน้อย คือ การกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้รู้สึกหงุดหงิด เมื่อไม่สามารถทำธุรกรรมได้ทันเวลา ( $\bar{X} = 2.50$ )

7. ความเสี่ยงด้านสังคม โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.21$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ การกังวลว่าเมื่อถูกโกงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ คนรอบข้าง เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น จะมีความคิดในเชิงลบกับตนเอง ( $\bar{X} = 3.53$ ) ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การกังวลว่าหากใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ คนรอบข้าง เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น จะคิดว่าตนเองไม่ทันสมัย ( $\bar{X} = 2.89$ )

8. ความเสี่ยงด้านเวลา โดยภาพรวมมีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.16$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาข้อที่อยู่ในระดับมาก คือ การกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ( $\bar{X} = 3.48$ ) ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาข้อที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ การกังวลว่ากระบวนการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจใช้เวลานานในการยืนยันตัวตนและข้อมูลอื่น ๆ ( $\bar{X} = 2.83$ )

## 2) ระดับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ระดับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความสามารถ ความหวังดี และความซื่อสัตย์ โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.3

**ตารางที่ 4.3** ระดับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความไว้วางใจ
<b>ความหวังดี (Benevolence)</b>			
1. หากตนเองมีปัญหาจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ตนเองมั่นใจว่าผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือจะช่วยเหลือตนเองอย่างดีที่สุด	3.39	0.92	ปานกลาง
2. ธนาคารบนมือถือสร้างความสุขสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินแก่ตนเอง	3.34	1.02	ปานกลาง
3. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง	3.16	0.97	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.30</b>	<b>0.61</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ความซื่อสัตย์ (Integrity)</b>			
1. ธนาคารบนมือถือพยายามดำเนินงานอย่างเต็มที่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางการเงินกับลูกค้า	3.33	1.04	ปานกลาง
2. ความมั่นใจว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีความโปร่งใส	3.11	0.95	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.22</b>	<b>0.68</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ความสามารถ (Ability)</b>			
1. ธนาคารบนมือถือเป็นช่องทางที่เหมาะสมสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงิน	3.34	1.04	ปานกลาง
2. ธนาคารบนมือถือมีข้อมูลที่จำเป็นมากพอสำหรับนำไปใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้ประสบความสำเร็จ	3.22	1.08	ปานกลาง
3. ธนาคารบนมือถือมีประสิทธิภาพมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน	3.01	0.96	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.19</b>	<b>0.71</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>รวม</b>	<b>3.24</b>	<b>0.59</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.24$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลูกค้ามีความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถืออยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยระดับความไว้วางใจสูงสุดไปหาต่ำสุด ดังนี้ ความหวังดี ( $\bar{X} = 3.30$ ) ความซื่อสัตย์ ( $\bar{X} = 3.22$ ) และความสามารถ ( $\bar{X} = 3.19$ ) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผล ดังนี้

1. ความหวังดี โดยภาพรวมมีความไว้วางใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.30$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความไว้วางใจด้านความหวังดีอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ หากตนเองมีปัญหาจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ตนเองมั่นใจว่าผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือจะช่วยเหลือตนเองอย่างดีที่สุด ( $\bar{X} = 3.39$ ) ธนาคารบนมือถือสร้างความสุขสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินแก่ตนเอง ( $\bar{X} = 3.34$ ) และการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง ( $\bar{X} = 3.16$ ) ตามลำดับ

2. ความซื่อสัตย์ โดยภาพรวมมีความไว้วางใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.22$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ธนาคารบนมือถือพยายามดำเนินงานอย่างเต็มที่เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินกับลูกค้า ( $\bar{X} = 3.33$ ) และความมั่นใจว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีความโปร่งใส ( $\bar{X} = 3.11$ ) ตามลำดับ

3. ความสามารถ โดยภาพรวมมีความไว้วางใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.19$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความไว้วางใจด้านความสามารถอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ธนาคารบนมือถือเป็นช่องทางที่เหมาะสมสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงิน ( $\bar{X} = 3.34$ ) ธนาคารบนมือถือมีข้อมูลที่จำเป็นมากพอสำหรับนำไปใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้ประสบความสำเร็จ ( $\bar{X} = 3.22$ ) และธนาคารบนมือถือมีประสิทธิภาพมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน ( $\bar{X} = 3.01$ ) ตามลำดับ

### 3) ระดับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ระดับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ระดับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความตั้งใจ
1. ความตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส	2.98	0.93	ปานกลาง
2. มีความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้	2.66	0.93	ปานกลาง
รวม	2.82	0.87	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.82$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำมีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถืออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ความตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส ( $\bar{X} = 2.98$ ) และมีความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้นี้ ( $\bar{X} = 2.66$ ) ตามลำดับ

#### 4.3.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

##### 1) การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ( $H_1$ ) คือ การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 โดยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระจำนวน 1 ตัวแปร คือ การรับรู้ความเสี่ยง (PR) และมีตัวแปรตาม คือ ความไว้วางใจ (TR) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตัวพยากรณ์	ความไว้วางใจ (TR)				
	B	S.E.	$\beta$	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	3.858	0.273		14.148	0.000**
การรับรู้ความเสี่ยง (SN)	-0.176	0.077	-0.116	-2.290	0.023*
$R^2 = 0.014, F = 5.242, Sig. = 0.023^*$					

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.5 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง (PR) มีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจ (TR) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $B = -0.176$ ) โดยพบว่าเมื่อการรับรู้ความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือลดลง 0.176 ระดับ ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงสามารถทำนายความแปรปรวนของความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ร้อยละ 1.4 ( $R^2 = 0.014$ ) สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ:

$$TR = 3.858 - 0.176PR$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน:

$$TR = -0.116PR$$



## 2) การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 (H<sub>2</sub>) คือ การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ความเสี่ยง จำนวน 8 ตัวแปร คือ ความเสี่ยงด้านการเงิน (X<sub>1</sub>) ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (X<sub>2</sub>) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X<sub>3</sub>) ความเสี่ยงด้านเวลา (X<sub>4</sub>) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (X<sub>5</sub>) ความเสี่ยงด้านสังคม (X<sub>6</sub>) ความเสี่ยงด้านการบริการ (X<sub>7</sub>) และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (X<sub>8</sub>) และมีตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจ (TI) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังตารางที่ 4.6-4.7

**ตารางที่ 4.6** ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยง	Tolerance	VIF
ความเสี่ยงด้านการเงิน (X <sub>1</sub> )	0.921	1.086
ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (X <sub>2</sub> )	0.945	1.058
ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X <sub>3</sub> )	0.759	1.318
ความเสี่ยงด้านเวลา (X <sub>4</sub> )	0.859	1.164
ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (X <sub>5</sub> )	0.506	1.976
ความเสี่ยงด้านสังคม (X <sub>6</sub> )	0.730	1.370
ความเสี่ยงด้านการบริการ (X <sub>7</sub> )	0.677	1.478
ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (X <sub>8</sub> )	0.842	1.188

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงทั้ง 8 ตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.2 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.506-0.945 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าไม่เกิน 5.0 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 1.058-1.976 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงทั้ง 8 ตัวแปร ที่ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงมีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

