

# การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

## Perceived Risk and Trust Affecting the Selection to Use Financial Technology

ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์\*

Nachon Prayoonvong\*

Received : January 7, 2021 Revised : March 25, 2021 Accepted : March 26, 2021

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน กลุ่มตัวอย่าง คือประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี วิธีได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้โดยการสุ่มแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการ Mobile banking (M-Banking) มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุดด้านการเงิน และมีความไว้วางใจมากที่สุดด้านความสามารถในการให้บริการ ส่วน Mobile wallet (M-Wallet) มีการรับรู้ความเสี่ยงมากที่สุดด้านการเงินและมีความไว้วางใจมากที่สุดด้านความซื่อสัตย์ ส่วนผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Banking และ M-Wallet พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking และ M-Wallet มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินในระดับสูง มีค่าความสัมพันธ์กันทางบวกและมีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน และส่วนผลการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Banking ได้แก่ ความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ จะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking เพิ่มขึ้น ปัจจัยความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Wallet คือ ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวจะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet เพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ :** การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจ เทคโนโลยีทางการเงิน

---

\* อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

\* Lecturer, Faculty of Business Administration Business Administration, Rajapruk University

## Abstract

This research study has the objectives To study the perception of risk Trust in the selection of financial technology To study the relationship between perception of risk and trust in the choice of financial technology and to study the influence of risk perception and trust of service users on the choice of financial technology. Sample group Is people living in the district of Bang Kruai Nonthaburi Province The method of obtaining a sample can be obtained at a convenience sampling. And using questionnaires as research tools The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation. Pearson's Correlation Coefficient Analysis And logistic regression analysis.

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

**Keywords :** Perception Risk, Trust, Financial technology

## 1.บทนำ

ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสภาวะการณ์ต่าง ๆ ในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงทิศทางการเศรษฐกิจที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน ซึ่งมีบทบาทในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมากและมีแนวโน้มว่าจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการและสถาบันการเงินด้วยนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว ส่งผลให้สถาบันการเงินและสถานประกอบการต่าง ๆ มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินงาน และการบริหารจัดการความเสี่ยง โดยมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมทางการเงินอย่างครบวงจรให้สอดคล้องกับแนวทางการตามพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและยุทธศาสตร์ของประเทศ ทิศทางของแผนพัฒนา (เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564) การประกอบธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology: Fintech) นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้หรือสร้างบริการทางการเงินมีการบริการชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัล การทำธุรกรรมผ่านออนไลน์เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงการบริการได้อย่างรวดเร็วและลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมอย่างมาก ทั้งนี้สถานประกอบการและสถาบันการเงินมีบริการรูปแบบใหม่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชน เช่น Mobile Wallet, Mobile Banking และ Prompt-Pay (Hoyer & MacInnis, 1997)

เนื่องจากสถานประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) มีให้บริการมากขึ้น มีความก้าวหน้าของธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน ทางสถาบันการเงินมีการลงทุนเพื่อกระตุ้นและสนับสนุนธุรกิจระยะเริ่มต้น (Startup) รวมถึงบุคลากรที่มีความสามารถในด้าน Fintech โดยมีการพัฒนาของเทคโนโลยีด้านการเงิน ความก้าวหน้าของธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงิน ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้ธุรกรรมทางการเงินเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคส่วนหนึ่งหันมาใช้ธุรกิจเทคโนโลยีมากขึ้น ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่ายังมีประชากรมีความกังวลในความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงทางด้านเวลาและความเสี่ยงทางสังคมของการใช้เทคโนโลยีทางการเงินส่งผลให้การพัฒนาทางเทคโนโลยีนำไปสู่การขาดโอกาสในกลุ่มประชากรที่ไม่มีความเชื่อมั่นและความไว้วางใจรวมถึงไม่คุ้นเคยกับการใช้อินเทอร์เน็ต หรือสมาร์ทโฟน ในการเข้าถึงบริการทางการเงินและการยอมรับในการใช้บริการที่มีต่อการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่น่าจะส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการทั้งทางด้านความสามารถ ความหวังดีและความซื่อสัตย์ในการให้บริการ (Mayer, 1995)

จากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินส่งผลให้ผู้บริโภคมีการทำธุรกรรมทางเทคโนโลยีการเงินมากขึ้น แต่ยังมีกลุ่มที่ไม่มีความไว้วางใจและขาดความเชื่อมั่นในการใช้เทคโนโลยีทางการเงินดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงพร้อมทั้งสร้างความไว้วางใจให้กับผู้เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการส่งผลทำให้เกิดการยอมรับ โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งจะเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการทางเทคโนโลยีทางการเงิน รวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดสำหรับธุรกิจ Startup ต่อไป

## 2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

### 2.1 การรับรู้ความเสี่ยง

การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความสามารถในการประเมินค่าความเสี่ยงที่ลูกค้าต้องเผชิญ ในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งการมีความสามารถดังกล่าวที่แตกต่างกันของลูกค้า มีผลกระทบทำให้พฤติกรรมของลูกค้าแตกต่างกันออกไป ความไม่แน่ใจในผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ เป็นปัจจัยภายในซึ่งเป็นสิ่งหน่วงการตัดสินใจของผู้บริโภค เป็นสภาวะที่ผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกขึ้นมาหรือเชื่อว่ามีความเสี่ยง หากตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ หรือผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกว่าจะเกิดผลเสียหายมากหากตัดสินใจผิดพลาด เป็นเหตุให้ชะลอการตัดสินใจเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม

### 2.2 ประเภทของการรับรู้ความเสี่ยง

Shekha Patel, Nirav Halvadia, and Vipul Patel (2013) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงและความเชื่อมั่นต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีผลกระทบเชิงลบในขณะที่ความเชื่อมั่นมีผลกระทบเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้กำหนดความเสี่ยงดังนี้

ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผลลัพธ์ของการดำเนินการอาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคทางการเงินผ่านการสูญเสียเงินหรือทรัพย์สินอื่น ๆ ลูกค้าหลายคนกลัวที่จะสูญเสียเงินขณะทำธุรกรรมหรือโอนเงินทางอินเทอร์เน็ต

ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นอุปสรรคสำคัญในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการขโมยหรือแฮ็กเกอร์ที่ส่งผลต่อความปลอดภัยของผู้ใช้ธนาคารออนไลน์

ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Risk) หมายถึง ความกังวลเกี่ยวกับการสูญเสียข้อมูลส่วนบุคคลที่ละเอียดอ่อนและเป็นกรรมสิทธิ์ รับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียการควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจเกิดขึ้น ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) หมายถึง ความเป็นไปได้ที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการจะไม่ทำงานตามที่คาดไว้ ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพหมายถึงความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากข้อบกพร่องหรือความผิดปกติของเว็บไซต์ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

ความเสี่ยงทางสังคม (Social Risk) หมายถึง การซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอาจไม่ตรงตามมาตรฐานความคาดหวัง ความเป็นไปได้ที่การใช้ธนาคารออนไลน์อาจส่งผลให้เกิดการไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว ความคิดเชิงสร้างสรรค์และเชิงลบของสมาชิกครอบครัวและคนอื่น ๆ เกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

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

### 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ

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

1) ความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) คือ การที่บุคคลแสดงความเชื่อมั่นใน บุคคลอื่นหรือสถานการณ์ใด ๆ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

1.1) ความสามารถ (Competence) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีความสามารถ ที่จะกระทำในสิ่ง ที่ผู้อื่นต้องการได้สำเร็จลุล่วง

1.2) ความหวังดี (Benevolence) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งใส่ใจต่อความเป็นอยู่ที่ดี

1.3) ความซื่อสัตย์ (Integrity) หมายถึง บุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีเจตนาปฏิบัติตาม ข้อตกลง โดยบอกความจริงและกระทำตามสัญญาที่ได้ให้ไว้

2) เจตนาในการไว้วางใจ (Trusting Intention) คือ การที่บุคคลเกิดความเชื่อในการไว้วางใจ (Trusting Belief) ในบุคคลอื่นหรือสถานการณ์ใด ๆ และยินดีที่จะปฏิบัติตามหากได้จะรับคำแนะนำ จากบุคคลนั้นหรือตัดสินใจ สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยใช้ข้อมูลจากสถานการณ์นั้น ๆ ในงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งประเภทของความไว้วางใจ 3 ประเภท ตามแนวคิดของ Mayer et al. (1995) คือ ความไว้วางใจด้านความสามารถ ด้านความหวังดีและด้านความซื่อสัตย์ หรือความตรงไปตรงมา

### 2.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.4.1 เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงความไว้วางใจการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

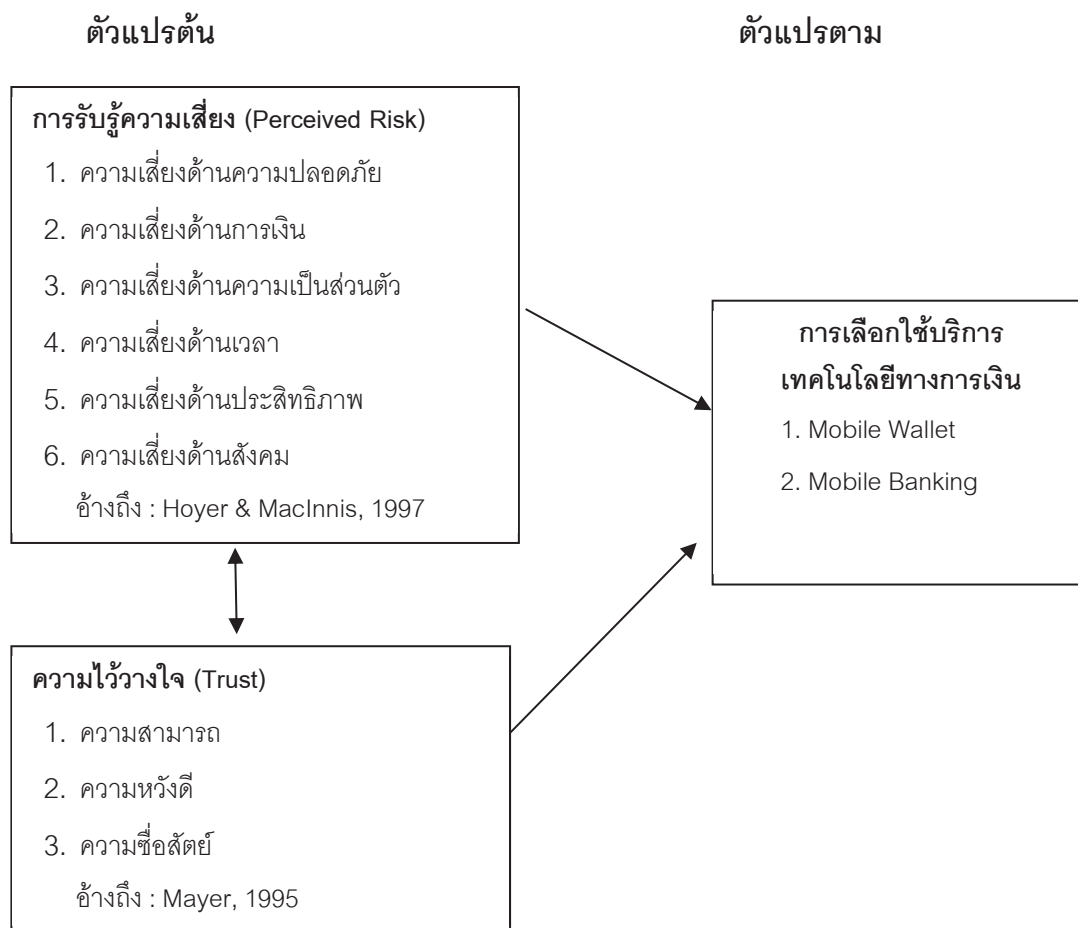
2.4.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

