

อิทธิพลของความไว้วางใจและประสบการณ์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้าง การตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง

The Mediation Influence of Trust and Experience of Electronic Banking
Services on the Relationship among Subjective Norm Behavioral
Intention and Actual Use

อรสุภา จันทรวงษ์

นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Mrs. Onsupa Chanwong

Graduate Student in Doctor of Philosophy, Program in Management, Faculty of Management
Science, LampangRajabhat University

E-mail: ploylovely59@hotmail.com ; ploylovely14102525@gmail.com

Ph: +084-096-7331

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 4 ธันวาคม 2561

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 8 พฤษภาคม 2562

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 20 พฤษภาคม 2562

ดร. บุญทวารณ วิงวอน

รองศาสตราจารย์ และประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Dr. Boonthawan Wingwon

Associated Professor and Director of Doctor of Philosophy program in Management,
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

E-mail: boonthawan2009@gmail.com

Ph: +081-882-3465

ดร. มนตรี พิริยะกุล

รองศาสตราจารย์ ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Dr. Montree Piriyakul

Associated Professor, Department of Statistics,
Faculty of Science, Ramkhamhaeng University

E-mail: mpiriyakul@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลคนรอบข้าง การตั้งใจใช้บริการ ประสบการณ์ ความไว้วางใจ และการใช้งานจริงของตัวแทนผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือตอนบน (2) เพื่อวิเคราะห์ อิทธิพลของความไว้วางใจ และประสบการณ์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างและการใช้งานจริงโดยผ่านการตั้งใจใช้บริการ และ (3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลคนรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงโดยผ่านการตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือตอนบนจำนวน 500 คน โดยทำการศึกษาใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติพรรณนาวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อถือได้ วิเคราะห์สถิติอนุมานวิเคราะห์สมการโครงสร้าง และอิทธิพลตัวแปรกำกับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูปและใช้แบบสอบถามปลายเปิดและการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบ สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่าการวิเคราะห์สมการโครงสร้างและวิเคราะห์อิทธิพลตัวแปรกำกับ พบว่า ประสบการณ์ที่ กำกับเส้นทางมีอิทธิพลทางลบต่อคนรอบข้าง และมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ สามารถนำเสนอได้ว่า ถ้าตัวแทน ผู้ใช้บริการมีประสบการณ์มากและบุคคลรอบข้างก็ยังคงต้องการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าจะมีประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจมาก่อนก็ตามแต่ก็ยังใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อยู่ ดังนั้น เมื่อมีความไว้วางใจ มากจะมีความตั้งใจใช้งานมากเช่นกันส่งผลให้ตัวแทนผู้ใช้บริการมีการใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดสังคมไร้เงินสด เกิดความสะดวก รวดเร็วต้นทุนต่ำ มีความปลอดภัยต่อ ผู้ใช้บริการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถตรวจสอบธุรกรรมทางการเงินได้ ส่งผลทำให้รัฐบาลสามารถเรียกเก็บภาษีได้ถูกต้อง ครบถ้วนและมีประสิทธิภาพมากทำให้ประเทศชาติเกิดการพัฒนาต่อไป

คำสำคัญ: ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์, อิทธิพลคนรอบข้าง, การตั้งใจใช้บริการ, การใช้งานจริง

Abstract

The objectives of this research were to: (1) examine the influence of subjective norms, behavioral intention, experience, trust and the actual use of users in electronic banking services in the upper-northern part of Thailand; (2) analyze the impact of trust and experience of using users in electronic banking services relative to the influence of subjective norms, behavioral intention and actual use; (3) and to analyze the impact of subjective norms and the influence of actual use through the behavioral intention of users in electronic banking services in the upper-northern part of Thailand. The research participants comprised 500 users of electronic banking services in 8 provinces in the upper-northern part of Thailand. A questionnaire was used to collect data, which were then analyzed using percentage, averages, standard deviation, and reliability through the use of Structural Equation Model: SEM and the analysis of variables was conducted using computer package program. Open-ended questionnaires and systematic content analysis were used to gain qualitative data.

The result showed that an analysis of the structural equation model (SEM) and directed variables showed that the experience of using electronic banking services had a negative impact on the influence of subjective norms and the behavioral intention. It was shown that if users had more experience in using electronic banking services, and their family members and peer groups

encountered negative experiences with online-banking, they would continue to use electronic banking services. Once users had greater levels of trust and behavioral intention, they would use more electronic banking services. Technological advances caused the cashless society, the customers get fast service and they are convenient to receive the lower costs. The stakeholders can check financial transactions. The government is able to collect taxes accurately and more completely, resulting in the country's development.

Keywords: Electronic Banking Services, Subjective Norm, Behavioral Intention, Actual Use

บทนำ

การทำธุรกรรมผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นที่ยอมรับในระดับเวทีการค้าโลก โดยพบว่า มีอัตราส่วนการเข้ามาใช้บริการที่เจริญเติบโตในอัตราสูง และจากข้อมูลการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์โลก พบว่า มีมูลค่าสูงถึง 12,837 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วถึงร้อยละ 93.4 และจากกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาเป็นร้อยละ 6.6 โดยในส่วนของกลุ่มประเทศกำลังพัฒนานี้ อัตราการเติบโตที่สูงที่สุดจะมาจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตของการทำธุรกรรมผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเครือข่ายและเทคโนโลยี สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ลูกค้าและธุรกิจ สภาพแวดล้อมด้านนโยบายและกฎหมาย และปัจจัยสนับสนุนอื่นๆ โดยจะพบว่าประเทศที่พัฒนาแล้วมีความพร้อมด้านอิเล็กทรอนิกส์สูงกว่าประเทศที่กำลังพัฒนา (Forrester, 2017) เนื่องจาก ผู้ซื้ออาจเกิดความไม่มั่นใจเรื่องการเก็บรักษาความลับทางธุรกิจ ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ความไม่มั่นใจว่าจะมีผู้นำหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้ประโยชน์ในทางที่ไม่ชอบหรือไม่ รวมถึงผู้ขายไม่มั่นใจว่าลูกค้ามีตัวตนอยู่จริงว่าจะเป็นบุคคลเดียวกับที่แจ้งสั่งซื้อสินค้าหรือไม่ หรือมีความสามารถในการที่จะจ่ายสินค้าและบริการหรือไม่ (United Nation Conference on Trade and Development, 2018)

ด้วยการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีรวมถึงความสะดวกรวดเร็วและประโยชน์จากการใช้งานของอินเทอร์เน็ต ทำให้ความนิยมในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในแต่ละภูมิภาคของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2561 พบว่า มีผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นมากกว่า 7,519 ล้านคน โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย พบว่า มีผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 4,148 ล้านคน เป็นสัดส่วนร้อยละ 55.2 ของโลก ส่งผลให้อัตราการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของประชากรในภูมิภาคทวีปเอเชีย อยู่ที่ร้อยละ 49.7 และคาดการณ์ยังมีโอกาสในการเจริญเติบโตอีกมาก และจากการคาดการณ์ของสมาคมตลาดดิจิทัลในเอเชีย สรุปว่าภายในปี พ.ศ.2562 จะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในทวีปเอเชียเพิ่มขึ้น อีก 700 ล้านคน (Internet World Stat Online, 2017)

ประเทศไทยได้มีนโยบายในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาเป็นกลไกหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ภายใต้โมเดล 4.0 ที่ได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านกลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีรวมถึงอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาด้านเทคโนโลยี ได้แก่ เทคโนโลยีด้านการเงิน อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน เทคโนโลยีตลาดดิจิทัลและธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Division of Research Administration and Educational Quality Assurance, 2016) เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนรวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสามารถนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจหรือหน่วยงานของตนเอง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนการลดต้นทุนของกิจการเพิ่มปริมาณและมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศได้

ด้วยความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี และการเปิดรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ รวมถึงความเชื่อมโยงและความซับซ้อนของระบบเศรษฐกิจเป็นปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อพัฒนาการของระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์

ซึ่งการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นการโอนสิทธิการถือครองเงิน หรือการโอนสิทธิการถอนเงินหรือหักเงิน จากบัญชีเงินฝากของผู้ใช้บริการที่เปิดไว้กับผู้ให้บริการด้วยวิธีทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมดหรือบางส่วน (ตามมาตรา 3 แห่งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2551) เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ลดระยะเวลา ลดต้นทุน ตลอดจนลดความเสี่ยงในการดำเนินการได้ ทั้งนี้ ช่องทางการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางใหม่ อันเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านอินเทอร์เน็ตและเครื่องมือสื่อสาร ได้แก่ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่จะให้ผู้ให้บริการได้รับความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น (Office of the Electronic Transactions Commission, 2014)

การให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นบริการที่ถูกสร้างขึ้นบนระบบเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านธุรกิจซึ่งช่วยทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจโดยการนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการให้บริการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการชำระเงินออนไลน์ การให้บริการตลาดนัดแรงงาน การให้บริการด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว การให้บริการการติดต่อสื่อสาร และการให้ด้านการศึกษา ซึ่งการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตของประชากรในสังคมไทยปัจจุบันนั้น พบว่า จะเป็นการให้บริการทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ธนาคารพาณิชย์เปิดให้บริการเกี่ยวกับดำเนินธุรกรรมทางการเงินไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน การตรวจสอบยอดคงเหลือของรายได้ การตรวจสอบรายงานทางการเงิน การลงทุนทางการเงิน การซื้อพันธบัตรและการยื่นขอเอกสารสินเชื่อ (Kaur,2016)