การรับรู้ความเสี่ยง	ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (TI)				
	B	S.E.	$\beta$	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	2.928	0.460		6.371	0.000**
ความเสี่ยงด้านการเงิน (X <sub>1</sub> )	-0.098	0.074	-0.068	-1.329	0.185
ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (X <sub>2</sub> )	-0.165	0.079	-0.147	-2.088	0.038*
ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X <sub>3</sub> )	-0.120	0.068	-0.100	-1.772	0.077
ความเสี่ยงด้านเวลา (X <sub>4</sub> )	-0.309	0.090	-0.182	-3.434	0.001**
ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (X <sub>5</sub> )	-0.153	0.089	-0.119	-1.726	0.085
ความเสี่ยงด้านสังคม (X <sub>6</sub> )	-0.001	0.078	-0.001	-0.016	0.987
ความเสี่ยงด้านการบริการ (X <sub>7</sub> )	-0.062	0.062	-0.060	-1.011	0.313
ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (X <sub>8</sub> )	-0.047	0.100	-0.025	-0.467	0.641

R<sup>2</sup> = 0.090, F = 4.658, Sig. = 0.000\*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, \*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.7 พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 มีจำนวน 2 ด้าน คือ ความเสี่ยงด้านเวลา (X<sub>4</sub>) (B = -0.309) และความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (X<sub>2</sub>) (B = -0.165) ตามลำดับ โดยพบว่าเมื่อการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาและความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือลดลง 0.309 และ 0.165 ระดับ ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน (X<sub>1</sub>) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X<sub>3</sub>) ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (X<sub>5</sub>) ความเสี่ยงด้านสังคม (X<sub>6</sub>) ความเสี่ยงด้านการบริการ (X<sub>7</sub>) และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (X<sub>8</sub>) พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงสามารถร่วมกันทำนายความแปรปรวนของความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ร้อยละ 9.0 (R<sup>2</sup> = 0.090) สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ:

$$TI = 2.928 - 0.309X_4 - 0.165X_2$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน:

$$TI = -0.182X_4 - 0.147X_2$$

### 3) การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 (H<sub>3</sub>) คือ ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีตัวแปรอิสระ คือ ความไว้วางใจ จำนวน 3 ตัวแปร คือ ความสามารถ ( $X_1$ ) ความหวังดี ( $X_2$ ) และความซื่อสัตย์ ( $X_3$ ) และมีตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจ (TI) ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังตารางที่ 4.8-4.9

**ตารางที่ 4.8** ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ	Tolerance	VIF
ความสามารถ ( $X_1$ )	0.463	2.160
ความหวังดี ( $X_2$ )	0.422	2.372
ความซื่อสัตย์ ( $X_3$ )	0.316	3.167

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรความไว้วางใจทั้ง 3 ตัวแปร มีค่ามากกว่า 0.2 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.316-0.463 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าไม่เกิน 5.0 โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 2.160-3.167 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรความไว้วางใจทั้ง 3 ตัวแปร ที่ทำการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงมีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Hair et al., 2010)

**ตารางที่ 4.9** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ความไว้วางใจ	ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ (TI)				
	B	S.E.	$\beta$	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	0.888	0.213		4.176	0.000**
ความสามารถ ( $X_1$ )	0.735	0.076	0.606	9.620	0.000**
ความหวังดี ( $X_2$ )	0.076	0.094	0.053	0.810	0.419
ความซื่อสัตย์ ( $X_3$ )	0.051	0.097	0.040	0.526	0.599
$R^2 = 0.300$ , $F = 54.461$ , $Sig. = 0.000^*$					

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความไว้วางใจที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 1 ด้าน คือ ความสามารถ ( $X_1$ ) ( $B = 0.735$ ) โดยพบว่าเมื่อความไว้วางใจในด้านความสามารถในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเพิ่มขึ้น 0.735 ระดับ ส่วนความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในด้านความหวังดี ( $X_2$ ) และความซื่อสัตย์ ( $X_3$ ) พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยตัวแปรความไว้วางใจสามารถร่วมกันทำนายความแปรปรวนของความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ร้อยละ 30.0 ( $R^2 = 0.300$ ) สามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ:

$$TI = 0.888 + 0.735X_1$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน:

$$TI = 0.606X_1$$

สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 4.10

**ตารางที่ 4.10** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

	สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบ
H <sub>1</sub>	การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ยอมรับ
H <sub>2</sub>	การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเสี่ยงด้านการเงิน ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ยอมรับ
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเสี่ยงด้านเวลา ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ยอมรับ
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเสี่ยงด้านสังคม ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเสี่ยงด้านการบริการ ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ
	- การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ
H <sub>3</sub>	ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	
	- ความไว้วางใจด้านความสามารถ ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ยอมรับ
	- ความไว้วางใจด้านความหวังดี ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ
	- ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ปฏิเสธ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากตามลำดับ และการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ความเสี่ยงด้านสังคม และความเสี่ยงด้านเวลาอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

ระดับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยของระดับความไว้วางใจสูงสุดไปหาต่ำสุด ดังนี้ ความหวังดี ความซื่อสัตย์ และความสามารถ ตามลำดับ

ระดับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยลูกค้ามีความตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส และมีความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้นี้ ตามลำดับ

##### 5.1.2 การรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา และการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงในด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

##### 5.1.3 ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ความไว้วางใจด้านความสามารถมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความไว้วางใจด้านความหวังดี และความซื่อสัตย์ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

## 5.2 อภิปรายผล

### 5.2.1 ระดับการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงจากผลการสำรวจโดยทีมกลยุทธ์การสื่อสารและการตลาดดิจิทัลของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้รับทราบปัญหาจากการที่ลูกค้าสมัครใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือกับทางธนาคารฯ น้อยกว่าเป้าหมายที่วางน้อยกว่าเป้าหมายที่วางไว้ และมีจำนวนบัญชีของลูกค้าในการเปิดใช้บริการธนาคารบนมือถือน้อยกว่าธนาคารของคู่แข่ง คือ ลูกค้าคิดว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีความเสี่ยงหลายด้าน เช่น ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ลูกค้ากังวลว่าข้อมูลจากการทำธุรกรรมทางการเงินอาจรั่วไหลและนำไปใช้ในทางที่ผิดกฎหมายได้ หรือความเสี่ยงด้านการเงิน ลูกค้ากังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถืออาจจะต้องสูญเสียเงินเพิ่มขึ้นจากการทำธุรกรรม เป็นต้น (ธนาคารกรุงไทย, 2561) และเมื่อพิจารณาระดับการรับรู้ความเสี่ยงจำแนกตามรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยสูงกว่าความเสี่ยงด้านอื่น ๆ แม้ว่าระบบการทำธุรกรรมทางการเงินจะมีการรักษาความปลอดภัยของผู้บริโภคแต่ก็ยังมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดการรั่วไหลหรือการขโมยข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคจากบุคคลที่สาม ทำให้มีการสูญเสียเกิดขึ้นจากการทำธุรกรรม ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความกังวลในด้านความปลอดภัยสูงกว่าด้านอื่น ๆ (Pavlou, 2014) สอดคล้องกับงานวิจัยของนราทิพย์ ณ ระนอง (2554) พบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถืออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยสูงสุด

ระดับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความไว้วางใจในด้านความสามารถต่ำกว่าด้านอื่น ๆ โดยลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่าธนาคารบนมือถือยังมีประสิทธิภาพไม่มากพอในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงจากผลการสำรวจโดยทีมกลยุทธ์การสื่อสารและการตลาดดิจิทัลของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับทราบปัญหาจากการที่ลูกค้าสมัครใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) น้อยกว่าเป้าหมายที่วางน้อยกว่าเป้าหมายที่วางไว้ และมีจำนวนบัญชีของลูกค้าในการเปิดใช้บริการธนาคารบนมือถือน้อยกว่าธนาคารของคู่แข่ง คือ ลูกค้าไม่ไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งปัญหาดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะลูกค้าที่ยังไม่ได้สมัครใช้บริการธนาคารบนมือถือเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นกับลูกค้าที่สมัครใช้บริการแล้วแต่ไม่กล้าทำธุรกรรมทางการเงิน จึงเป็นสาเหตุให้เกิดบัญชีที่ไม่มีรายการการใช้บริการ (Inactive Account) (ธนาคารกรุงไทย, 2561) ประกอบกับจากผลการวิจัยของระดับการรับรู้ความเสี่ยง พบว่าลูกค้ามีความกังวลในด้านความปลอดภัยสูงสุด ซึ่งความกังวลในเรื่องดังกล่าวจะเป็นตัวลดความไว้วางใจในด้านความสามารถหรือความมีประสิทธิภาพของระบบการทำธุรกรรมทางการเงินจากลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kim and Koo (2006) ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เป็นการให้ข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ในการทำธุรกรรม ซึ่งหากไม่มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มี

ประสิทธิภาพมากพอ ก็มีโอกาที่บุคคลที่สามจะสามารถดึงข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตไปใช้ได้ ทำให้มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในระดับหนึ่ง ความเสี่ยงเหล่านี้จะเป็นตัวลดความไว้วางใจของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ระดับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับมาก จึงเป็นตัวลดความไว้วางใจของลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งส่งผลให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของนพดล ศรีสรรค์ (2551) ที่ศึกษาความตั้งใจในการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการยังมีความตั้งใจในการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่น้อย เนื่องจากมีความกังวลในเรื่องความถูกต้องและความปลอดภัยของข้อมูล รวมทั้งข้อผิดพลาดที่อาจเกิดจากระบบการส่งสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่

### 5.1.2 การรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน สอดคล้องกับแนวคิดของ Kim and Koo (2016) กล่าวว่า ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ขึ้นอยู่กับระดับการรับรู้ความเสี่ยง (Dinev & Hart 2006; Bansal et al., 2010) เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เป็นการให้ข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ในการทำธุรกรรม ซึ่งหากไม่มีระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากพอ ก็มีโอกาที่บุคคลที่สามจะสามารถดึงข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ตไปใช้ได้ ทำให้มีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในระดับหนึ่ง ความเสี่ยงเหล่านี้จะเป็นตัวลดความไว้วางใจของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งส่งผลให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liao et al. (2011) ได้ศึกษาอิทธิพลของความไว้วางใจและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางลบต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ งานวิจัยของ Al-Jabri (2015) ได้ศึกษาความตั้งใจใช้บริการธนาคารบนมือถือ (Mobile Banking) ของผู้บริโภคในประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงเป็นอุปสรรคต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารบนมือถือ ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับสูงกับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจอาจเป็นตัวลดอุปสรรคจากความเสี่ยง ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้ธนาคารบนมือถือ และงานวิจัยของ Yang et al. (2015) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคและความไว้วางใจต่อความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ ศึกษากรณีผู้บริโภควัยหนุ่มสาวในประเทศจีน พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความไว้วางใจในการชำระเงินออนไลน์

การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา และการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Farzianpour et al. (2014) ได้ศึกษาผลกระทบของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารออนไลน์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความสามารถของสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตั้งใจใช้บริการธนาคาร

ออนไลน์ งานวิจัยของ Yang et al. (2014) ได้ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคต่อความเสี่ยงของการชำระเงินออนไลน์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานวิจัยของ Nguyen and Nguyen (2017) ได้ศึกษาบทบาทของการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้ธนาคารออนไลน์ในประเทศเวียดนาม พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจใช้บริการออนไลน์

สำหรับการรับรู้ความเสี่ยงในด้านอื่น ๆ ประกอบด้วย การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ สอดคล้องกับงานวิจัย Yang et al. (2014) ได้ศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคต่อความเสี่ยงของการชำระเงินออนไลน์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว และการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจชำระเงินออนไลน์ และงานวิจัยของ Adiwijaya et al. (2017) ได้ศึกษาประเด็นของความเสี่ยง ความไว้วางใจ และความตั้งใจของผู้บริโภค พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงกับความตั้งใจในการซื้อนั้นไม่มีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยขัดแย้งกับงานวิจัยของ Farzianpour et al. (2014) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารออนไลน์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม การรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีผลกระทบกับความตั้งใจใช้บริการธนาคารออนไลน์ ทั้งนี้การที่ผลการวิจัยขัดแย้งกันอาจเนื่องมาจากงานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมาก่อน ในขณะที่การศึกษาของ Farzianpour et al. (2014) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยใช้บริการธนาคารออนไลน์มาแล้วในประเทศอิหร่าน ดังนั้นการที่กลุ่มตัวอย่างมีความคุ้นเคยในการใช้งานธนาคารบนมือถือที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้มีการรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินที่แตกต่างกันได้ (Ramos et al., 2018)

### 5.2.3 ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ความไว้วางใจด้านความสามารถ มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ามีความไว้วางใจในความสามารถของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเพิ่มขึ้น จะทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมากขึ้น โดยความสามารถของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ พิจารณาจากความสามารถของการประมวลผลของข้อมูลที่ต้องแม่นยำ (Mayer et al., 1995) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์เมื่อเทียบกับการทำธุรกรรมทางการเงินตามช่องทางปกติ เพราะการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์อาจเกิดความผิดพลาดหรือความไม่แน่นอนของปัจจัยรอบ ๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น การขาดความเป็นส่วนตัวจากความผิดพลาดของระบบประมวลผลการทำธุรกรรมทางการเงิน จนมีผลให้ผู้อื่นรู้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน กลายเป็นความไม่ไว้วางใจ ความไม่ไว้วางใจนี้เองที่จะนำไปสู่ผลทางลบของความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Gefen et al., 2003) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lu (2017) ได้ศึกษาความไว้วางใจและความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า ความไว้วางใจในด้านความสามารถ ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานวิจัย



ของกนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2561) ที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการธนาคารดิจิทัลโดยใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม โดยตัวแปรสำคัญที่ศึกษา คือ ความไว้วางใจและความตั้งใจใช้บริการธนาคารดิจิทัล พบว่า ความไว้วางใจในด้านความสามารถ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารดิจิทัลของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับความไว้วางใจในด้านความหวังดีและความซื่อสัตย์ พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ สอดคล้องกับการศึกษาของ Lu (2017) พบว่า ความไว้วางใจในด้านความหวังดีและความซื่อสัตย์ ไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ แต่ผลการวิจัยกลับขัดแย้งกับงานวิจัยของกนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2561) พบว่า ความไว้วางใจในด้านความหวังดีและความซื่อสัตย์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารดิจิทัลของผู้บริโภค ทั้งนี้การที่ผลการวิจัยขัดแย้งกันอาจเนื่องมาจากงานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมาก่อน ในขณะที่การศึกษาของกนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต (2561) ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำการลงทะเบียนเพื่อขอใช้บริการธนาคารดิจิทัลกับธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย และมีประสบการณ์การใช้บริการธนาคารดิจิทัล ดังนั้นการที่กลุ่มตัวอย่างมีความคุ้นเคยในการใช้งานธนาคารบนมือถือที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้มีความไว้วางใจและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินที่แตกต่างกันได้ (Ramos et al., 2018)