2.4.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

**2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย** ตัวแปรต้น การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพและความเสี่ยงด้านสังคม (Hoyer & MacInnis, 1997) ความไว้วางใจ (Trust) ประกอบด้วย ความสามารถ ความหวังดีและความซื่อสัตย์ (Mayer, 1995) ตัวแปรตามการให้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน Mobile Banking , Mobile Wallet กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังรูปภาพประกอบ 1 ดังนี้

จากสถิติธนาคารแห่งประเทศไทย ธุรกิจการชำระเงินผ่านบริการออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้ง Mobile Wallet แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือที่สามารถใช้ในการชำระเงินสำหรับการซื้อสินค้าได้ทั้งในร้านค้าออนไลน์และร้านค้าปกติทั่วไป และ Mobile Banking คือ การทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน เป็นต้น

รูปภาพประกอบ 1  
กรอบแนวคิดการวิจัย



**สมมติฐานการวิจัย 1 :** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

**สมมติฐานการวิจัย 2 :** การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

### 3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

#### 3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนที่อยู่ในเขตอำเภอบางกรวย จำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัยในอำเภอ บางกรวยจังหวัดนนทบุรี มีจำนวน 31,719 คน (จำนวน ณ เดือนเมษายน พ.ศ. 2561, ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2019) คำนวณหาขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05 การสำรวจครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน วิธีได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้โดยการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

#### 3.2 คุณลักษณะของตัวแปร

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

#### 3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ความเชื่อมั่นคุณภาพของแบบทดสอบ โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบความเหมาะสมของเครื่องมือต่อข้อคำถามและเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) และ ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า .50 ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.93 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับประชากรที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง (try out) จำนวน 30 ชุด โดยกำหนดหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดตามสูตรแอลฟาของครอนบาค (Alpha Cronbach) ได้ผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.98 ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยลงพื้นที่ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยมุ่งเน้นแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินผ่านทางออนไลน์จากแหล่งที่มีบริการ สถานประกอบการ เป็นต้น

#### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้

3.4.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3.4.2 ระดับความเสี่ยงและความไว้วางใจ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามการแปรผลตามเกณฑ์ของเบสต์และคาห์น (Best & Kahn, 1993) ดังนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด 3.51 - 4.50 ระดับมาก 2.51 - 3.50 ระดับปานกลาง 1.51 - 2.50 ระดับน้อย และ 1.00 - 1.50 ระดับน้อยที่สุด

3.4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการทางการเงิน โดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

3.4.4 การวิเคราะห์หิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีต่อการเลือกใช้บริการทางการเงิน ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression)

จากสมการ 
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

เมื่อ Y เป็นตัวแปรตามที่ถูกทำนายจากตัวแปรอิสระแต่ละตัวคูณกับสัมประสิทธิ์การถดถอย  $\beta_0$  คือ จุดตัดแกน Y  $\beta_i$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i  $X_i$  คือ ค่าของตัวแปรอิสระตัวที่ i  $\varepsilon$  คือ ความคลาดเคลื่อน

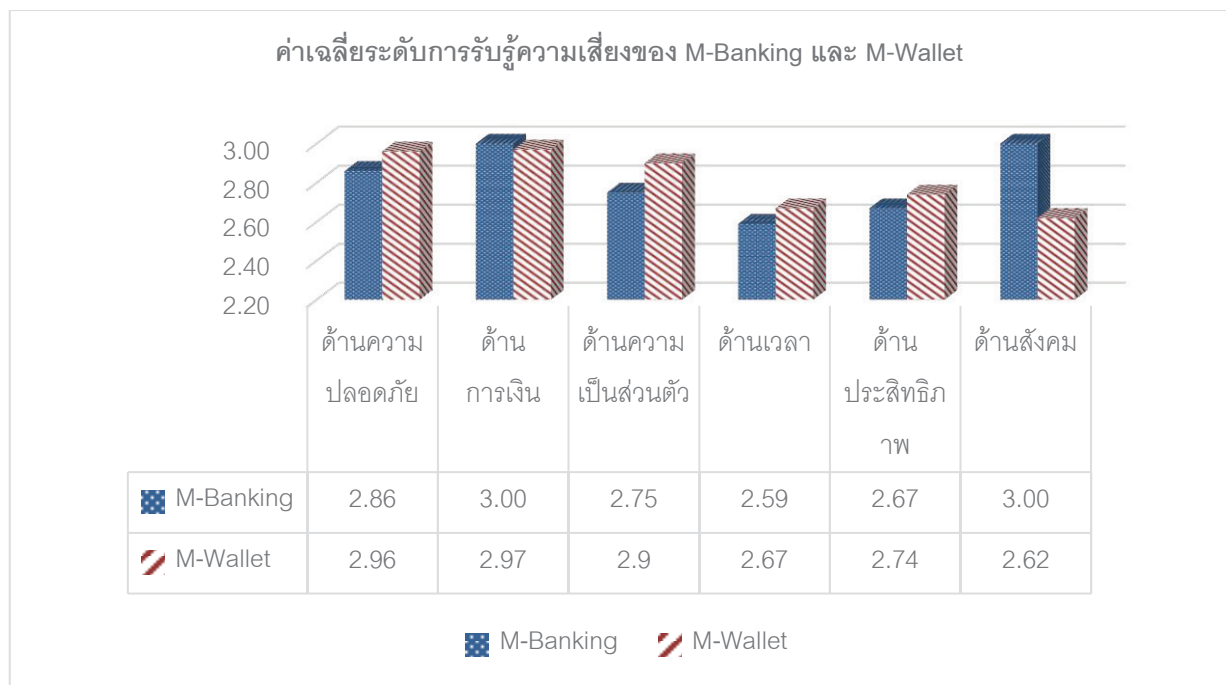
#### 4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 59.25 มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.50 เป็นกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีการใช้เทคโนโลยีทางการเงินใช้ M-Banking คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 48.00 โดยใช้เพื่อโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 79.5 ส่วนใหญ่ใช้บริการ True Money / We Card คิดเป็นร้อยละ 48.50 ส่วนใหญ่ใช้บริการใช้บริการธุรกรรมเทคโนโลยีทางการเงินต่อเดือน 4 – 6 ครั้งและมากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.00