ปัจจุบันการให้บริการธุรกรรมทางการเงินโดยการใช้นวัตกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นแนวทางในการให้บริการของธนาคารสำหรับประชาชน และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งทางธนาคารได้จัดให้มีการให้บริการเพิ่มจากการทำธุรกรรมที่มีอยู่แต่เดิมเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ประชาชนได้เลือกใช้ และได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น เรียกว่า การให้บริการธุรกรรมทางการเงินระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) เป็นระบบที่ใช้เลขประจำตัวประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์มือถือของผู้รับเงินแทนได้ ทำให้สะดวก และง่ายต่อการจดจำจากเดิมที่ต้องรู้เลขที่บัญชีเงินฝากธนาคารจึงจะโอนเงินให้ได้ ระบบพร้อมเพย์จึงเป็นบริการทางเลือกให้กับประชาชน โดยทุกคนไม่จำเป็นต้องมาลงทะเบียน แต่ผู้ที่มีการโอนเงินรับเงินบ่อย ๆ ควรมาลงทะเบียนใช้พร้อมเพย์ เพราะจะได้รับประโยชน์จากค่าธรรมเนียมที่ถูกลงมา (Bank of Thailand, 2015) และการทำธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองในปัจจุบัน ทั้งนี้องค์กรทางธุรกิจที่ได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อ การสื่อสาร คือ ธุรกิจธนาคาร เนื่องจาก ในปัจจุบันธนาคารมีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้น และมีความรุนแรงในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง (Nurittamont & Charoenkitthanalap, 2018).

ถึงแม้ว่าการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในหลายแนวทางจะเป็นการใช้บริการพื้นฐานของประชาชนในยุคปัจจุบันนี้แต่ยังคงพบว่าผู้ใช้บริการต้องประสบความเสี่ยงในกลวิธีการหลอกลวงแบบต่าง ๆ ของการใช้บริการ เนื่องจาก เมื่อสะดวกสบายมากเท่าไร ความปลอดภัยในการใช้งานก็ยิ่งน้อยลงไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เป็กลุ่มแฮกเกอร์ หรือผู้ที่สอดเฒานาที่ไม่ดี (การโจรกรรม) หรือกลุ่มที่ปลอมแปลงมัลแวร์หรือผู้ที่เป็นสกินเมอร์ (Skimmer) โดยความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อาจเกิดขึ้นกับการทำธุรกรรมทางผ่านอินเทอร์เน็ตได้ในหลายรูปแบบซึ่งเป็นการคุกคามความปลอดภัยต่อการทำธุรกรรมและก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใช้บริการและท้ายที่สุดทำให้ผู้ใช้บริการลดความไว้วางใจ (Khandare, 2013)

จากสถานการณ์ของผู้ใช้บริการที่ต้องประสบกับความเสี่ยงจากการใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์นั้น พบว่า มีความเสี่ยงที่เป็นปัญหาจากการใช้บริการที่ผู้ใช้บริการต้องพบเจอ ได้แก่ (1) การถูกแอบอ้างใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์หลังจากการใช้งานหากลึ้มออกจากระบบหรือบอกรหัสผ่านเลขบัญชีการทำธุรกรรมต่าง ๆ แก่บุคคลรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการ แต่บุคคลรอบข้างนั้น มีการสวมรอยหรือแอบอ้างการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินได้ (2) การกระทำผ่านทาง e-Mail โดยการปลอมแปลงลักษณะของ e-Mail ที่ส่งมาโดยธนาคาร

ซึ่งมักมีเครื่องหมายการค้า สี และรูปแบบเหมือนกับถูกส่งมาจากบริษัทดังกล่าวจริง โดยเนื้อหาของ e-Mail จะเป็นการบอกให้ผู้ใช้บริการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งที่พบได้มากคือ การล่อลวงให้คลิกลิงค์ที่อยู่ใน e-Mail เพื่อทำการกรอกข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ (3) สร้างเว็บไซต์เลียนแบบซึ่งมักจะเป็นกลวิธีที่ถูกใช้กับเว็บไซต์ทางการเงิน เช่น ธนาคารอินเทอร์เน็ต เพราะ ในเว็บไซต์เหล่านี้เป็นช่องทางที่นำไปสู่บัญชีที่เก็บเงินของลูกค้าได้ดีที่สุด ซึ่งเมื่อได้ทราบข้อมูลรหัสประจำตัวและรหัสผ่านของผู้ใช้บริการครบแล้ว ก็จะนำข้อมูลดังกล่าวไปทำธุรกรรมทางการเงิน (4) การแอบอ้างเป็นพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของธนาคารแล้วทำการติดต่อลูกค้าโดยแจ้งให้ลูกค้าทำการโอนเงินทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไปยังบัญชีปลายทางซึ่งถูกเปิดเอาไว้โดยกลุ่มบุคคลทุจริต หรือบางครั้งอาจใช้วิธีล่อลวงถามข้อมูลส่วนตัวซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อการทุจริตในภายหลัง (Vayansky & Kumar, 2018).

สำหรับมุมมองของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีความเสี่ยงเกิดขึ้นกับการทำธุรกรรมทางผ่านอินเทอร์เน็ตได้ในหลายรูปแบบถือเป็นการคุกคามความปลอดภัยต่อการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกิดขึ้นเป็นประจำมากที่สุดและก่อให้เกิดความเสียหายมากที่สุด และท้ายที่สุดทำให้ผู้ใช้บริการลดความไว้วางใจ ได้แก่ (1) ขาดความเชื่อมั่นในระบบรักษาความปลอดภัยของธนาคารพาณิชย์ที่ยังมีไม่เพียงพอ (2) ขาดความเชื่อมั่นในระบบการบันทึกข้อมูลการทำรายการของการทำธุรกรรมที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถตรวจสอบได้ (3) เกิดความไม่ไว้วางใจเมื่อมีพนักงานจากธนาคารโทรศัพท์เข้ามาสอบถามข้อมูลส่วนตัว ว่าจะจะเป็นพนักงานจากธนาคารจริง หรือเป็นมิจฉาชีพ (4) มีประสบการณ์การเกิดความเสียหายของข้อมูลส่วนบุคคลจากการถูกเปิดเผยข้อมูลโดยผู้ใช้บริการไม่ได้อนุญาตให้มีการเปิดเผยข้อมูล (Subcommittee on Propagation of Knowledge and Promotion Project for Electronic Transaction, 2016)

จากสถานการณ์การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์และการประสบกับความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้น พบว่า มักมีสาเหตุมาจากอิทธิพลของพฤติกรรมครอบงำของผู้ใช้บริการที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะเลือกใช้รูปแบบการให้บริการทางการเงินผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Goh, Ho & Jiang, 2015; Chuchuen, 2016) ซึ่งการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ยังส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการ (Dwivedi, Rana, Jeyaraj, Clement & Williams, 2017) และทำให้ผู้ใช้บริการเลือกนำรูปแบบการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มาใช้งานจริงและอย่างต่อเนื่องในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Marakarkandy, Yajnik & Dasgupta, 2016; Altin, Kaya & Ozlu, 2017) แต่จากความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อาจส่งผลต่อการตัดสินใจและการตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเองที่จะส่งผลให้ตัดสินใจและการตั้งใจเลือกใช้บริการมาก เลือกใช้บริการบางครั้ง หรือไม่เลือกใช้บริการ (Harsono & Suryana, 2014) ทั้งนี้การตัดสินใจและการตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการไม่ว่าจะอยู่ในระดับใดก็ตาม มักจะมีความไว้วางใจเข้ามาเป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดการตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และนำไปสู่การนำมาใช้งานจริงและต่อเนื่องในการดำเนินชีวิตประจำวัน หรือการประกอบธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน (Bada & Karupiah, 2014)

ดังนั้น จากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ถือเป็นระบบและกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลให้การดำเนินธุรกิจทั้งทางภาครัฐและเอกชนเกิดความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดเวลา แต่อาจต้องประสบกับปัญหาที่เกิดจากความเสียหายในใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างความไม่ปลอดภัยในการใช้บริการแต่ความต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านทางระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง เพราะ มีความสะดวก รวดเร็ว และลดต้นทุนในการบริหารจัดการเงินสด (Kraljic & Pestek, 2016) จึงทำให้สถาบันทางการเงินรวมถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ควรหาปัจจัยที่จะมาเป็นแนวทางเพื่อช่วยรักษาระดับ การตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานจริง ไม่ว่าจะเป็น การเลือกใช้อิทธิพลของครอบงำที่อาจมีข้อมูลที่ส่งผลให้เกิดการตั้งใจใช้

บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และจะนำไปสู่การทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับเทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานจริงในที่สุด นอกจากนั้นจะต้องคำนึงปัจจัยในเรื่องประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์เชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงการแสดงออกซึ่งความไว้วางใจต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นข้อมูลในการกำกับว่าจะมีส่วนทำให้ผู้ใช้บริการเลือกตัดสินใจและมีความตั้งใจที่จะนำรูปแบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานจริง ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการวิจัยในครั้งนี้ เรื่อง อิทธิพลของความไว้วางใจและประสบการณ์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลครอบงำ การตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง โดยเลือกศึกษาในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัด ในเขตภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความเติบโตในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้นตามสถิติทางการเงินและการธนาคารของภาคเหนือ (Bank of Thailand, 2019)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลครอบงำ การตั้งใจใช้บริการ ประสบการณ์ ความไว้วางใจ และการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจ และประสบการณ์การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลครอบงำ และการใช้งานจริงโดยผ่านการตั้งใจใช้บริการ
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลครอบงำที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงโดยผ่านการตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือตอนบน

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ
 - 1.1 นักวิจัยหรือนักวิชาการมีการศึกษาตามทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี เพื่อเป็นข้อมูลนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ที่ผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 1.2 นักวิจัยหรือนักวิชาการสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาองค์ความรู้ตลอดจนสร้างนำไปเป็นองค์ความรู้ใหม่ในด้านการพัฒนาผลการดำเนินงานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดประโยชน์และประสิทธิภาพต่อผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือตอนบน
2. ข้อเสนอแนะเชิงการประยุกต์ใช้ในการจัดการ
 - 2.1. นักวิจัยหรือนักวิชาการ รวมถึงผู้ประกอบการทุกภาคส่วน สามารถนำความรู้จากงานวิจัยไปนำเสนอและแลกเปลี่ยนในเวทีสัมมนาวิชาการระดับชาติหรือนานาชาติด้านการดำเนินงานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันไม่ว่าจะเป็นในประเด็นที่เป็นการส่งเสริมให้มีการใช้บริการรวมถึงประเด็นที่ควรได้รับการแก้ไขปัญหาซึ่งเป็นปัญหาความเสี่ยงที่อาจเกิดจากการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
 - 2.2. นักวิจัยหรือนักวิชาการ รวมถึงผู้ประกอบการทุกภาคส่วน สามารถนำผลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับแผนการดำเนินงานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยเน้นให้ความสำคัญในการเสริมสร้างสมรรถนะการให้บริการรวมถึงศักยภาพทางด้านความปลอดภัยในการให้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจต่อระบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น อันจะส่งผลให้การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้ใช้บริการเกิดประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานของรัฐบาลหรือสำนักงานใหญ่ของธนาคารตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจในการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเกี่ยวกับการเปิดให้มีการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการพร้อมทั้งมีการกำหนดมาตรการ ด้านความปลอดภัยเกี่ยวกับการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถคุ้มครองผู้ใช้บริการให้ได้รับ ความปลอดภัยอย่างสูงสุด รวมถึงการกำหนดแนวทาง ในการสร้างความไว้วางใจให้เพิ่มมากขึ้น แก่ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งอาจจะประสบปัญหาหรือมีความเสี่ยงจากการใช้บริการที่เกิดขึ้น จากการดำเนินธุรกรรมผ่านทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ แต่ก็ยังคงมีการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในชีวิตประจำวันต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดได้ดังนี้

อิทธิพลคนรอบข้าง (Subjective Norm)

อิทธิพลคนรอบข้าง คือ การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่ากลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลได้ให้ ความคาดหวังหรือเชื่อว่าแต่ละบุคคลควรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับอิทธิพลคนรอบข้าง ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด (Venkatesh, Morris, Davis & Davis, 2003) คือ (1) บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม (TRA TPB TAM/TAM2 และC-TAM-TPB) นำมาใช้วัดระดับ ความสมควรกระทำหรือไม่สมควรกระทำ และ (2) ปัจจัยทางสังคม (MPCU) ใช้วัดระดับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างาน

อิทธิพลคนรอบข้าง มีที่มาจากการวิจัยของ Malhotra and Galletta (1999) ที่ทำการศึกษแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งก็คือ อิทธิพลคนรอบข้างเข้าไปในแบบจำลอง โดยอ้างอิงจากการศึกษาของ Curran and Lennon (2011) ได้ให้ความหมายของอิทธิพลคนรอบข้างว่าเป็นแรงกดดัน จากสังคม 3 ด้าน คือ

- 1) แรงกดดันจากคู่แข่ง เนื่องจาก เหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคตัดสินใจยอมรับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินธนาคารพาณิชย์เพราะ การแข่งขันในสวัสดิการของการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารพาณิชย์
- 2) แรงกดดันจากรัฐบาล ในมตินโยบายและการสนับสนุนจากรัฐบาล และ
- 3) แรงกดดันจากแนวโน้มทางการตลาดของกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกซึ่งถึงในมิติของอิทธิพลของลูกค้า Lemon, Roberts, Raghbir and Winer (2011) ให้ความหมายอิทธิพลคนรอบข้างว่าหมายถึง การรับรองหรือไม่รับรองบุคคลอื่นเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจที่จะยอมรับและใช้สินค้าและบริการ รวมถึงระดับการรับรู้ของปัจเจกบุคคลว่าคนที่มีความสำคัญกับพวกเขาเชื่อว่าพวกเขาจะใช้การให้บริการธุรกรรมทางการเงินเป้าหมาย

การใช้งานจริง (Actual Use)

การใช้งานจริงนั้น เป็นการใช้เทคโนโลยีจริงซึ่งเป็นผลต่อเนื่องมาจากความตั้งใจที่จะใช้ที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริง ซึ่งเกิดจากศึกษาถึงหลักการของทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เสนอโดย Davis (1989) ซึ่งจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับเทคโนโลยีสารสนเทศ การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งจะมีผลไปสู่การนำเทคโนโลยีมาใช้งานจริงต่อไป (Chaweesook & Wongchaturaphat 2012)

การใช้งานจริง มีนิยามความหมาย โดย Yadav, Chauhan and Pathak (2015) ให้ความหมายว่าเป็นการใช้งานจริงเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบที่ใช้บ่อยที่สุด ความถี่ในการใช้ต่อวัน ช่วงเวลาที่ใช้ ระยะเวลาที่ใช้ต่อวัน ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด คุณสมบัติที่ชอบมากที่สุด และแหล่งหรือสื่อที่ทำให้สนใจที่จะใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์

การตั้งใจใช้บริการ (Behavioral Intention)

การตั้งใจใช้บริการ เป็นปัจจัยหนึ่งในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (The theory of planned behavior : TPB) เสนอโดย Ajzen (1991) ซึ่งทฤษฎีนี้มีหลักการที่เห็นว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ (Human behavior) จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude towards the behavior) บรรทัดฐานของบุคคลเกี่ยวกับพฤติกรรม (Subjective norm about the behavior) และการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ (Perceived behavioral control of the behavior) โดยการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมนี้ยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมด้วยเช่นกัน

ประสบการณ์ (Experience)

ประสบการณ์ ในภาษาอังกฤษนั้นโดยทั่วไปจะอธิบายทุกสิ่งตั้งแต่ละบุคคลเคยผ่านมาก่อน (Jennings, Lee, Ayling, Lunny, Cater & Ollenburg, 2009; Larsen, 2007) หรือในมุมมองทางสังคมวิทยาและจิตวิทยานั้น คำว่าประสบการณ์ คือ สิ่งที่ต้องจับต้องได้ และสัมผัสได้จากความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคนความรู้ และทักษะได้มาจากการมีส่วนร่วม หรือสัมผัสกับเหตุการณ์ที่เฉพาะเจาะจง รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นระหว่างประสบการณ์นั้น และยังหมายรวมถึงทางด้านประสบการณ์ที่มีต่อทางการตลาดนั้น คือ การที่บุคคลเกิดความรู้สึกด้านอารมณ์จากการบริโภคสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ องค์ประกอบของประสบการณ์ในมิติด้านประสบการณ์ของผู้ใช้บริการมี 6 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านประสาทสัมผัส 2) องค์ประกอบด้านอารมณ์ 3) องค์ประกอบด้านความรู้และความเข้าใจ 4) องค์ประกอบด้านการปฏิบัติ 5) องค์ประกอบด้านการใช้ชีวิต 6) องค์ประกอบด้านความสัมพันธ์ (Gentile, Spiller & Noci, 2007)

ความไว้วางใจ (Trust)