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยได้ค้นพบตัวแปรที่สามารถนำมาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับธนาคาร ได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาและการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ และความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินด้านความสามารถ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ลูกค้าปัจจุบันของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดสงขลา เกิดความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารฯ ให้มีจำนวนตามเป้าหมายที่วางไว้

นอกจากนี้ทำให้ได้ทราบว่าปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านการบริการ และความเสี่ยงด้านจิตวิทยา การรับรู้ความเสี่ยงเหล่านี้ของลูกค้าจะเป็นตัวขัดขวางหรือสนับสนุนความไว้วางใจ กล่าวคือ หากลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงเหล่านี้ในระดับสูงจะเป็นตัวขัดขวางทำให้ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือลดลง ในทางตรงกันข้ามหากลูกค้ามีการรับรู้ความเสี่ยงเหล่านี้ในระดับต่ำ จะเป็นตัวสนับสนุนทำให้ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมากขึ้น ทำให้มีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมากขึ้นตามไปด้วย

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากข้อค้นพบของการวิจัย การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาและการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ กล่าวคือ หากลูกค้าได้รับรู้ความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในด้านเวลาและด้านประสิทธิภาพมากขึ้น จะทำให้ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินลดลงด้วย ดังนั้นทางธนาคารควรดำเนินการต่าง ๆ เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านเวลา ลูกค้ากังวลว่าอาจใช้เวลาในการเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมากที่สุด ดังนั้นธนาคารควรพัฒนาระบบของธนาคารบนมือถือที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ โดยผู้ที่ใช้งานนั้นไม่จำเป็นต้องมีประสบการณ์หรือความรู้ความชำนาญ ก็สามารถใช้งานได้ โดยอาจออกแบบสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายต่าง ๆ ทำให้ผู้ที่ใช้งานสามารถเข้าใจถึงความหมายของของเมนูการใช้งานว่ามีไว้ใช้งานประเภทใด หรือการใช้ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสม เน้นข้อความที่สำคัญ เช่น การใช้ตัวอักษรตัวใหญ่สำหรับหัวข้อหลัก และใช้ตัวอักษรตัวเล็กสำหรับคำอธิบายเพิ่มเติม เป็นต้น ซึ่งการออกแบบที่ดีนั้นทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น

2. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ลูกค้ากังวลว่าชุดคำสั่งการทำงานที่จำกัดของเครื่องมือการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจไม่ตอบสนองความต้องการของตนเองมากที่สุด ดังนั้นธนาคารควรพัฒนาระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือให้มีชุดคำสั่งการทำงานที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการออกแบบชุดการทำงานหลายชุดการทำงาน ควรออกแบบเป็นรายการที่ผู้ใช้งานสามารถเลือกได้ มากกว่าจะเป็นการคีย์เพื่อป้อนคำสั่ง

สำหรับข้อเสนอแนะ เพื่อเพิ่มความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเพื่อให้ลูกค้ามีความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้นนั้น จากข้อค้นพบของงานวิจัย พบว่า ความไว้วางใจในด้านความสามารถส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ โดยลูกค้ามีความไว้วางใจว่าธนาคารบนมือถือมีประสิทธิภาพมากในการทำธุรกรรมทางการเงินน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารต้องสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าว่าธนาคารบนมือถือมีประสิทธิภาพมากพอต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสามารถของระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เช่น การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ที่เหมาะสมเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในระบบประมวลผลข้อมูล และระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางนี้มากขึ้น

### 5.3.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยง ความตั้งใจ และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดขึ้น ควรมีการศึกษาในเชิงวิจัยคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่การศึกษาเชิงปริมาณไม่สามารถอธิบายได้

2. การศึกษาในครั้งนี้ได้เลือกศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ดังนั้นเพื่อให้ได้คำตอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่ครอบคลุมขึ้น ควรศึกษาถึงตัวแปรอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น ปัจจัยความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และความปลอดภัย เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาเก็บข้อมูลจากประสบการณ์จริงของลูกค้า (Trial Test) โดยให้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ทดลองใช้ และทำการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความรู้สึกขณะใช้บริการ ปัญหาการใช้บริการ และข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการใช้บริการ เพื่อนำไปปรับปรุงระบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต. (2561). การวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการธนาคารดิจิทัลโดยใช้  
ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์*, 24(2), 43-64.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). *การใช้ SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 29).  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- เกริตา โคตรชาลี. (2555). ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์  
ของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และเจนเอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิตยาภรณ์ ชีรานูวรรตน์. (2553). การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่น  
ไว้วางใจ (Trust Perception) ของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการ  
Location-Based Service. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธนวรรณ สำนวนกลาง. (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ  
"M-Banking."* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารกรุงไทย. (2561). *บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต*. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2562, จาก  
<https://www.ktbnetbank.com>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *Payment system insight ไตรมาส 1: Mobile financial  
services*. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2562, จาก [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th).
- ธัญยากร ขวัญใจสกุล. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบาย  
แบงก์กิ้งและระบบโมบายเพย์मेंต์*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 11).  
กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- นภวรรณ คณานุกัณฑ์. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.
- นพดล ศรีสรรค. (2551). *ความตั้งใจในการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา  
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นราทิพย์ ณ ระนอง. (2554). *การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้บริการ  
ธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์  
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนตรี พิริยะกุล, ระพีพรรณ พิริยะกุล, อรไท ชั่วเจริญ, มานัส บุญยัง, ประทานพร พิริยะกุล, และ  
อินทกะ พิริยะกุล. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้การทำธุรกรรมทาง  
อินเทอร์เน็ตซ้ำ. *วารสารลานนา วิชาการ*, 1(1), 1-21.
- มาร์เก็ตเธียร์. (2561). "Mobile Banking" เกมที่ "กลีกรไทย-ไทยพาณิชย์" ขอแข่งขันเป็นที่ 1.  
ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <https://marketeeronline.co/archives/11368>.

- วรวิทย์ เที่ยรธนเกียรติ. (2560). การรับรู้ประโยชน์ของช้อปปิ้งออนไลน์ การการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า*, 3(1), 64-78
- สัญญา อูปะเตีย. (2553). ปัจจัยด้านการรับรู้เกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2561). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2561. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน).
- สำนักงานสถิติ จังหวัดสงขลา. (2560). สถิติด้านสังคมและประชากรศาสตร์. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://songkhla.nso.go.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *เทคนิคการสุ่มตัวอย่างและประมาณค่า*. กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและวิชาการสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- สุวมิตร บุญแก้ว. (2559). ปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ MOBILE BANKING ทดแทนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครื่อง ATM ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อโนมา แซ่ตั้ง. (2554). *ทัศนคติและพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Adiwijaya, M., Kaihatu, T., Nugroho, A., and Kartika, E.W. (2017). The issue of risk, trust, and customer intention: A research for the relationship. *Risk governance & control: financial markets & institutions*, 7(1), 82-90.
- Al-Jabri, I.M. (2015). The intention to use mobile banking: Further evidence from Saudi Arabia. *South African Journal of Business Management*, 46(1), 23-34.
- Al-Mohaimmeed, B. M. (2012). Customer behaviour towards internet banking: A study of the dormant users of Saudi Arabia. Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy, The University of Birmingham.
- Bansal, G., Zahedi, F.M, and Gefen, D. (2010). The impact of personal dispositions on information sensitivity, privacy concern and trust in disclosing health information online. *Decision Support Systems*, 49(2), 138-150.
- Bourdeau, L.B. (2005). *A new examination of service loyalty: Identification of the antecedents and outcomes of additional loyalty framework*. Dissertation, for the Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration, Florida University.