##### 4.1 ผลการวิจัยการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจและการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

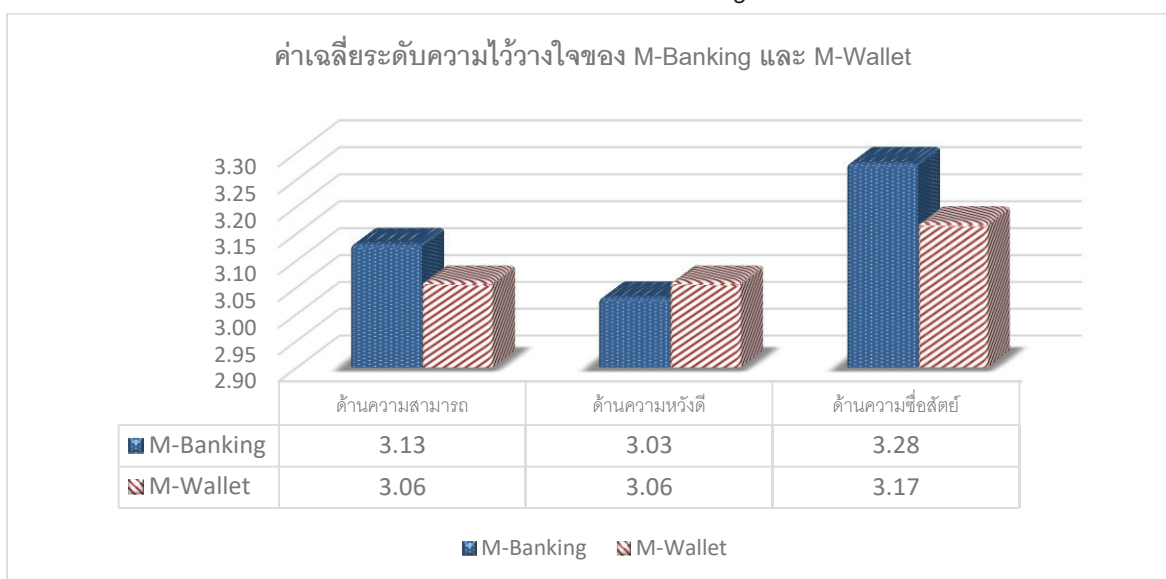
###### รูปภาพประกอบ 2

ค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking และ M-Wallet



การรับรู้ความเสี่ยงของ M-Banking และ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จำแนกเป็น ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.86 และ 2.96 การรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และ 2.97 ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.75 และ 2.90 ความเสี่ยงด้านเวลาของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 และ 2.67 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และ 2.74 ความเสี่ยงทางสังคมของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และ 2.62 ตามลำดับ

**รูปภาพประกอบ 3**  
**ค่าเฉลี่ยระดับความไว้วางใจของ M-Banking และ M-Wallet**



ความไว้วางใจของ M-Banking และ M-Wallet โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จำแนกเป็นความไว้วางใจด้านความสามารถของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 และ 3.06 ความไว้วางใจด้านความหวังดีของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 และ 3.06 ความไว้วางใจด้านซื่อสัตย์ของ M-Banking และ M-Wallet มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 และ 3.17

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

#### 4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

ตาราง 1 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

| ด้าน | การรับรู้ความเสี่ยง           |              | ความไว้วางใจ M-Banking |            |                   |         |
|------|-------------------------------|--------------|------------------------|------------|-------------------|---------|
|      | M-Banking                     |              | ความสามารถ             | ความหวังดี | ความ<br>ซื่อสัตย์ | ภาพรวม  |
| 1    | ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย     | r            | 0.771**                | 0.795**    | 0.815**           | 0.808** |
|      |                               | Sig.         | 0.000                  | 0.000      | 0.000             | 0.000   |
|      |                               | ความสัมพันธ์ | สูง                    | สูง        | สูง               | สูง     |
| 2    | ความเสี่ยงทางการเงิน          | r            | 0.896**                | 0.911**    | 0.906**           | 0.921** |
|      |                               | Sig.         | 0.000                  | 0.000      | 0.000             | 0.000   |
|      |                               | ความสัมพันธ์ | สูง                    | สูงมาก     | สูงมาก            | สูงมาก  |
| 3    | ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว | r            | 0.836**                | 0.828**    | 0.807**           | 0.839** |
|      |                               | Sig.         | 0.000                  | 0.000      | 0.000             | 0.000   |
|      |                               | ความสัมพันธ์ | สูง                    | สูง        | สูง               | สูง     |
| 4    | ความเสี่ยงด้านเวลา            | r            | 0.685**                | 0.710**    | 0.673**           | 0.702** |
|      |                               | Sig.         | 0.000                  | 0.000      | 0.000             | 0.000   |
|      |                               | ความสัมพันธ์ | ปานกลาง                | สูง        | ปานกลาง           | สูง     |
| 5    | ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ     | r            | 0.786**                | 0.786**    | 0.788**           | 0.801** |
|      |                               | Sig.         | 0.000                  | 0.000      | 0.000             | 0.000   |
|      |                               | ความสัมพันธ์ | สูง                    | สูง        | สูง               | สูง     |
| 6    | ความเสี่ยงทางสังคม            | r            | 0.721**                | 0.730**    | 0.692**           | 0.727** |
|      |                               | Sig.         | 0.000                  | 0.000      | 0.000             | 0.000   |
|      |                               | ความสัมพันธ์ | สูง                    | สูง        | สูง               | สูง     |
| 7    | ภาพรวม                        | r            | 0.837**                | 0.849**    | 0.836**           | 0.856** |
|      |                               | Sig.         | 0.000                  | 0.000      | 0.000             | 0.000   |
|      |                               | ความสัมพันธ์ | สูง                    | สูง        | สูง               | สูง     |