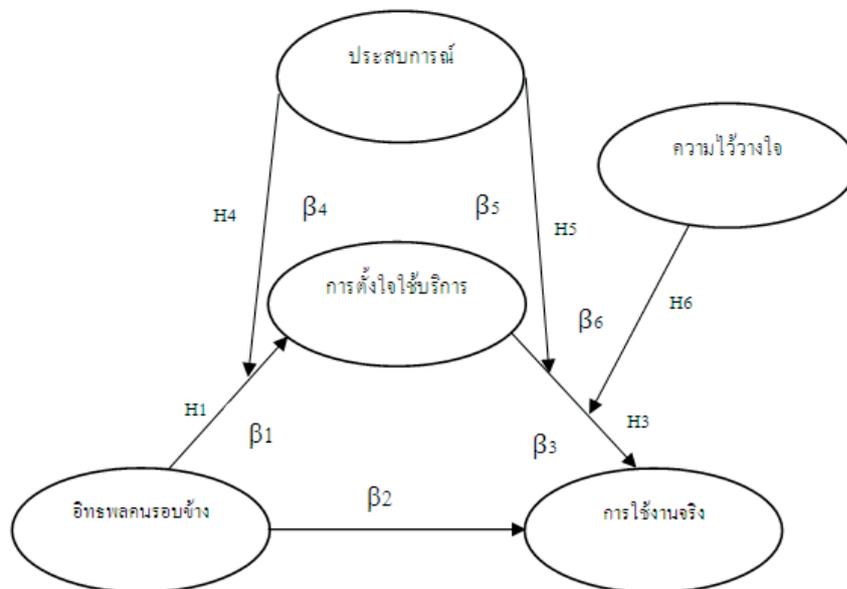
ความไว้วางใจ นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญมากในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารพาณิชย์ เพราะ อาจเกิดความผิดพลาดหรือความไม่แน่นอนของปัจจัยรอบ ๆ ที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น การขาดความเป็นส่วนตัวที่อาจควบคุมดูแลไม่รอบคอบจนมีผลให้ผู้อื่นรู้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานกลายเป็นความไม่ไว้วางใจ ซึ่งความไม่ไว้วางใจนี้เองที่จะนำไปสู่ผลทางลบของความตั้งใจซื้อซ้ำและเกิดการกล่าวถึงในทางร้ายตามมา และหากไม่มีกฎระเบียบที่เข้มงวดในการทำธุรกรรมก็จะยิ่งส่งผลทางลบสู่ความตั้งใจซื้อซ้ำมากขึ้น ความไว้วางใจเกิดจากการได้เริ่มลองทำธุรกรรมเมื่อครั้งเคยก็จะเริ่มไว้วางใจ และการทำธุรกรรมอื่นก็จะตามมา หากยังไม่ลองทำธุรกรรมก็จะยังไม่ค่อยเคยและยังคงไม่ไว้วางใจอยู่อย่างนั้น ความไม่ไว้วางใจจึงถือเป็นอุปสรรคสำคัญของการทำธุรกรรมกับธนาคารพาณิชย์ (Gefen, Karahanna & Detmar, 2003)

ความไว้วางใจเป็นความประสงค์ที่จะเสี่ยงเข้ารับบริการ แสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจเกี่ยวข้องกับ ความเมตตาปราณี (benevolent) ความซื่อสัตย์ (integrity) ความสามารถในการสร้างความผูกพัน และความสามารถ คาดหมายถึงผลที่เกิดจากการเกี่ยวข้องกับผู้ชาย (predictability) (Pavlou, 2003) ความไว้วางใจจึงเป็นปัจจัย ในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพราะมีผลให้ต้นทุนการทำธุรกรรมลดลง ความไม่แน่นอนถูกจำกัดถ้าได้มีการลดความเสี่ยง ในการทำธุรกรรมลง

ความไว้วางใจยังเกี่ยวข้องกับความตั้งใจเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ มีบทบาทมากทั้งในการค้าแบบเดิม (brick and mortar) และในการค้าแบบออนไลน์ ช่วยให้ผู้ใช้ไม่ต้องทำความรู้จักทำความเข้าใจ สอดส่องติดตามและควบคุมสถานการณ์ ทำให้การทำธุรกรรมง่ายขึ้น ลดแรงงานในการเฝ้าระวังการทำธุรกรรม ลดการเสียเวลาตรวจสอบรายละเอียดหากขาดความไว้วางใจลูกค้าจะต้องเฝ้าระวังการทำธุรกรรม ต้องเสียความพยายามไปอย่างมากในการกิจเฝ้าระวัง กล่าวได้ว่า ความไว้วางใจยิ่งมากจะยิ่งลดต้นทุนธุรกรรมเวลา และความพยายามลดลง (Pavlou, 2003; Chircu & Kauffman, 2000)

ดังนั้น จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยสรุปเป็นกรอบแนวคิด แสดงในภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

- H1: อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
- H2: อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
- H3: การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
- H4: ประสพการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
- H5: ประสพการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
- H6: ความไว้วางใจมีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด จำนวนทั้งสิ้น 1,326,094 คน คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำพูน จังหวัด

ลำปาง จังหวัดแพร่ และจังหวัดน่าน (Bank of Thailand, 2019) การวิจัยนี้เป็น การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร และใช้สมการโครงสร้าง

คณะผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ตัวอย่าง ตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992, p. 182) ซึ่งแนะนำว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 ตัวอย่าง เป็นจำนวนที่ได้ค่าความเชื่อมั่นในระดับดีมาก ทั้งนี้ คณะผู้วิจัย กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของชั้นภูมิ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือ ตอนบน 8 จังหวัด ดังนี้ ลำดับที่ (1) จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวนผู้ให้บริการ 129,687 คน สัดส่วนร้อยละ 9.78 ขนาดตัวอย่าง 49 คน (2) จังหวัดลำพูน จำนวนผู้ให้บริการ 141,370 คน สัดส่วนร้อยละ 10.66 ขนาดตัวอย่าง 53 คน (3) จังหวัดน่าน จำนวนผู้ให้บริการ 134,119 คน สัดส่วนร้อยละ 10.11 ขนาดตัวอย่าง 51 คน (4) จังหวัดพะเยา จำนวนผู้ให้บริการ 138,384 คน สัดส่วนร้อยละ 10.44 ขนาดตัวอย่าง 52 คน (5) จังหวัดแพร่ จำนวนผู้ให้บริการ 138,362 คน สัดส่วนร้อยละ 10.43 ขนาดตัวอย่าง 52 คน (6) จังหวัดลำปาง ผู้ให้บริการ 153,594 คน สัดส่วนร้อยละ 11.58 ขนาดตัวอย่าง 58 คน (7) จังหวัดเชียงราย จำนวนผู้ให้บริการ 179,490 คน สัดส่วนร้อยละ 13.54 ขนาดตัวอย่าง 68 คน และ (8) จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนผู้ให้บริการ 311,088 คน สัดส่วนร้อยละ 23.46 ขนาดตัวอย่าง 117 คน

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งเครื่องมือการวิจัยเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามที่พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Venkatesh et al, 2003; Chaweessook & Wongchaturaphat, 2012; Ajzen, 1991; Jennings et al , 2009; Pavlou, 2003) โดยมีลักษณะคำถาม 2 ตอน คือ 1)ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ระยะเวลาการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ วัตถุประสงค์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์และธนาคารที่เลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ 2) วิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจ และประสบการณ์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลครอบครัว และการใช้งานจริงโดยผ่านการตั้งใจใช้บริการโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) จำนวน 7 ระดับ (1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 7 หมายถึงมากที่สุด) (Likert, 1970) และเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดและดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเชิงปริมาณด้วยความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (convergent validity) โดยตัวชี้วัดทุกตัวมีค่าน้ำหนัก (Loading) ระหว่าง 0.749 – 0.895 เครื่องหมายบวก และ มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และมีค่าความเชื่อถือ (Composite Reliability) สูง ระหว่าง 0.886 – 0.940 และมีค่าความผันแปร (Average Variance Extract) ระหว่าง 0.635 – 0.771 แสดงให้เห็นว่า ตัวชี้วัดในแต่ละตัวสามารถชี้วัดตัวแปรแฝงในแต่ละตัวของตนได้ดีเท่าเทียมกัน และมีความเที่ยงตรงได้สูง และความเชื่อถือของมาตรวัด (composite reliability) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) โดยตัวชี้วัดทุกตัวมีค่าความเชื่อถือ (Composite Reliability) มีค่าระหว่าง 0.912-0.953 มีค่าสูงกว่า 0.60 ทุกค่าแสดงว่ามาตรวัดมีความเชื่อถือได้สูง และมีค่าความผันแปร (Average Variance Extract) มีค่าระหว่าง 0.635-0.771 แสดงว่าตัวแปรสามารถสะท้อนพฤติกรรมผู้ชี้วัดและวัดเรื่องราวในหมวดของตนได้ และตัวแบบมีค่าR-Squared(R²) ระหว่าง 0.252-0.685 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.20 ทุกค่าแสดงว่าสมการโครงสร้างมีความเชื่อมั่นสูง

การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (validity) โดยนำแบบสอบถามที่พัฒนามาจากมาตรวัดตัวแปรจำนวน 5 ด้าน คือ

- 1) ด้านอิทธิพลครอบครัว พัฒนามาจากมาตรวัดของ Lee (2009); Abadi, Ranjbarian and Zade (2012)
- 2) ด้านการใช้งานจริง พัฒนามาจากมาตรวัดของ Kaushik, Agrawal and Rahman (2015); Yadav et al (2015)

3) ด้านการตั้งใจใช้บริการ พัฒนามาจากมาตรวัดของ Joo, Joung, Shin, Lim and Choi (2014); Attuquayefio, Achampong and Aryeetey (2014)

4) ด้านประสพการณ์ พัฒนามาจากมาตรวัดของ Lee, Kim and Song (2010); Alshehri, Drew and Ghamdi (2012)

5) ด้านความไว้วางใจ พัฒนามาจากมาตรวัดของ Bada and Karupiah (2014); Chiu, Bool and Chiu (2017) โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหาจำนวน 5 ด้าน โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.954 และใช้การทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) โดยทดลองใช้แบบสอบถามจำนวน 50 ชุดกับผู้ใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในจังหวัดลำปาง ที่ไม่ได้นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cranach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น โดยรวมทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.966 และค่าความเชื่อมั่นรายด้าน พบว่า ด้านอิทธิพลคนรอบข้าง มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.885 ด้านการตั้งใจใช้บริการ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.918 ด้านการใช้งานจริง มีความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.940 ด้านประสพการณ์ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.918 และด้านความไว้วางใจ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.922 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978)