- Chircu, A.M., Davis, G.B., and Kauffman, R.J. (2000). Trust, expertise and ecommerce intermediary adoption. In *Proceedings of the Sixth Americas Conference on Information Systems* (pp. 710-716). New York: Association for Computing Machinery.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques* (3<sup>rd</sup> ed.). New York: Wiley.
- Crawford, M., and Benedetto, A.D. (2014). *New products management* (11<sup>th</sup>ed.). New York: McGraw-Hill.
- Dai B, Forsythe S, and Kwon, W.S. (2014). The impact of online shopping experience On risk perceptions and online purchase intentions: Does product category matter. *Journal of Electronic Commerce Research*, 15(1), 13-24.
- Demirdogen, O., Yaprakli, S., Yilmaz, M. K., and Husain, J. (2010). Customer risk perceptions of internet banking: A study in Turkey. *The Journal of Applied Business Research*, 26(1), 57-65.
- Dinev, T., and Hart, P. (2006). Internet privacy concerns and social awareness as determinants of intention to transact. *International Journal of Electronic Commerce*, 10(2), 7-29.
- Everard, A., and Galletta, D.F. (2005). How presentation flaws affect perceived site quality, trust, and intention to purchase from an online store. *Journal of Management Information Systems*, 22(3), 56-95.
- Farzianpour, F., Pishdar, M., Shakib, M.D., and Toloun, M.R.S.H. (2014). Consumers' perceived risk and its effect on adoption of online banking services. *American Journal of Applied Sciences*, 11(1), 47-56.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725-737.
- Gefen, D., Karahanna, E., and Straub, D.W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated Model. *Management Information Systems Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Hsu, S.H., and Luan, P.M. (2017). The perception risk of online shopping Impacted on the consumer's attitude and purchase Intention in Hanoi, Vietnam. *Journal of Business & Economic Policy*, 4(4), 19-29.
- Hair, J.F.J., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., and Tatham, R.L. (2010). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.

- Iris, A.J., and Christiane, S. (2005). A research model for studying privacy concerns pertaining to Location-Based Services. In *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1-10). Washington, DC: IEEE Computer Society.
- Kassim, N.M., and Ramayah, T. (2015). A measurement model of risk perception in internet banking base on Malaysian context. *ARPJ Journal of Engineering and Applied Sciences*, 10(23), 17632-17639.
- Kaveh, M. (2012). Role of trust in explaining repurchase intention. *African Journal of Business Management*, 6(14), 5014-5025.
- Kerlinger, F.N., and Pedhazur, E.J. (1973). *Multiple regression in behavioral research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kim, D.J., Ferrin, D.L., and Rao, H.R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564.
- Kim, G., and Koo, H. (2016). The causal relationship between risk and trust in the online market place: A bidirectional perspective. *Computers in Human Behavior*, 55(2016), 1020-1029.
- Kooli, K., Ben, Mansour, K.B., and Utama, R. (2014). Determinants of online trust and their impact on online purchase intention. *International Journal of Technology Marketing*, 9(3), 305-319.
- Lee, T. (2005). The impact of perceptions of interactivity on customer trust and transaction intentions in mobile commerce. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6(3), 165-180.
- Liao, C., Liu, C.C., and Chen, K. (2011). Examining the impact of privacy, trust and risk perceptions beyond monetary transactions: An integrated model. *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(2011), 702-715.
- Ling, K.E., Daud, D.B., Piew, T.H., Keoy, K.H., and Hassan, P. (2011). Perceived risk, perceived technology, online trust for the online purchase intention in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 167-182.
- Lu, D. (2017). *How do trust and risk affect customers' online purchase intention? A study of trust and risk in the online shopping context*. Dissertation for the Degree of Master of Science in Marketing and Consumer Studies, University of Guelph.
- Lu, H.P., Hsu, C.L., and Hsu, H.Y. (2005). An empirical study of the effect of perceived risk upon intention to use online applications. *Information Management & Computer Security*, 13(2), 106-120.

- Lu, Y., Yang, S., Chau, P.Y.K., and Cao, Y. (2011). Dynamics between the trust transfer process and intention to use mobile payment services: A cross-environment perspective. *Information and Management*, 48(2011), 393-403.
- Luo, X., Li, H., Zhang, J., and Shim, J. (2010). Examining multi-dimensional trust and multi-faced risk in initial acceptance of emerging technologies: An empirical study of mobile banking services. *Decision Support Systems*, 49(2), 222-234.
- Marafon, D.L., Basso, K., Espartel, L.B., Barcellos, M.D., and Rech, E. (2018). Perceived risk and intention to use internet banking: The effects of self-confidence and risk acceptance. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 277-289.
- Marriott, H.R., and Williams, M.D. (2018). Exploring consumers perceived risk and trust for mobile shopping: A theoretical framework and empirical study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 42(2018), 133-146.
- Mayer, R.C., Davis, J.H., and Shoorman, F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- McKechnie, S., Winklhofer, H., and Ennew, C. (2006). Applying the technology acceptance model to the online retailing of financial services. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 34(4), 388-410.
- McKnight, H. D., Choudhury, V. and Kacmar, C. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce: An integrative typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334-359.
- Nguyen, T.D., and Nguyen, T.C.H. (2017). The role of perceived risk on intention to use online banking in Vietnam. In *2017 International Conference on Advances in Computing, Communications and Informatics (ICACCI)* (pp. 1903-1908). Udipi, India: IEEE.
- Pavlou, P.A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-131.
- Pavlou, P.A. (2014). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Rachbini, W. (2017). The impact of consumer trust, perceived risk, perceived benefit on purchase intention and purchase decision. *International Journal of Advanced Research*, 6(1), 1036-1044.
- Ramos, F.L., Ferreira, J.B., Freitas, A.S., and Rodrigues, J.W. (2018). The effect of trust in the Intention to use m-banking. *Brazilian Business Review*, 15(2), 175-191.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Free Press.



- Savas, S. (2017). *Perceived risk and consumer adoption of service innovation*. Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy, Florida Atlantic University.
- Schiffman, L.G., and Wisenblit, J.L. (2015). *Consumer behavior* (11<sup>th</sup> ed.). Harlow: Pearson.
- Sreejesh S.P., Anusree, M.R. and Amarnath, M. (2016). Effect of information content and form on customers' attitude and transaction intention in mobile banking: moderating role of perceived privacy concern. *International Journal of Bank Marketing*, 34(7), 1092-1113.
- Sutanonpaiboon, J., and Abuhamdieh, A. (2008). Factors influencing trust in online consumer-to-consumer (C2C) transactions. *Journal of Internet Commerce*, 7(2), 203-219.
- Turban, E., Strauss, J., and Lai, L. (2012). *Social commerce*. New York: Pearson Education.
- Wu, J.J., and Chang, Y.S. (2006). Effect of transaction trust on e-commerce relationships between travel agencies. *Tourism Management*, 27(2006), 1253-1261.
- Yang, Q., Pang, C., Liu, L., Yen, D.C., and Tarn, J.M. (2015). Exploring consumer perceived risk and trust for online payments: An empirical study in China's younger generation. *Computers in Human Behavior*, 50(2015), 9-24.
- Yang, Q., Qian, X., Pang, C., and An, B. (2014). Empirical study on consumer perceived on-line payment risk. In *The Thirteenth Wuhan International Conference on E-Business-Human Behavior and Social Impacts on E-Business* (pp. 410-420). Wuhan: Association for Information Systems.
- Yu, P.L., Balaji, M.S., and Khong, K.W. (2015). Building trust in internet banking: A trustworthiness perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 115(2), 235-252.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

## แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

**คำชี้แจง :** แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยเรื่องเรื่อง การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน ธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อคำถาม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งจะทำให้การประเมินความเที่ยงตรงในตอนดังนี้

ตอนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตอนที่ 3 ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ตอนที่ 4 ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

โดยมีการให้คะแนน	+1	=	แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม
	0	=	ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
	-1	=	แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

ข้อที่	ข้อความถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		+1	0	-1	
<b>ตอนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ</b> <b>การรับรู้ความเสี่ยง</b> หมายถึง การรับรู้ถึงความเป็นไปได้ที่อาจจะเกิดการสูญเสียจากการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเกิดจากความไม่แน่นอนที่ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินต้องเผชิญและไม่สามารถรู้ถึงผลลัพธ์ที่ตามมา โดยสามารถเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ และมีผลในเชิงลบต่อการทำธุรกรรม แบ่งออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้					
<b>ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)</b> หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะต้องเผชิญกับความสูญเสียทางการเงิน เนื่องจากมีต้นทุนแอบแฝงหรือมีการดำเนินการที่ไม่เหมาะสม ทำให้ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงมีมากกว่าค่าใช้จ่ายที่ได้ประมาณการไว้					
1	ท่านกังวลว่าค่าใช้จ่ายจากการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ จะทำให้ค่าใช้จ่ายรวมจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสูงกว่าที่ท่านคาดหวังไว้				
2	ท่านกังวลว่าหากในกรณีที่ท่านต้องการขอเงินคืนจากการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาด ท่านจะไม่สามารถประสานงานจากผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ				
3	ท่านกังวลว่าท่านอาจเกิดการสูญเสียเงินจากการดำเนินงานที่ไม่เหมาะสมของผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ				
<b>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Functional Risk)</b> หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงพอกับความต้องการของผู้ธุรกรรมทางการเงิน					
4	ท่านกังวลว่ารูปแบบการให้บริการที่จำกัดของเครื่องมือการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจไม่ตอบสนองความต้องการของท่าน				

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		+1	0	-1	
5	ท่านกังวลว่าท่านจะไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ เนื่องจากความไม่เสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต				
<b>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk)</b> หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ระบบรักษาความปลอดภัยของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะเกิดปัญหาและไม่สามารถทำงานได้ ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียต่าง ๆ เช่น การโดนล้วงข้อมูลหรือการนำข้อมูลไปใช้ในทางผิดกฎหมาย เป็นต้น					
6	ท่านกังวลว่าข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินของท่านอาจโดนโจรกรรมหรือติดไวรัส อันเนื่องมาจากความผิดพลาดด้านความปลอดภัยของระบบหรือเครื่องมือการทำงานของธนาคารบนมือถือ				
7	ท่านกังวลว่าข้อมูลบัญชีของท่านอาจถูกนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย อันเนื่องมาจากการทำงานที่ไม่ถูกต้องของระบบการทำธุรกรรม				
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk)</b> หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือต้องสูญเสียเวลาจากการสมัครใช้บริการ การเรียนรู้วิธีการใช้งาน และการเข้าถึงบริการใด ๆ ของระบบธนาคารบนมือถือ					
8	ท่านกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการสมัครบัญชีสำหรับทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ				
9	ท่านกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ				
10	ท่านกังวลว่ากระบวนการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจใช้เวลานานในการยืนยันตัวตนและข้อมูลอื่น ๆ				

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		+1	0	-1	
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk)</b>					
หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะถูกจัดเก็บอย่างไม่เหมาะสม แล้วถูกลักลอบนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของข้อมูล หรือถูกลักลอบใช้สิทธิในการเข้าใช้งานระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต					
11	ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านอาจถูกขโมยจากการทำธุรกรรม เนื่องจากความประมาทหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของบุคคลอื่น เช่น ธนาคารหรือบุคคลที่สาม เป็นต้น				
12	ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านจะถูกเก็บไว้อย่างไม่เหมาะสม ซึ่งอาจถูกบุคคลอื่นนำไปใช้ได้ เช่น ผู้ขายสินค้า ธนาคาร หรือผู้ให้บริการอื่น ๆ เป็นต้น				
13	ท่านกังวลว่าจะถูกอาชญากรทางคอมพิวเตอร์ขโมยข้อมูลส่วนตัวของท่านจากฐานข้อมูลของธนาคารบนมือถือ แล้วนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย				
<b>ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk)</b>					
หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผลจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะส่งผลให้เพื่อนบุคคลในครอบครัว หรือสังคมนรอบข้างมีความรู้สึกด้านลบต่อตัวผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน หรือรู้สึกผิดหวังในตัวผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน เพราะได้เลือกใช้บริการที่ไม่ตรงกับคุณภาพและมาตรฐานที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวตั้งไว้					
14	ท่านกังวลว่าเมื่อท่านถูกโกงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เพื่อนของท่านจะมีความคิดในเชิงลบกับท่าน				
15	ท่านกังวลว่าหากท่านไม่ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ เพื่อนของท่านจะคิดว่าท่านไม่ทันสมัย				

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		+1	0	-1	
<b>ความเสี่ยงด้านการบริการ (Service Risk)</b>					
หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะได้รับการบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพจากผู้ให้บริการ หรือไม่สามารถติดต่อสอบถามกับผู้ให้บริการได้เมื่อเจอปัญหาจากการทำธุรกรรมทางการเงิน					
16	ท่านกังวลว่าหากท่านสมัครบัญชีสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ท่านจะติดต่อกับธนาคารได้ยากเมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ				
17	ท่านกังวลว่าหากท่านได้ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือแล้ว ท่านจะไม่สามารถติดต่อกับทางธนาคารได้ เมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ				
<b>ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychology Risk)</b>					
หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะต้องเผชิญกับการสูญเสียต่าง ๆ จากการทำธุรกรรม แล้วนำไปสู่ผลกระทบทางด้านจิตใจ เช่น การเกิดความเครียด ความกดดัน ความกระวนกระวายใจ และความหงุดหงิด เป็นต้น					
18	ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกกดดัน เมื่อต้องเผชิญกับการสูญเสียในระหว่างการทำธุรกรรม				
19	ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกกระวนกระวายใจ กว่าในการทำธุรกรรมจะสำเร็จ				
20	ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกหงุดหงิด เมื่อไม่สามารถทำธุรกรรมได้ทันเวลา				



ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		+1	0	-1	
<b>ตอนที่ 3 ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ</b> หมายถึง ความมั่นใจหรือความไว้วางใจของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินที่มีต่อผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความตั้งใจในการทำธุรกรรม หากผู้ทำธุรกรรมทางการเงินเกิดความไว้วางใจต่อผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือในระดับสูง ก็จะส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการทำธุรกรรมที่สูงขึ้นตามไปด้วย แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้					
<b>ความสามารถ (Ability)</b> หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือที่จะดำเนินการในสิ่งที่ผู้ทำธุรกรรมทางการเงินต้องการได้สำเร็จลุล่วง เช่น การมีชุดคำสั่งการทำงานที่หลากหลายและการมีข้อมูลเพียงพอสำหรับใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงิน					
1	ธนาคารบนมือถือมีประสิทธิภาพมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน				
2	ธนาคารบนมือถือมีข้อมูลที่จำเป็นมากพอสำหรับนำไปใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้ประสบความสำเร็จ				
3	ธนาคารบนมือถือมีคุณสมบัติที่ดีสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงิน				
<b>ความหวังดี (Benevolence)</b> หมายถึง ความรู้สึกที่อยากจะทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน พร้อมทั้งมีระบบรองรับเพื่อสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน ให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตามความต้องการของตนเอง					
4	ธนาคารบนมือถือสร้างความสุขสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินแก่ท่าน				
5	หากท่านมีปัญหาจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านมั่นใจว่าผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือจะช่วยเหลือท่านอย่างดีที่สุด				
6	การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสามารถตอบสนองความต้องการของท่าน				

ข้อที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญ			ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
		+1	0	-1	
<b>ความซื่อสัตย์ (Integrity)</b>					
หมายถึง การดำเนินงานของผู้ให้บริการธนาคารบนมือถืออย่างเป็นธรรม มีความโปร่งใส และการกระทำตามสัญญาที่ได้ให้ไว้กับผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน					
7	ธนาคารบนมือถือพยายามดำเนินงานอย่างเต็มที่เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินกับลูกค้า				
8	ท่านมั่นใจว่าผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือจะทำตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน				
9	ท่านมั่นใจว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีความโปร่งใส				
<b>ตอนที่ 4 ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ</b>					
หมายถึง ความยินดีหรือความเต็มใจของลูกค้าที่พร้อมจะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นไปในลักษณะของความตั้งใจจะทำเมื่อมีโอกาสการวางแผนที่จะทำมากขึ้น และความเป็นไปได้ที่จะทำในอนาคตอันใกล้					
1	ท่านตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส				
2	เมื่อมีโอกาส ท่านวางแผนที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือให้มากขึ้น				
3	มีความเป็นไปได้ที่ท่านจะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้นี้				

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข  
ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม  
การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ  
โดยสรุปจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล	ข้อเสนอแนะ
	1	2	3				
1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
3	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้	ไม่เข้าใจตรงคำว่าไม่ เหมาะสมให้ปรับคำ
4	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
5	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
6	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
7	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้	ปรับภาษาให้เข้าใจ อธิบาย/ยกตัวอย่าง
8	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
9	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
10	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
11	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
12	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
13	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้	เป็น security ได้ด้วย
14	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้	เพื่อนอย่างเดียว?
15	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้	เพื่อนอย่างเดียว?
16	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
17	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
18	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
19	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
20	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม  
ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ  
โดยสรุปจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล	การพิจารณา
	1	2	3				
1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
3	+1	+1	0	2	0.67	ใช้ได้	ไม่เข้าใจว่าคุณสมบัติ อะไร?
4	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
5	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
6	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
7	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
8	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
9	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม  
ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ  
โดยสรุปจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

ข้อที่	คะแนนความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC	แปลผล	ข้อเสนอแนะ
	1	2	3				
1	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
2	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	
3	+1	+1	+1	3	1.00	ใช้ได้	

ภาคผนวก ค  
ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม  
การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

Item-Total Statistics				
Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
i1	79.77	91.909	0.609	0.898
i2	79.70	94.355	0.471	0.901
i3	80.00	91.103	0.476	0.904
i4	80.00	90.069	0.581	0.898
i5	80.13	87.982	0.704	0.894
i6	80.07	90.685	0.766	0.895
i7	80.30	90.700	0.604	0.897
i8	80.13	96.120	0.262	0.904
i9	80.40	88.110	0.576	0.898
i10	80.10	90.369	0.610	0.897
i11	81.00	83.448	0.536	0.903
i12	81.23	81.702	0.574	0.902
i13	81.03	84.930	0.568	0.899
i14	80.20	90.648	0.615	0.897
i15	80.33	88.299	0.708	0.895
i16	80.27	91.789	0.549	0.899
i17	80.40	89.145	0.682	0.895
i18	79.83	93.316	0.423	0.901
i19	79.93	93.375	0.500	0.900
i20	80.03	92.033	0.477	0.900

Cronbach's Alpha = 0.903, N of Items = 20, N of Case = 30

แบบสอบถามการรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ มีค่าความเชื่อมั่นรวม เท่ากับ 0.903 โดยพบว่าหากตัดคำถามข้อ 3 และข้อ 8 ทิ้ง จะทำให้ค่าความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นเป็น 0.904 ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดคำถามข้อดังกล่าวทิ้งก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง



ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม  
ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

Item-Total Statistics				
Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
i21	34.03	22.749	0.825	0.891
i22	34.14	22.695	0.895	0.885
i23	34.14	24.123	0.671	0.904
i24	34.07	23.567	0.824	0.891
i25	34.07	23.852	0.742	0.898
i26	33.52	26.973	0.668	0.905
i27	33.55	27.756	0.463	0.910
i28	33.69	26.722	0.485	0.915
i29	33.62	26.172	0.720	0.901

Cronbach's Alpha = 0.911, N of Items = 9, N of Case = 30

แบบสอบถามความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีค่าความเชื่อมั่นรวม เท่ากับ 0.911 โดยพบว่าหากตัดคำถามข้อ 28 ทิ้ง จะทำให้ค่าความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นเป็น 0.915 ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดคำถามข้อดังกล่าวทิ้งก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

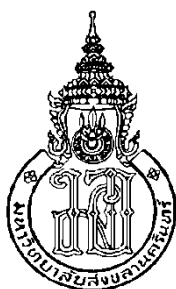
ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม  
ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

Item-Total Statistics				
Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
i30	8.20	1.752	0.832	0.766
i31	8.33	1.816	0.663	0.927
i32	8.27	1.857	0.814	0.787

Cronbach's Alpha = 0.878, N of Items = 3, N of Case = 30

แบบสอบถามความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีค่าความเชื่อมั่นรวม เท่ากับ 0.878 โดยพบว่าหากตัดคำถามข้อ 31 ทิ้ง จะทำให้ค่าความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้นเป็น 0.927 ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดคำถามข้อดังกล่าวทิ้งก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ภาคผนวก ง  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ชุดที่ 

## แบบสอบถามเพื่องานวิจัย

แบบสอบถามวิจัยฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลสำหรับใช้ในงานวิจัย เรื่อง “การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา” (Perceived Risk and Trust Influencing the Transactional Intention through Mobile Banking among Customers of Krung Thai Bank Public Company Limited in Songkhla Province) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการศึกษาวิจัยในวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

2. แบบสอบถามในแต่ละส่วนจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกัน ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลตามความเป็นจริงที่สุด ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือให้ท่านตอบแบบสอบถามทันทีหลังจากที่อ่านคำถามข้อนั้นจบ และไม่ย้อนกลับไปแก้ไขคำตอบก่อนหน้านี้

การตอบแบบสอบถามของท่านถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่าน เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และขอรับรองว่าการตอบแบบสอบถามของท่านครั้งนี้ จะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใดทั้งสิ้น

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อการวิจัยฉบับนี้ ท่านสามารถติดต่อผู้วิจัยได้โดยตรงที่เบอร์โทร 095-4195093 หรือ monkeygirl130930@gmail.com หรือติดต่อผ่านเจ้าหน้าที่หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ โทร 074-287863

ขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือ  
ผู้วิจัย

### คำถามคัดกรอง

1. ท่านเป็นลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ใช่หรือไม่  
 1) ใช่ (ทำต่อ)  2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)
2. ท่านมีบัญชีธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อยู่ในจังหวัดสงขลา ใช่หรือไม่  
 1) ใช่ (ทำต่อ)  2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)
3. ท่านเคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารมือถือ (Mobile Banking) หรือไม่  
 1) ไม่เคยทำ (ทำต่อ)  2) เคยทำ (จบแบบสอบถาม)

### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ  
 1) ชาย  2) หญิง
2. อายุ  
 1) ไม่เกิน 20 ปี  2) 21-30 ปี  
 3) 31-40 ปี  4) 41-50 ปี  
 5) 51-60 ปี  6) มากกว่า 60 ปี
3. ระดับการศึกษา  
 1) ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า  2) มัธยมศึกษาตอนต้น  
 3) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  4) อนุปริญญา/ปวส.  
 5) ปริญญาตรี  6) สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ  
 1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  2) ลูกจ้างของรัฐ/พนักงานมหาวิทยาลัย  
 3) พนักงานบริษัทเอกชน  4) นักเรียน/นักศึกษา  
 5) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว  6) เกษตรกรรม  
 7) รับจ้างทั่วไป  8) แม่บ้าน/พ่อบ้าน  
 9) อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. รายได้ต่อเดือน  
 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท  2) 10,001-20,000 บาท  
 3) 20,001-30,000 บาท  4) 30,001-40,000 บาท  
 5) 40,001-50,000 บาท  6) มากกว่า 50,000 บาท

## ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 = เห็นด้วย

3 = ไม่แน่ใจ

2 = ไม่เห็นด้วย

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
<b>ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk)</b>					
1. ท่านกังวลว่าค่าใช้จ่ายจากการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายในด้านอื่น ๆ จะทำให้ค่าใช้จ่ายรวมจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสูงกว่าที่ท่านคาดหวังไว้					
2. ท่านกังวลว่าหากในกรณีที่ท่านต้องการขอเงินคืนจากการทำธุรกรรมทางการเงินที่ผิดพลาด ท่านจะไม่ได้รับการประสานงานจากผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือ					
<b>ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Functional Risk)</b>					
3. ท่านกังวลว่าชุดคำสั่งการทำงานที่จำกัดของเครื่องมือการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจไม่ตอบสนองความต้องการของท่าน					
4. ท่านกังวลว่าท่านจะไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือได้ เนื่องจากความไม่เสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต					
<b>ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk)</b>					
5. ท่านกังวลว่าข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินของท่านอาจโดนล้วงข้อมูลหรือติดไวรัส อันเนื่องมาจากความผิดพลาดด้านความปลอดภัยของระบบ หรือเครื่องมือการทำงานของธนาคารบนมือถือ					
6. ท่านกังวลว่าข้อมูลบัญชีของท่านอาจถูกนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย อันเนื่องมาจากการทำงานที่ผิดพลาดของระบบการทำธุรกรรม เช่น ความผิดพลาดของระบบการแจ้งผลการทำรายการที่ไม่ตรงกับผู้ทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ผู้ที่ได้รับข้อมูลของผู้อื่น อาจนำข้อมูลไปใช้ในทางผิดกฎหมายได้					
<b>ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk)</b>					
7. ท่านกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ					
8. ท่านกังวลว่ากระบวนการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ อาจใช้เวลานานในการยืนยันตัวตนและข้อมูลอื่น ๆ					

การรับรู้ความเสี่ยงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
<b>ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk)</b>					
9. ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านอาจถูกขโมยจากการทำธุรกรรมเนื่องจากความประมาทหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของบุคคลอื่น เช่น ธนาคาร หรือบุคคลที่สาม เป็นต้น					
10. ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านจะถูกเก็บไว้อย่างไม่เหมาะสมซึ่งอาจถูกบุคคลอื่นนำไปใช้ได้ เช่น ผู้ขายสินค้า ธนาคาร หรือผู้ให้บริการอื่น ๆ เป็นต้น					
11. ท่านกังวลว่าอาชญากรคอมพิวเตอร์ที่มีความสามารถสูงในการล้วงข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ (Hacker) จะล้วงข้อมูลส่วนตัวของท่านจากฐานข้อมูลของธนาคารบนมือถือ แล้วนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย					
<b>ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk)</b>					
12. ท่านกังวลว่าเมื่อท่านถูกโกงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ คนรอบข้างของท่าน เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น จะมีความคิดในเชิงลบกับท่าน					
13. ท่านกังวลว่าหากท่านไม่ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ คนรอบข้างของท่าน เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น จะคิดว่าท่านไม่ทันสมัย					
<b>ความเสี่ยงด้านการบริการ (Service Risk)</b>					
14. ท่านกังวลว่าหากท่านสมัครบัญชีสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ท่านจะติดต่อกับธนาคารได้ยากเมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ					
15. ท่านกังวลว่าหากท่านได้ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือแล้ว ท่านจะไม่สามารถติดต่อกับทางธนาคารได้เมื่อท่านต้องการความช่วยเหลือ					
<b>ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychology Risk)</b>					
16. ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกกดดันเมื่อต้องเผชิญกับการสูญเสียในระหว่างการทำธุรกรรม					
17. ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกกระวนกระวายใจ กว่าในการทำธุรกรรมจะสำเร็จ					
18. ท่านกังวลว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือจะทำให้ท่านรู้สึกหงุดหงิด เมื่อไม่สามารถทำธุรกรรมได้ทันเวลา					

### ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 = เห็นด้วย

3 = ไม่แน่ใจ

2 = ไม่เห็นด้วย

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความไว้วางใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
<b>ความสามารถ (Ability)</b>					
1. ธนาคารบนมือถือมีประสิทธิภาพมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน					
2. ธนาคารบนมือถือมีข้อมูลที่จำเป็นมากพอนำไปใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้ประสบความสำเร็จ					
3. ธนาคารบนมือถือเป็นช่องทางที่เหมาะสมสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงิน					
<b>ความหวังดี (Benevolence)</b>					
4. ธนาคารบนมือถือสร้างความสุขสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินแก่ท่าน					
5. หากท่านมีปัญหาจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านมั่นใจว่าผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือจะช่วยเหลือท่านอย่างดีที่สุด					
6. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือสามารถตอบสนองความต้องการของท่าน					
<b>ความซื่อสัตย์ (Integrity)</b>					
7. ธนาคารบนมือถือพยายามดำเนินงานอย่างเต็มที่เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินกับลูกค้า					
8. ท่านมั่นใจว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือมีความโปร่งใส					



#### ส่วนที่ 4 ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องทางขวามือที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน ดังนี้

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 = เห็นด้วย

3 = ไม่แน่ใจ

2 = ไม่เห็นด้วย

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ท่านตั้งใจที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือเมื่อมีโอกาส					
2. มีความเป็นไปได้ที่ท่านจะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือในอนาคตอันใกล้					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นางสาวกษมา จินุกุล

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5810521074

วุฒิการศึกษา

วุฒิ  
บริหารธุรกิจบัณฑิต  
(การเงิน)

ชื่อสถาบัน

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2552

## การเผยแพร่ผลงาน

กษมา จินุกุล และศศิวิมล สุขบท. (2562). *ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้า*. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครั้งที่ 6, 20 กรกฎาคม 2562 ณ หอประชุมประภากรคอนเวนชันฮอลล์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.