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่าผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking และ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ พบว่า ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่าSig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการป้องกันการความปลอดภัย กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการบริการหลังการใช้บริการ

กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking และความไว้วางใจ ด้านความหวังดี พบว่า ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับกรณีปัญหา มีระบบเพื่อช่วยเหลือ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking และความไว้วางใจ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมา กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ตาราง 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

| ด้าน | การรับรู้ความเสี่ยง |              | ความไว้วางใจ M-Wallet |            |               |         |
|------|---------------------|--------------|-----------------------|------------|---------------|---------|
|      | M-Wallet            |              | ความสามารถ            | ความหวังดี | ความซื่อสัตย์ | ภาพรวม  |
| 1    | ความเสี่ยง          | r            | 0.823**               | 0.825**    | 0.788**       | 0.828** |
|      | ด้านความ            | Sig.         | 0.000                 | 0.000      | 0.000         | 0.000   |
|      | ปลอดภัย             | ความสัมพันธ์ | สูง                   | สูง        | สูง           | สูง     |
| 2    | ความเสี่ยง          | r            | 0.815**               | 0.829**    | 0.802**       | 0.831** |
|      | ทางการเงิน          | Sig.         | 0.000                 | 0.000      | 0.000         | 0.000   |
|      |                     | ความสัมพันธ์ | สูง                   | สูง        | สูง           | สูง     |
| 3    | ความเสี่ยง          | r            | 0.829**               | 0.843**    | 0.826**       | 0.849** |
|      | ด้านความเป็น        | Sig.         | 0.000                 | 0.000      | 0.000         | 0.000   |
|      | ส่วนตัว             | ความสัมพันธ์ | สูง                   | สูง        | สูง           | สูง     |

ตาราง 2 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับความไว้วางใจของเทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet (ต่อ)

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

| ด้าน | การรับรู้ความเสี่ยง |              | ความไว้วางใจ M-Wallet |            |               |         |
|------|---------------------|--------------|-----------------------|------------|---------------|---------|
|      | M-Wallet            |              | ความสามารถ            | ความหวังดี | ความซื่อสัตย์ | ภาพรวม  |
| 4    | ความเสี่ยง          | r            | 0.715**               | 0.722**    | 0.704**       | 0.728** |
|      | ด้านเวลา            | Sig.         | 0.000                 | 0.000      | 0.000         | 0.000   |
|      | ความสัมพันธ์        |              | สูง                   | สูง        | สูง           | สูง     |
| 5    | ความเสี่ยง          | r            | 0.776**               | 0.739**    | 0.720**       | 0.759** |
|      | ด้าน                | Sig.         | 0.000                 | 0.000      | 0.000         | 0.000   |
|      | ประสิทธิภาพ         | ความสัมพันธ์ | สูง                   | สูง        | สูง           | สูง     |
| 6    | ความเสี่ยง          | r            | 0.712**               | 0.719**    | 0.672**       | 0.714** |
|      | ทางสังคม            | Sig.         | 0.000                 | 0.000      | 0.000         | 0.000   |
|      | ความสัมพันธ์        |              | สูง                   | สูง        | ปานกลาง       | สูง     |
| 7    | ภาพรวม              | r            | 0.828**               | 0.829**    | 0.800**       | 0.835** |
|      |                     | Sig.         | 0.000                 | 0.000      | 0.000         | 0.000   |
|      | ความสัมพันธ์        |              | สูง                   | สูง        | สูง           | สูง     |

จากตาราง 2 พบว่าผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet และความไว้วางใจด้านความสามารถ พบว่า ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับขั้นตอนการทำรายการต่าง ๆ กับการรับรู้ความเสี่ยง M-Banking มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับระบบการป้องกันความปลอดภัยกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ เกี่ยวกับการบริการหลังการให้บริการกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet และความไว้วางใจ ด้านความหวังดี พบว่า ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับการยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปีกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับความรับผิดชอบดูแลกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับกรณีมีปัญหา มีระบบเพื่อช่วยเหลือกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