การตรวจสอบเครื่องมือเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลด้วยการตรวจสอบ ดังนี้

1. แบบสามเส้า (triangulation) (Denzin, 1978) ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบสามเส้า ด้านข้อมูล โดยนำข้อมูลทั้งในรูปแบบเอกสารและผลการสัมภาษณ์ที่บันทึกเก็บรวบรวมมาได้จากแหล่งต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านเวลา สถานที่และจากตัวบุคคล หลังจากนั้นมาสรุปรวมและเปรียบเทียบความสอดคล้อง รวมทั้งเพิ่มเติมประเด็นที่สำคัญให้มีเนื้อหาสาระที่สมบูรณ์และครอบคลุมประเด็นวิเคราะห์ที่กำหนด 2) การตรวจสอบสามเส้า ด้านคณะผู้วิจัยโดยการเปลี่ยนตัวผู้สัมภาษณ์หากมีสถานการณ์วิกฤตหรือไม่ได้รับความร่วมมือ 3) การตรวจสอบสามเส้า ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล กล่าวคือ จัดให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มาจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยวิธีการวิเคราะห์ เอกสาร หรือใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับ การสอบถาม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแล้วนำผลการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบซึ่งกันและกัน เพื่อให้เชื่อมั่นได้ว่า การรายงานผลของงานวิจัยมีข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ที่มีความครอบคลุมเพียงพอในการพรรณนาวิเคราะห์ และอธิบายเพื่อสรุปผลการศึกษา

2. การตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงในการสรุปและตีความข้อมูลคณะผู้วิจัยจะดำเนินการ โดยประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาเอกสาร และการจดบันทึกผลการสัมภาษณ์มาเขียนอธิบายสถานการณ์อย่างเป็นรูปธรรม พร้อมทั้งจัดทำข้อสรุปผลการศึกษา และนำข้อมูลที่ได้จากการตีความนี้ไปทำการสอบถามแหล่งข้อมูลอีกครั้งหนึ่งในระหว่างการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ทั้งนี้เพื่อยืนยัน ความถูกต้องของผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการศึกษา

3. การตรวจสอบความถูกต้อง เที่ยงตรงตามกรอบแนวคิดทฤษฎี โดยพยายามรวบรวมข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับตัวชี้วัดต่าง ๆ อย่างสมบูรณ์ครบถ้วนทั้งในส่วนของประเด็นวิเคราะห์และข้อมูลความคิดเห็น ที่ได้จากแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ที่มีลักษณะเป็นข้อโต้แย้งหรือไม่ลงรอยกับคำอธิบายภายใต้กรอบ การวิเคราะห์ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลและนำไปสู่การปรับปรุงข้อสรุป คำอธิบายเกี่ยวกับผลการวิจัยให้มีความชัดเจนมากขึ้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับผู้ใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด 500 ราย ตามวิธีของ Comrey and Lee (1992) คือ $n = 500$ ซึ่งมีผลทำให้ได้ความเชื่อถือได้ในระดับดีมากและสอดคล้องกับเวลาและงบประมาณที่ใช้ในงานวิจัย โดยหน่วยวิเคราะห์ คือ ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งสิ้นจำนวน 500 คน เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว คณะผู้วิจัยได้จัดสรรขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนของชั้นภูมิ (Proportional

Stratified Random Sampling) ในจำนวน 8 จังหวัด ภาคเหนือตอนบน โดยกำหนดช่องทางการตอบแบบสอบถาม และส่งคืนแบบสอบถามทางออนไลน์ที่ได้มีการสร้างการจัดเก็บไว้ในระบบเก็บข้อมูลทางกูเกิลไดรฟ์ (Google Drive) โดยใช้ระยะเวลา 2 เดือน คือเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2561 ซึ่งคณะผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 500 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 หลังจากนั้นได้นำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยดำเนินการ สัมภาษณ์กับบุคคลที่เป็นผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ในการให้ข้อมูลในเขตภาคเหนือตอนบน โดยใช้การเลือก ตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกกลุ่มผู้มาใช้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่มี ประสบการณ์ตรงในการใช้บริการทางธุรกรรมของธนาคาร จำนวน 8 จังหวัด จังหวัดละ 4 คน รวมทั้งสิ้น 32 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบไปด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์สถิติอนุกรมวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) และอิทธิพลตัวแปรกำกับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสอบถามปลายเปิดและการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบ

สรุปผลการวิจัย

ผู้ใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ดำเนินการตอบแบบสอบถามกลับคืนมามีจำนวนทั้งสิ้น 500 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.20 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.80 อยู่ในสถานภาพโสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.80 ศึกษาในระดับการศึกษา ปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 54.00 ประกอบอาชีพข้าราชการ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.40 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-25,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.20 ตัดสินใจเลือกใช้บริการรูปแบบ Mobile banking มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.80 มีระยะเวลาการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ ระหว่าง 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 74.00 มีวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ มากที่สุด คือ การโอน/ฝาก/ถอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 91.40 และตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.40

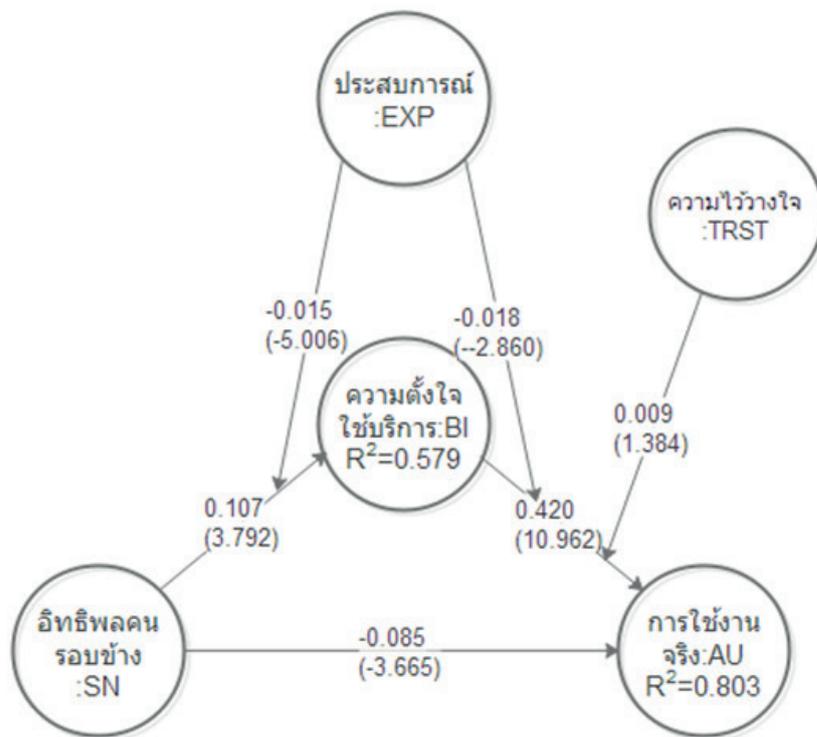
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความสำคัญด้านการใช้งานจริง โดยรวม มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ($\bar{x} = 5.60$; S.D. = 1.25) ด้านการตั้งใจใช้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{x} = 5.48$; S.D. = 1.15) ด้านประสบการณ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{x} = 5.39$; S.D. = 1.24) ด้านความไว้วางใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{x} = 5.25$; S.D. = 1.16) ด้านอิทธิพลครอบงำ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{x} = 4.90$; S.D. = 1.43) ตามลำดับ

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อ 1 เพื่อศึกษาอิทธิพลครอบงำ การตั้งใจใช้บริการ ประสบการณ์ ความไว้วางใจ และการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือตอนบนผลการศึกษาพบว่า อิทธิพล ครอบงำมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นลบต่อการใช้งานจริง (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = - 0.085) แสดงว่า หากผู้ใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เชื่อในความคิดเห็นของบุคคลครอบงำมากไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็นในเชิงบวกหรือ เชิงลบก็ตามอาจส่งผลให้มีการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ลดลง

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ข้อ 2 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจและประสบการณ์การใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลครอบงำและ การใช้งานจริงโดยผ่านการตั้งใจใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นลบต่อคน ครอบงำมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = - 0.015) แสดงว่า ถ้ามีประสบการณ์มากและ บุคคลครอบงำก็ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์กัน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จะตั้งใจใช้

บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์น้อยลง และประสบการณ์ที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นลบต่อการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.018) แสดงว่า ถ้ามีประสบการณ์มากและมีความตั้งใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากส่งผลให้ผู้ใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์น้อยลง และความไว้วางใจที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นบวกต่อการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง = 0.009) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า เมื่อมีความไว้วางใจมากและมีความตั้งใจใช้งานมากส่งผลให้ผู้ใช้บริการธุรกรรมธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ ข้อ 3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลคนรอบข้างที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงโดยผ่านการตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเขตภาคเหนือตอนบนผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลทางตรงต่อการใช้งานจริง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.411 แต่เมื่อแทรกตัวแปรคั่นกลางคือ การตั้งใจใช้บริการเข้ามาในระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างกับการใช้งานจริง อิทธิพลทางตรงจะลดลงจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.411 เป็น -0.085 แต่ยังคงมีนัยสำคัญอยู่แสดงว่ายังคงมีตัวแปรอื่นอีกที่คั่นกลางระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างกับการใช้งานจริง แสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบตามกรอบการวิจัย

จากภาพที่ 2 พบว่า สัมประสิทธิ์เส้นทางทุกเส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01 ยกเว้น อิทธิพลของความไว้วางใจที่กำกับเส้นทาง การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงเท่านั้นที่ไม่มีนัยสำคัญในภาพรวม

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	Coef	t-stat	สรุปผล
H1: อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ	0.107	3.792***	สนับสนุน
H2: อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง	-0.085	-3.665***	สนับสนุน
H3: การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง	0.420	10.962***	สนับสนุน
H4: ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ	-0.015	-5.006***	สนับสนุน
H5: ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง	-0.018	-2.860***	สนับสนุน
H6: ความไว้วางใจมีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง	0.009	1.384	สนับสนุนแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

หมายเหตุ t-stat ($|t| \geq 1.96$ แสดงว่าสมมติฐานมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

t-stat ($|t| \geq 2.58$ แสดงว่าสมมติฐานมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01***

จากตารางที่ 1 ได้ผลการวิเคราะห์จากผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-6 ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.117 และค่า t-stat เท่ากับ 3.792 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01

สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.085 และค่า t-stat เท่ากับ -3.665 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01

สมมติฐานข้อที่ 3 การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.420 และค่า t-stat เท่ากับ 10.962 สนับสนุนสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01

สมมติฐานข้อที่ 4 ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการมี ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.015 และค่า t-stat เท่ากับ -5.006 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01

สมมติฐานข้อที่ 5 ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.018 และค่า t-stat เท่ากับ -2.860 สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01

สมมติฐานข้อที่ 6 ความไว้วางใจมีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.009 และค่า t-stat เท่ากับ 1.384 สนับสนุนสมมติฐานแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้น ผลจากสมการโครงสร้าง สรุปได้ว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนตามสมมติฐานการวิจัยโดยสัมประสิทธิ์เส้นทางทุกเส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01 ยกเว้นอิทธิพลของความไว้วางใจที่กำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงเท่านั้นที่ไม่มีนัยสำคัญในภาพรวม

ตารางที่ 2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยจำแนกตามสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	มุมมองและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ	ผลลัพธ์
สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ	อิทธิพลคนรอบข้าง อาทิ คนในครอบครัว คนใกล้ชิด เพื่อนสนิทและเพื่อนร่วมงานนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยการให้ข้อมูลเบื้องต้นของการให้บริการ ให้สามารถพอเข้าใจ/พอใช้งานได้แล้วค่อยพัฒนาการใช้บริการด้วยตนเองต่อไป จะทำให้มีความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง	อิทธิพลคนรอบข้าง อาทิ คนในครอบครัว คนใกล้ชิด เพื่อนสนิทและเพื่อนร่วมงานนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยการให้ข้อมูลเบื้องต้นของการให้บริการ และเมื่อมีการศึกษาถึงข้อมูลเบื้องต้นจนเกิดความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการที่เพียงพอก็จะนำไปสู่ความประสงค์ที่จะใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน	สนับสนุน
สมมติฐานข้อที่ 3 การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง	เมื่อตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์การตัดสินใจนั้นจะส่งผลให้เกิดการตั้งใจที่จะนำเอาการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้อย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวันต่อไป เพราะมองเห็นว่ามีความรวดเร็วและประหยัดเวลา เกิดประโยชน์ต่อตนเองและครอบครัว	สนับสนุน
สมมติฐานข้อที่ 4 ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างอิทธิพลคนรอบข้างและการตั้งใจใช้บริการ	อิทธิพลคนรอบข้าง อาทิ คนในครอบครัว คนใกล้ชิด เพื่อนสนิทและเพื่อนร่วมงานนั้น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แม้บางครั้งจะมีประสบการณ์การเกิดปัญหาจากการใช้บริการก็ตาม แต่ก็ยังมีความตั้งใจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	สนับสนุน
สมมติฐานข้อที่ 5 ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการและการใช้งานจริง	เมื่อตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จะส่งผลให้เกิดการตั้งใจที่จะนำเอาการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้อย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวันแม้บางครั้งจะมีประสบการณ์การเกิดปัญหาจากการใช้บริการ แต่ก็ยังคงความประสงค์ที่จะนำการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน	สนับสนุน
สมมติฐานข้อที่ 6 ความไว้วางใจมีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการและการใช้งานจริง	เมื่อตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การตัดสินใจนั้นจะส่งผลให้เกิดการตั้งใจใช้บริการ แม้บางครั้งจะมีประสบการณ์การเกิดปัญหาจากการใช้บริการ แต่ถึงกระนั้นก็ยังมีความไว้วางใจที่จะใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อยู่โดยมีการใช้บนพื้นฐานของความระมัดระวัง และทุกครั้งที่มีการใช้บัตรเจ้าของบัตรจะมีความระหวั่นและรอบคอบมากยิ่งขึ้น	สนับสนุน

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความไว้วางใจและประสบการณ์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้าง การตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง พบว่า สัมประสิทธิ์เส้นทางทุกเส้นทางมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญต่ำกว่า 0.01 ยกเว้นอิทธิพลของความไว้วางใจที่กำกับเส้นทางระหว่าง การตั้งใจใช้บริการและการใช้งานจริง เท่านั้นที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในภาพรวม เหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะความไว้วางใจและประสบการณ์ตรงจากการใช้บริการ หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการแสดงออกถึงความต้องการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อันมีเหตุผลมาจากความเคยชินต่อการใช้บริการนั้น การให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการธุรกรรมนั้นๆ เกิดความพึงพอใจ เกิดการขึ้นชอบและประทับใจต่อการให้บริการของระบบอิเล็กทรอนิกส์และการได้รับการดูแลและช่วยเหลืออย่างรวดเร็วเมื่อเกิดปัญหา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ดังแนวคิดของ Pavlou (2003) ; Chircu and Kauffman (2000) ที่นำเสนอว่า การทำธุรกรรมสามารถลดการเสียเวลาตรวจสอบรายละเอียด หากลูกค้ามีความไว้วางใจยิ่งมากเท่าใดยิ่งจะลดต้นทุนธุรกรรม เวลา และความพยายามลดลง ท้ายที่สุดทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในมุมมองของผู้ใช้บริการ

ความไว้วางใจและประสบการณ์ยังสามารถขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้าง และการตั้งใจใช้บริการกับการตั้งใจใช้บริการและการใช้งานจริง หากผู้ใช้บริการมีความไว้วางใจและประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากเท่าใดย่อมจะมีการบอกต่อคนข้างเคียงมากยิ่งขึ้น เพราะการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารพาณิชย์อาจเกิดความผิดพลาดหรือความไม่แน่นอนของระบบได้ตลอดเวลา หรือความเสี่ยงจากความประมาทเลินเล่อของเจ้าของบัญชีกระแสดเงินสดหรือบัตรเครดิต ดังนั้น หากกระบวนการหรือระบบทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารดีแล้วย่อมสื่อได้ว่าลูกค้าจะมีการตั้งใจใช้บริการและมีการใช้งานจริง ดังงานวิจัยของ Gefen et al (2003) ที่พบว่า ความไว้วางใจเกิดจากการได้เริ่มลองทำธุรกรรมเมื่อผู้ใช้บริการมีความคุ้นเคยก็จะเริ่มไว้วางใจและการทำธุรกรรมอื่นก็จะตามมา แต่หากยังไม่ลองทำธุรกรรมก็จะยังไม่ค่อยเคยและยังคงไม่ไว้วางใจอยู่อย่างนั้น จึงสื่อได้ว่าความไม่ไว้วางใจจึงถือเป็นอุปสรรคสำคัญของการทำธุรกรรมกับธนาคารพาณิชย์ อีกทั้งผลการวิจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในทฤษฎีรวมการยอมรับและใช้เทคโนโลยี 2 ของ Venkatesh, Thong and Xu (2012) ที่ได้นำเสนอว่าตัวแปรเสริม/ตัวผันแปรด้านประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานจริงผ่านปัจจัยความตั้งใจใช้บริการ ยกเว้นอิทธิพลของประสบการณ์ที่กำกับเส้นทางอิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ เท่านั้นที่ไม่มีนัยสำคัญในภาพรวม เนื่องจากเป็นตัวแปรกำกับ

ทั้งนี้ การวิเคราะห์อิทธิพลความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ได้จากการตั้งสมมติฐานดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ พบว่า อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อการตั้งใจใช้บริการ เนื่องจาก อิทธิพลคนรอบข้างไม่ว่าจะเป็นคนใกล้ชิดซึ่งนั่งในหรือวงนอกได้มีการส่งต่อหรือบอกต่อข้อมูลข่าวสารของการให้บริการไปยังผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้น และจากการรับรู้ถึงการบอกต่อหรือข้อมูลข่าวสารจากคนรอบข้างนั้นเป็นการรับรู้ด้วยความสนใจของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เอง เมื่อตัวแทนผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์รู้สึกว่าคุณสมบัติของข้อมูลข่าวสารนั้นน่าสนใจและเป็นประโยชน์ การส่งต่อหรือบอกต่อจึงเกิดขึ้น (Kherrmouch & Green, 2001) เพราะเป็นกระบวนการของอิทธิพลทางสังคม เช่น (1) บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบที่มีการแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ต่อผู้พบเห็น (2) ความสนใจ และ (3) ภาพลักษณ์ของบุคคลเหล่านั้นมีความน่าเชื่อถือหรือได้รับการยอมรับทางสังคม ตลอดทั้งกระบวนการใช้ปัญญา เช่น ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับงาน คุณภาพของผลลัพธ์เชิงประจักษ์ ผลลัพธ์ที่แสดงออกมาให้เห็นก่อนได้ และผู้ใช้บริการมีการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งต่างเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการตั้งใจใช้บริการหรือการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆเช่นกัน ดังแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