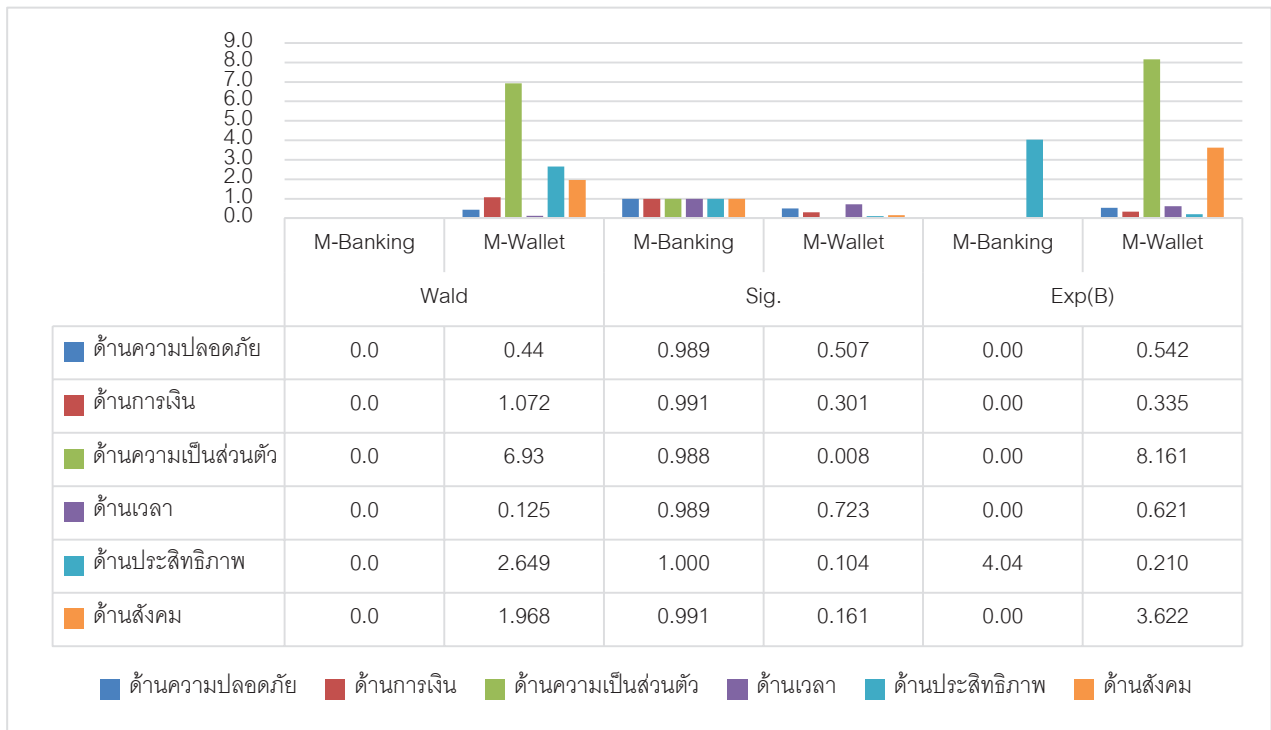
ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่าระหว่างการรับรู้ความเสี่ยง M-Walletและความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์พบว่า ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับความซื่อสัตย์และความตรงไปตรงมาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้องด้วยความจริงใจกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ความไว้วางใจ ด้านความหวังดี เกี่ยวกับการไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลกับการรับรู้ความเสี่ยง M-Wallet มีค่า Sig. น้อยกว่า .01 ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง

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

#### 4.3 อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

รูปภาพประกอบ 4

การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน



จากรูปภาพประกอบ 4 พบว่า เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา ด้านเวลาด้านประสิทธิภาพ และด้านสังคม ซึ่งไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ปัจจัยความไว้วางใจด้านต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking อย่างน้อยหนึ่งปัจจัย

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

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์หาค่าพหุคูณของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

| ลำดับ | ความไว้วางใจ  | ผลการวิเคราะห์หาค่าพหุคูณของความไว้วางใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน |          |           |          |           |          |
|-------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
|       |               | Wald                                                                                            |          | Sig.      |          | Exp(B)    |          |
|       |               | M-Banking                                                                                       | M-Wallet | M-Banking | M-Wallet | M-Banking | M-Wallet |
| 1     | ความสามารถ    | 0.920                                                                                           | 0.545    | 0.337     | 0.460    | 0.039     | 1.501    |
| 2     | ความหวังดี    | 0.014                                                                                           | 0.854    | 0.907     | 0.356    | 1.169     | 1.832    |
| 3     | ความซื่อสัตย์ | 4.142                                                                                           | 1.119    | 0.042*    | 0.290    | 647.463   | 0.507    |

จากตาราง 3 พบว่า เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า มีตัวแปร เพียง 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งอธิบายได้ว่า ความไว้วางใจ ด้านความซื่อสัตย์ จะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking เพิ่มขึ้น 647.463 ส่วนตัวแปรที่เหลืออีก 2 ตัว ได้แก่ ความไว้วางใจ ด้านความสามารถ และด้านความหวังดี ไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Banking

เมื่อพิจารณา ค่า Wald Statistic ที่มากกว่า 1 และค่า Sig. ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 พบว่า ไม่มีตัวแปรใดเลย ที่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet ซึ่งตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ความไว้วางใจด้านความสามารถ ด้านความหวังดี และด้านความซื่อสัตย์ ซึ่งไม่มีผลต่อสมการพยากรณ์การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน M-Wallet

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

#### 4.2 การอภิปรายผล

ผลการวิจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินการอภิปรายผลจะเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะอธิบายตามสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1: การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินมีความเสี่ยง ซึ่งกังวลว่าเมื่อเกิดความผิดพลาดในการทำธุรกรรมธนาคารจะไม่ชดเชยค่าเสียหายให้และข้อมูลส่วนตัวอาจถูกขโมยขณะใช้บริการ ทั้งนี้อาจเกิดมาจากการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินที่เป็นเว็บแอปพลิเคชัน ซึ่งยังไม่มีการป้องกันการเจาะ SSL (https) จากโปรแกรม SSLStrip เพื่อป้องกัน