เสนอโดยนักวิชาการ Davis (1989) ที่นำเสนอว่าองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การรับรู้ว่ายางานง่าย การรับรู้ประโยชน์ และการมีเจตคติต่อการใช้ในเชิงบวกมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ต่อไป

สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลครอบข้างมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง พบว่า คนรอบข้างมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นลบต่อการใช้งานจริง เนื่องจาก หากผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เชื่อในความคิดเห็นของบุคคลรอบข้างมากไม่ว่าจะเป็นการแสดงความคิดเห็นในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ตามอาจส่งผลให้มีการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ลดลงหรือเพิ่มขึ้น ดังงานวิจัยของ Geo, Shaikh and Karjaluo (2017) ที่พบว่า อิทธิพลทางแนวความคิดไม่ว่าจะเป็นในเชิงบวกหรือเชิงลบของคนรอบข้างลูกค้า/ผู้บริโภคที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้นมักมีผลต่อการตัดสินใจว่าจะเลือกใช้หรือไม่เลือกใช้จริงในรูปแบบการบริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 3 การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง พบว่าการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อการใช้งานจริง เนื่องจาก หากผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แล้วก็จะนำไปสู่การตั้งใจที่จะเอารูปแบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานจริง แทนการไปทำธุรกรรมการเงินกับทางธนาคารโดยตรงในชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังงานวิจัยของ Lewis, Marquet, Palmer and Zhao (2015); Marakarkandy, Yajnik and Chandan (2016) ที่พบว่า หากลูกค้า/ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แล้วก็จะส่งผลให้เกิดการยอมรับที่จะเอารูปแบบเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้นมาใช้งานจริงในชีวิตประจำวันแทนการไปทำธุรกรรมการเงินที่ธนาคารโดยตรงเสมอโดยไม่คำนึงว่าจะนำมาใช้บ่อยในระดับใดก็ตาม

สมมติฐานข้อที่ 4 ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างอิทธิพลครอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ พบว่า ประสบการณ์ที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นลบต่อครอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ กล่าวคือ อิทธิพลครอบข้างและประสบการณ์ร่วมกันส่งผลทางลบต่อการตั้งใจใช้บริการ หมายถึง เมื่อผู้ใช้บริการมีประสบการณ์การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาก แต่ครอบข้างไม่ค่อยมีบทบาทในการกระตุ้นหรือใช้นำหรือว่าผู้ใช้บริการไม่ค่อยมีประสบการณ์การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แต่ครอบข้าง/รอบด้านมีการใช้นำบ่อย ๆ ล้วนแต่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการตั้งใจใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ดังงานวิจัยของ Jennings et al (2009) และ Larsen (2007) ที่สรุปว่าเมื่อผู้ใช้บริการมีประสบการณ์มากเท่าใดนั้นย่อมมีการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี คือ ปัจจัยที่กำหนดในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ธนาคารมีระบบที่ง่ายต่อการใช้งานลูกค้าเกิดความสะดวก ลดเวลาในการดำเนินธุรกรรม เนื่องจากประสบการณ์เป็นความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือเป็นสิ่งที่ได้พบเห็นมาด้วยตนเอง และประสบการณ์ก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ในทุกรูปแบบที่มีผลต่อการสร้างสรรค์การทำงานหรือวิถีชีวิต ซึ่งมีอยู่ 2 ลักษณะ ดังนี้ (1) ประสบการณ์ตรง เป็นประสบการณ์ที่ผู้ใช้บริการได้ปะทะหรือสัมผัสด้วยตนเองจากการทำธุรกรรมหรือได้ยินและได้ฟังเอง (2) ประสบการณ์รอง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าประสบการณ์ทางอ้อมเป็นประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดหรือรับรู้มาอีกทอดหนึ่งจากอิทธิพลครอบข้างซึ่งอาจมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 ประสบการณ์มีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง พบว่า ประสบการณ์ที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นลบต่อการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง กล่าวคือ การตั้งใจใช้บริการและประสบการณ์ร่วมกันส่งผลทางลบต่อการใช้งานจริง คือ เมื่อผู้ใช้บริการมีการตั้งใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากแต่ไม่เคยใช้หรือไม่ค่อยได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หรือว่าผู้ใช้บริการไม่ค่อยตั้งใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเหตุผลบางประการ แต่มีประสบการณ์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาอาจส่งผลให้ผู้ใช้/ลูกค้าใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Venkatesh et al (2003) ที่พบว่า บรรทัดฐานของบุคคลอยู่กับการแสดงพฤติกรรมที่สามารถนำมาใช้วัดระดับความสมควรกระทำหรือ

ความไม่สมควรกระทำ และปัจจัยทางสังคม สามารถใช้วัดระดับอิทธิพลจากบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน หรือหัวหน้างานว่ามีการยอมรับจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การได้รับความนับถือการให้คำแนะนำ/ข้อสังเกตกับบุคคลอื่น การมีบารมีกับคนรอบข้างระดับมากน้อยเพียงใดย่อมมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริงในการทำธุรกรรมแต่ละประเภทของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 6 ความไว้วางใจมีอิทธิพลกำกับเส้นทางระหว่างการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง พบว่า ความไว้วางใจที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นบวกต่อการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าในภาพรวมนั้นความไว้วางใจ อาจไม่มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงอิทธิพลตามเส้นทางของการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง แต่ในกรณีเฉพาะ ณ บางช่วง หรือบางค่าของความไว้วางใจอาจมีผลกระทบก็ได้ จะแสดงถึงอิทธิพลทางอ้อมอย่างมีเงื่อนไข เนื่องจากผู้ใช้บริการบางรายมีความไว้วางใจต่อระบบของธนาคารบางแห่งค่อนข้างต่ำ เนื่องจากบางครั้งระบบล่มอันมาจากสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร ทำให้การใช้งานจริงด้านธุรกรรมค่อนข้างช้าตามไปด้วยส่งผลให้เกิดความอึดอัดใจและไม่พึงพอใจได้เช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Venkatesh et al (2012) ที่พบว่าในบางครั้งการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานโมบายแบงก์ก็จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการประกอบกับธนาคารมีการพัฒนาออกแบบแอปพลิเคชันที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการง่ายต่อการใช้งาน และเกิดความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ รวมทั้งการเพิ่มบริการที่ครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้งานซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านระบบเพิ่มมากขึ้น

ผลการวิจัยพบว่า องค์ความรู้ใหม่ คือ โมเดลของอิทธิพลของความไว้วางใจและประสบการณ์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้าง การตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง ที่พบว่า ความไว้วางใจและประสบการณ์เป็นตัวแปรกำกับกับที่มีอิทธิพลขยายความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลคนรอบข้าง การตั้งใจใช้บริการ และการใช้งานจริง เนื่องจาก ความไว้วางใจและประสบการณ์ จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ธนาคารคำนึงถึงและนำมาเป็นแนวทางในการสร้างความเชื่อมั่นต่อการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แก่ผู้ใช้บริการและเมื่อมีการสร้างความเชื่อมั่นโดยอาศัยจากประสบการณ์และเกิดความไว้วางใจแล้วก็จะมีการบอกเล่าปากต่อปากจากคนรอบข้างซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความตั้งใจที่จะใช้บริการและนำไปสู่การเลือกรับเอาเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานจริงในชีวิตประจำวันต่อไป

สรุปได้ว่า หากผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ในเชิงบวกหรือเชิงลบทั้งจากได้รับฟังจากคนรอบข้างหรือได้พบเจอจากการกระทำด้วยตนเองก็ตามจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของตนเองไม่ว่าจะมีความไว้วางใจในระดับใดก็ตามก็จะส่งผลไปยังการตั้งใจที่จะนำเอารูปแบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ มาใช้งานจริงในชีวิตประจำวันเพื่อสร้างความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจทั้งทางภาครัฐและเอกชน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. อิทธิพลคนรอบข้างมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อการตั้งใจใช้บริการ ดังนั้น บุคคลคนรอบข้างไม่ว่าจะเป็นคนใกล้ชิดทั้งวงในหรือวงนอก ควรมีการส่งต่อหรือบอกต่อข้อมูลข่าวสารของการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไปยังผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น

2. คนรอบข้างมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นลบต่อการใช้งานจริง ดังนั้น บุคคลรอบข้างควรมีการสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของตนเองให้ไม่เกิดความน่าเชื่อถือโดยการนำเอาประเด็นที่เห็นเป็นรูปธรรมมาสื่อสารกับผู้ใช้บริการมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเชิงบวกหรือเชิงลบ

3. การตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลทางตรงที่เป็นบวกต่อการใช้งานจริง ดังนั้น ธนาคารควรมีการเสนอสวัสดิการที่จะได้รับจากการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไปยังผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แล้วก็นำไปสู่การตั้งใจที่จะเอารูปแบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้งานจริงแทนการไปทำธุรกรรมการเงินกับทางธนาคารโดยตรงในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