ผู้ใช้งานถูกดักจับชื่อผู้ใช้และรหัสผ่าน (Username and Password Sniffing) ทำให้ผู้ใช้งานมีความเสี่ยงมากขึ้นในการใช้งานบริการเทคโนโลยีทางการเงินบนสมาร์ตโฟนและอาจมีผู้ไม่หวังดีพัฒนาแอปพลิเคชันปลอมมาหลอกลูกค้าธนาคารได้ และการที่อายุการใช้งานของ Time Out Password (TOP) มากกว่า 10 นาที ซึ่งมีความเสี่ยงและเป็นการเพิ่มโอกาสให้สามารถหา TOP ที่ดักจับได้ไปใช้งานจนสำเร็จ ส่วนการใช้ TOP ที่ใช้เฉพาะแต่การเพิ่มบัญชีที่จะโอนเงินอาจทำให้มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้น (ศูนย์เฮอร์คิวลีสไซเบอร์แลป, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับ Milind (1999) พบว่าความเสี่ยงด้านความปลอดภัยเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยอมรับบริการเทคโนโลยีทางการเงินของลูกค้า สอดคล้องกับ Lee (2009) พบว่าการรับรู้ถึงความเสี่ยง เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในทางลบต่อทัศนคติที่มีผลต่อการตั้งใจใช้ นอกเหนือจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย ซึ่งจากที่กล่าวมานั้นสอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ (TAM) ของ Davis (1989) ที่กล่าวว่าปัจจัยสองปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีและการรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการที่ง่ายในการใช้เทคโนโลยี และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Zhou (2013) ที่ศึกษาเรื่อง “An Empirical Examination of User Adoption of Location-based Services” ซึ่งเกี่ยวกับการศึกษาการยอมรับของการใช้บริการระบุตำแหน่ง พบว่าบริการระบุตำแหน่งนั้นมีประโยชน์ในเรื่องของการนำเสนอข้อมูลและสามารถให้บริการได้ตามสถานที่ที่ผู้ใช้อยู่ในขณะนั้น โดยเฉพาะประโยชน์ในเรื่องของความบันเทิงและการโต้ตอบแบบ Real-time ที่ส่งผลค่อนข้างมากต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคล แต่ก็ยังมีความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ซึ่งเพิ่มระดับการรับรู้ความเสี่ยงในผู้ใช้บริการได้ จากมุมมองทั้งสองด้านของผู้ใช้บริการนี้พบว่ามีความกระทบต่อความไว้วางใจและการรับรู้ความตั้งใจในการใช้บริการระบุตำแหน่ง

สมมติฐานข้อที่ 2: การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครในทางลบซึ่งแสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ใช้บริการนั้นมีการรับรู้เสี่ยงที่มากขึ้นเกี่ยวกับความไม่น่าเชื่อถือของข้อมูล โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดมากกว่าการใช้บริการอื่นที่คล้ายกัน ความไม่มั่นใจในมาตรการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและโอกาสที่จะถูกใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ของผู้ให้บริการส่งผลต่อระดับความไว้วางใจในการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีที่สูงขึ้น ซึ่งจากที่กล่าวมานั้นสอดคล้องกับแนวคิดของ McKechie (2006) ที่ได้ศึกษามิติเกี่ยวกับความเสี่ยงที่จะนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีในเรื่องของความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการที่ผู้ใช้บริการมีความกังวลเกี่ยวกับการถูกละเมิดหรือลักลอบนำข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตและความสูญเสียที่อาจเกิดจากการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ การศึกษาของฐิติยาภรณ์ ธีรานูวรรตน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust Perception) ของผู้ใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 21-25 ปี สามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงจากการใช้ เทคโนโลยีทางการเงินการสร้างความรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจได้จากการป้องกันความเป็นส่วนตัว อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่สามารถเพิ่มการรับรู้ความเสี่ยงและลดการรับรู้ความเชื่อมั่นไว้วางใจในการเลือกใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินได้แก่ ปัจจัยด้านการตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้งานเอง นอกจากนี้

พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลทางลบต่อความตั้งใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

กล่าวโดยสรุปจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าวทั้งหมดได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรู้ถึงประโยชน์และขั้นตอนการใช้งานส่งผลทางบวกต่อความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ของผู้ใช้บริการในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยและด้านข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการส่งผลต่อความไว้วางใจในการใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ควรศึกษาวิจัยกลุ่มลูกค้าในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อใช้เป็นแนวทางทำให้ทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการดังกล่าวและทราบถึงบริการที่ลูกค้านิยมใช้เป็นประจำเพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าหันมาใช้มากยิ่งขึ้น

5.2 ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงได้รับคำแนะนำหรือความคิดเห็นใหม่ ๆ เพื่อนำมาแก้ไขและพัฒนาบริการและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

5.3 เนื่องจากมีปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อการตั้งใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เช่น ภาพพจน์อิทธิพลด้านสังคมกลุ่มอ้างอิง เป็นต้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายผลการศึกษาค้นคว้าปัจจัยอื่นว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการบริการ อันนำไปสู่การพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไปในอนาคต

5.4 ควรเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่เป็นนิติบุคคลด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้กลุ่มลูกค้านิติบุคคลหันมาใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน กันมากขึ้น เพื่อเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินเพิ่มขึ้น

## 6. สรุปผลการวิจัย

6.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 21-30 ปี มีการตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินมากที่สุด ทั้งนี้ผลที่ได้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของธนาคารที่วางไว้ว่าจะขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น โดยจะเน้นการทำธุรกรรมด้านเทคโนโลยีทางการเงินกับกลุ่มลูกค้ารายย่อยมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยินยอมใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่สามารถทำธุรกรรมด้วยตนเอง ดังนั้นหากต้องการที่จะขยายจำนวนผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินให้เพิ่มมากขึ้น ต้องเน้นกลุ่มลูกค้าในช่วงอายุต่ำกว่า 21 ปี อาชีพพนักงาน/นักศึกษา ในขณะที่ธนาคารควรขยายฐานลูกค้าในช่วงอายุ 21-40 ปี ซึ่งมีการศึกษาและมีกำลังซื้อสูง ธนาคารควรพัฒนาโปรแกรมทางการตลาดสำหรับดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ให้มาใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน โดยการออกผลิตภัณฑ์และขยายช่องทางให้บริการให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและไลฟ์สไตล์ของลูกค้า ให้สามารถทำธุรกรรมการเงินที่หลากหลายมากขึ้น สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นกลุ่มลูกค้าหลักของธนาคาร มีบัญชีเงินเดือนผ่านธนาคารโดยตรง ควรขยายฐานลูกค้าโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ทราบถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ เช่น การโอนเงิน เช็คยอดเงิน คงเหลือ ข้าราชการสินค้าและบริการ เป็นต้น การทำให้กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มาใช้บริการจะทำให้เพิ่มปริมาณการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินได้มากขึ้น ซึ่งธนาคารควรให้บริการเจาะเข้าถึงไลฟ์สไตล์ของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย

6.2 การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบของแอปพลิเคชันธนาคารหรืออินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งย่อมไม่แตกต่างกัน และมีการอัปเดตที่ทำให้ระบบเปลี่ยนแปลงไป ผู้ใช้จึงต้องศึกษารายละเอียดแต่ละส่วน ซึ่งส่งผลให้การสูญเสียเวลาในการเรียนรู้วิธีการใช้บริการแอปพลิเคชัน ดังนั้นธนาคารควรออกแบบแอปพลิเคชันของบริการเทคโนโลยีทางการเงินให้ใช้งานได้ง่าย ปรับปรุงเมนูและขั้นตอนการใช้งานให้ง่ายขึ้น รวมถึงหาวิธีการให้บริการเทคโนโลยีทางการเงินบนเว็บไซต์ โดยจัดทำเป็นคลิปวิดีโอเพื่อให้ผู้ใช้ทราบถึงขั้นตอนการใช้งานที่สามารถทำได้โดยง่าย เพื่อให้เกิดการใช้งานมากยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต ในส่วนของพนักงานควรให้ความรู้กับลูกค้าที่มาทำธุรกรรมที่ธนาคาร ผลที่ได้ลูกค้าจะได้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้งาน เป็นการลดความกังวลว่าจะใช้งานไม่ถูกต้อง เมื่อมีการเรียนรู้ก่อนการใช้งานจริงจะทำให้เกิดความคุ้นเคยและรู้สึกว่าใช้งานได้ง่าย เป็นการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้กับลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าสมัครใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินกันมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ใช้บริการควรศึกษาที่อยู่บนนั้นให้ดีก่อนใช้งานเพื่อป้องกันข้อผิดพลาด

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

## เอกสารอ้างอิง

- ณัฐดนัย ไชชน. (2555) *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการจากธนาคารพาณิชย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- ธนกฤต เงินอินตะ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(2), 26-36.
- ธนภรณ์ แสงโชติ. (2561). *การยอมรับเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน FinTech Adoption of MyMo Mobile Banking in Government Saving Bank. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ธนาภา หิมารัตน์. (2559) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน บริบทธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต การบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ฤทัยภัทร ท้าววงศ์. (2557). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้า. วิทยานิพนธ์บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเนชั่น.*
- สรวส อมรแก้ว. (2555). *ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ สินค้าอาหารจากตลาดสด ในกรุงเทพมหานครของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

- สุดารัตน์ ภูสมนึก. (2562). ความเชื่อมั่นในระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของส่วนราชการผู้เบิกในจังหวัดภายใต้สำนักงานคลังเขต 4. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 11(3), 93-104
- สุวิมล มธุรส. (2556). การรับรู้การโฆษณาธนาคารทางโทรทัศน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ภาวิดา หม่อมปลัด. (2556). ความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- Aggelidis, V. P., & Chatzoglou, P. D. (2016). *Using a modified technology acceptance model in hospitals. International Journal of Medical Informatics*, 78(2), 115-126.
- Aldas-Manzano, J., Lassala-Navarré, C., Ruiz-Mafé, C., & Sanz-Blas, S. (2019). The role of consumer innovativeness and perceived risk in online banking usage. *International Journal of Bank Marketing*, 27(1), 53-75.
- Black, N. J., Lockett, A., Ennew, C., Winklhofer, H., & McKechnie, S. (2012). Modelling consumer choice of distribution channels: an illustration from financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 20(4), 161-173.
- D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2012). *Developing and Validating Trust Measures for e-Commerce. Information System Research*, 13(3), 334-359.
- Featherman, M., & Pavlou, P. A. (2003). *Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Hart, O. A., Nwibere, M. N., & Inyang, B. J. (2015). The uptake of electronic commerce by SMEs: A meta the oretical framework expanding the determining constructs of TAM and TOE frameworks. *Journal of Global Business Technology*, 6(1), 1-27.
- Hoyer, W. T., & MacInnis, D. (1997). *The Effect of Online Service Quality toward Perceived Risk, Customer Attitudes, Relationship Quality, Online Purchase Intention, E-Loyalty, and Purchasing Behavior. Consumer Behavior Houghton Mifflin, Boston MA.*
- Hoffman, D. L., & Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: conceptual foundations. *Journal of Marketing*, 60, 50-68.
- Kuisma, T., Laukkanen, T., & Hiltunen, M. (2007). Mapping the reasons for resistance to internet banking: a eans-end approach. *International Journal of Information Management*, 27(2), 75-85.
- Lee LK., et al. (2009). *Menstruation among adolescent girls in Malaysia : a cross-sectional school survey. Singapore. Med J.*, 47(10), 869 – 74.
- Lim, N. (2003). *Consumer perceived risk: Sources versus consequences. Electronic Consumer Research and Applications*, 2, 216-28.

- Littler, D., & Melanthiou, D. (2006). Consumer perceptions of risk and uncertainty and the implications for behaviour towards innovative retail services: the case of internet banking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(6), 431-443.
- Mathieson et al. (2010). Predicting use intention comparing the TAM with the theory of planed behavior. *Information System Research*, 12(3), 173-191.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Shoorman, F. D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. Academy of Management Review 20(3), 709-734.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The impact of initial consumer trust intentions to transact with a Web site: A trust building model. *Journal of Strategic Information Systems*, 11(3-4), 297-323.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (2014). *The commitment-trust theory of relationship marketing*. *Journal of Marketing*, 58(3), 23-38.
- Nitin, N. & Nath, V. & Nanvy, G. (2014). A study of Adoption behavior of mobile banking service by Indian consumers. *International Journal of Research in Engineering & Technology*, 2, 209-222.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5<sup>th</sup>ed.). New York : Free Press.
- Yu, S.-C. (2016). *Older-users acceptance of smart card payment systems: An investigation of an old-street Venders*. Information Science and Digital Content Technology (ICIDT), March, 152-156.
- Zhou. (2013). *An empirical examination of user adoption of location-based services*. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(1), 25-39.