4. ประสบการณ์ที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นลบต่อคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการ ดังนั้นคนรอบข้างควรเข้ามามีบทบาทในการกระตุ้นหรือใช้นำหรือหากผู้ใช้บริการไม่ค่อยมีประสบการณ์การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แต่คนรอบข้าง/รอบด้านมีการใช้นำบ่อย ๆ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการตั้งใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

5. ประสบการณ์ที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นลบต่อการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง ดังนั้นธนาคารควรมีการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้บ่อยครั้ง โดยการเสนอรูปแบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ๆ รวมถึงการสร้างระบบที่จะป้องกันความเสี่ยงที่อาจทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีประสบการณ์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ดีจนเกิดความเชื่อมั่นต่อระบบการให้บริการซึ่งจะส่งผลให้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

6. ความไว้วางใจที่กำกับเส้นทางมีอิทธิพลเป็นบวกต่อการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าในภาพรวมนั้นความไว้วางใจ อาจไม่มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงอิทธิพลตามเส้นทางการตั้งใจใช้บริการมีอิทธิพลต่อการใช้งานจริง ดังนั้น หน่วยงานของรัฐบาลหรือสำนักงานใหญ่ของธนาคารตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจในการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยนำองค์ความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเกี่ยวกับการเปิดให้มีการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลายรูปแบบหรือการนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการสร้างความไว้วางใจให้เพิ่มมากขึ้นแก่ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งอาจจะประสบปัญหาการใช้บริการที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกรรมผ่านทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

เอกสารอ้างอิง

- Abadi H. R. D., Ranjbarian B., & Zade F. K. (2012). Investigate the customers' behavioral intention to use mobile banking based on TPB, TAM and perceived risk: A case study in meli bank. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(10), 312-322.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alshehri, M., Drew, S, & Ghamdi, R. (2012). Analysis of citizens' Acceptance for e-government services: Applying the UTAUT model. *Proceeding of IADIS International Conference Theory and Practice in Modern Computing and Internet Applications and Research* (pp. 69-17). Lisbon, Portugal.
- Altin C., Kaya, A., & Ozlu, E. (2017). Determinants of mobile banking use: An extended TAM with perceived risk, mobility access, compatibility, perceived self-efficacy and subjective norm. *Industrial Engineering in the Industry 4.0 Era. Proceeding of the Global Joint Conference on Industrial Engineering and Its Application Areas, GJCIE 2017* (pp. 225-238). Vienna, Austria.
- Attuquayefio, S. N. B., Achampong, A. K., & Aryeetey, I. T. (2014). Extending TAM with social norm to model students' intentions to adopt ICT. *European Scientific*, 10(14), 435-446.

- Bada, A. B., & Karupiah, P. (2014). Factors influencing customers' trust in the use of automated teller machine (ATM) services in Soko to state, Nigeria. *Journal of Advanced Review on Scientific Research*, 3(1), 2289-7887.
- Bank of Thailand. (2015). *What is PromptPay?*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PSServices/PromptPay/Pages/default.aspx>
- Bank of Thailand. (2019). *Statistics of Regional Economic and Finance*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/RegionalEconFinance/Pages/default.aspx>
- Chaweessook, S., & Wongchaturaphat, S. (2012). Unified theory of acceptance and use of technology: UTAUT. *KMITL Journal of Information Technology*, 1(1), 4-6.
- Chircu, A.M., & Kauffman, R.J. (2000). Reintermediation strategies in business-to-business electronic commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 4(4), 7-42.
- Chiu, J. L., Bool, N. C., & Chiu, C. L. (2017). Challenges and factors influencing initial trust and behavioral intention to use mobile banking services in the Philippines. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(2), 246-278.
- Chuchuen, C. (2016). The perception of mobile banking adoption: The study of behavioral, security, and trust in Thailand. *International Journal of Social Science and Humanity*, 6(7), 547-550.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis*. Hillsdale, New Jersey: Erlbaum.
- Curran, J. M., & Lennon, R. (2011). Participation in the conversation: exploring usage of social media networking sites. *Academy of Marketing Studies Journal*, 15(1), 116-120.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of Information technology. *Management Information Systems Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. New York: McGraw-Hill.
- Division of Research Administration and Educational Quality Assurance. (2016). *Thailand 4.0 Model to drive Thailand to prosperity, Stability and Sustainability*. Retrieved from <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Jeyaraj, A., Clement, M., & Williams, M. D. (2017). Re-examining the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT): Towards a revised theoretical model. *Information Systems Frontiers A Journal of Research and Innovation*, 21(96), 1-16.
- Forrester. (2017). *Lackluster CX Poses Financial Risk For Banking Institutions*, Retrieved from <https://go.Forrester.com/>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Detmar, W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *Management Information Systems Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395-410,
- Geo, R. G., Shaikh, A. A., & Karjaluo, H. (2017). Mobile banking services adoption in pakistan: Are there gender differences? *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1090-1114.

- Goh, S. K., Ho, V. T., & Jiang N. (2015). The effect of electronic word of mouth on intention to book accommodation via online peer-to-peer platform: Investigation of theory of planned behavior. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2(5), 1-7.
- Harsono, I. L. D., & Suryana, L. A. (2014). Factors affecting the use behavior of social media using UTAUT 2 model. Proceedings of the First Asia-Pacific Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences (pp. 1-14). Singapore.
- Internet World Stat Online. (2017). *World Internet Users and 2017 Population Stats*. Retrieved from <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- Jennings, G. R., Lee, Y. S., Ayling, A., Lunny, B., Cater, C., & Ollenburg, C. (2009). Quality tourism experiences: reviews, reflections, research agendas. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2), 294–310.
- Joo, Y. J., Joung, S., Shin, E. K., Lim, E., & Choi, M. (2014). Factors influencing actual use of mobile learning connected with e-learning. *Proceedings of Third International Conference on Advanced Information Technologies & Applications Computer Science & Information Technology* (pp. 169-176) . DOI: 10.5121/csit.2014.41116
- Kaur, I. (2016). Evolution of electronic services (e-service) in banking systems. *International Journal of Engineering Sciences & Research Technology*, 5(12), 396-400.
- Kaushik, A. K., Agrawal, A. K., & Rahman, Z. (2015). Tourist behavior towards self-service hotel technology adoption: Trust and subjective norm as key antecedents. *Tourism Management Perspectives*, 16, 278-289.
- Khandare, N. (2013). Security of online electronic transactions. *International Journal of Technical Research and Applications*, 1(5), 53-58.
- Khermouch, G., & Green, J. (2001, July 30). Buzz Marketing: Suddenly this stealth strategy is hot – but it’s still fraught with risk. *Business Week*. Retrieved from <http://www.businessweek.com> .
- Kraljic, A., & Pestek, A. (2016). An application of UTAUT2 model in exploring the impact of quality of technology on mobile internet. *Journal of Economics and Business*, 14(2), 66-76.
- Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 7-18.
- Lee, B. G., Kim, K. Y., & Song, J. S. (2010). Analyzing moderating effects of WiBro user experiences. *The KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 5 (1), 177-190.
- Lee, M. C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8, 130-141.
- Lemon, K. N., Roberts, J. H., Raghurir, P., & Winer, R. S. (2011). Measuring the effects of corporate social responsibility: A stakeholder-based approach. *Conference Board of Canada Director Notes*, 3(7), 116-120.
- Lewis, N. K., Marquet, M., Palmer, A., & Zhao, A. L. (2015). Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption. *The Service Industries Journal*, 35(10), 1-38.

- Likert, R. (1970). *A Technique for the Measurement of Attitude, Attitude Measurement*. Chicago: Ronal McNally.
- Malhotra, Y., & Galletta, D. F. (1999). Extending the Technology Acceptance Model to Account for Social Influence: Theoretical Bases and Empirical Validation. *Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1-14). Maui, Hawaii, USA
- Marakarkandy, D. B., Yajnik, N., & Dasgupta, C. (2016). Enabling internet banking adoption: An empirical examination with an augmented technology acceptance model (TAM). *Emerald Publishing Limited*, 263-294.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Nurittamont, W., & Charoenkitthanalap, S. (2018). The factors influence on technology acceptance and using service intention for payment of young consumers by qr code application trough smart phone. *The Journal of Social Communication Innovation*, 6(2), 40-50.
- Office of the Electronic Transactions Commission. (2014). *Financial transactions through smartphone, How secure is a smartphone?* Bangkok: Office of The Permanent Secretary Ministry of Information and Communication Technology.
- Pavlou, P. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 59(4), 69-103.
- Subcommittee on Propagation of Knowledge and Promotion Project for Electronic Transaction. (2016). *Public Relations Guide Education and promotion project Transaction use electronics*. 1-42.
- United Nation Conference on Trade and Development. (2018). *Trade and Development report2018*, 1-162. Retrieved from <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2227>
- Vayansky, I., & Kumar, S. (2018). Phishing challenges and solutions. *Computer Fraud & Security*, (1), 15-20.
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G. B., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *Management Information Systems Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *Management Information Systems Quarterly*, 36(1), 157-158.
- Yadav, R., Chauhan, V., & Pathak, G. (2015). Intention to adopt internet banking in an emerging economy: A perspective of Indian youth. *International Journal of Bank Marketing*, 33 (4), 530-544.