

อิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

The influence of perceived risk and trust, Affects intention to use the Mobile Banking Application service of users in Bangkok Metropolitan Region

วราภรณ์ ทำนุราศี
Waraporn Thumnurasee

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ Mobile Banking Application ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 2) ศึกษาความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 3) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 4) ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Banking Application ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรสองตัวแปรโดยใช้ Independent Sample T-Test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA ทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี Scheffe' และค่าสถิติถดถอยแบบพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.25 อายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.00 และผลวิจัยยังพบว่าระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = .753), ระดับความคิดเห็นต่อความไว้วางใจ (Trust) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.67, S.D. = .673) และระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking

Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = .748)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้ใช้บริการ Mobile Banking Application ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ($t(398) = 0.781$, $p = 0.435$) และผลวิจัยยังพบว่าการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าอำนาจการพยากรณ์ได้ร้อยละ 13.60, ความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าอำนาจการพยากรณ์ได้ร้อยละ 56.40 ซึ่งจากผลการศึกษาครั้งนี้ธนาคารหรือผู้ให้บริการระบบ Mobile Banking Application สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือนำไปใช้เพื่อการออกแบบและพัฒนาระบบ Mobile Banking Application รวมไปถึงวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการต่อไปได้

คำสำคัญ : การรับรู้ความเสี่ยง, ความไว้วางใจ, ความตั้งใจใช้บริการ

ABSTRACT

The objective of this research study to 1) Study the influence of perceived risk and trust of Mobile banking application user in Bangkok metropolitan region 2) Study the intention to use the Mobile banking application services of users in Bangkok metropolitan region 3) Study personal factors that affects intention to use the Mobile banking application services of users in Bangkok metropolitan region 4) Study the perceived risk and trust, affects intention to use the Mobile banking application services of users in Bangkok metropolitan region. The research sample totally 400 respondents is Mobile banking application users lived in Bangkok metropolitan region that over 15 years old. An online questionnaire is a research instrument used to collect information from sample. Data analysis and statistics by percentage, mean, standard deviation and test the statistics hypothesis by Independent Sample T-Test, One Way ANOVA, Scheffe' method and Multiple Regression Analysis.

The results of the study revealed that the majority of respondents were female at 57.25 percent, aged 20-30 years at 34.75 percent, education at the bachelor's level at 63.00 percent, employees at 42.50 percent and average monthly income 20,000 - 40,000 baht at 36.00 percent.

And the results of the overall level of opinions on perceived risk at a high level ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = .753), the overall level of opinions on trust at a high level ($\bar{X}$ = 3.67, S.D. = .673) and the overall level of opinions on the intention to use the Mobile banking application services of users in Bangkok metropolitan region at a high level ($\bar{X}$ = 3.94, S.D. = .748)

The results of the statistic hypothesis testing found that Mobile banking application users with different personal factors (gender, age, education, occupation, and average monthly income) had not different intentions to use Mobile banking application services at the level of statistical significance of .05 ($t(398) = 0.781$, $p = 0.435$) and the Perceived risk affects the intention to use the Mobile banking application service of users in Bangkok metropolitan region statistically significant at the .05 with the predictive power value at 13.60 percent, Trust affects the intention to use the Mobile banking application services of users in Bangkok metropolitan region statistically significant at the .05 with the predictive power value at 56.40 percent. The results of the study, Banks or Mobile banking application service providers to be continue with the data to develop products. Or to be continue to design and develop the Mobile banking application system, include planning the marketing strategy of the service provider.

Keyword : Perceived Risk, Trust, Intention to use

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท., 2566) ได้มีการรวบรวมข้อมูลภัยการเงินที่เกิดขึ้นทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทย โดยอ้างอิงจากข้อมูลสถิติจากรายงาน The Global State of Scam Report-2022 แสดงให้เห็นว่ามีการหลอกลวงที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 ทั่วโลกมีรายงานการถูกหลอกลวงเงินผ่านช่องทางออนไลน์มากถึง 293 ล้านครั้ง และมีมูลค่าความเสียหายสูงถึง 55,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (1.935 ล้านล้านบาท อัตราแลกเปลี่ยน 35 บาทต่อ ดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10.2 จากปีก่อนหน้า และเป็น การฉ้อโกงด้านการชำระเงินที่สูงที่สุด ซึ่งประเทศไทยเกิดภัยคุกคามทางการเงินสูงเป็นอันดับ 6 ของโลก รองจากอินเดีย ไนจีเรีย ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐฯ และออสเตรเลีย และจากรายงานข้อมูลของ ACI Worldwide(ผู้ให้บริการโซลูชันการธนาคารและการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบเรียลไทม์) ยัง

พบว่าประเทศไทยใช้ระบบการเงินแบบโอนและรับเงินได้ทันทีตลอด 24 ชั่วโมง (real-time payment) สูงเป็นอันดับ 4 ของโลก รองจากอินเดีย บราซิล และจีน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีภัยคุกคามทางการเงินสูงตามไปด้วย

ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.,2565) ในส่วนของสถิติกระบวนการฉ้อโกงทางการเงิน (Financial Fraud) ในประเทศไทยปี 2564 พบว่ามีจำนวนการโทรศัพท์หลอกลวงเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 270 และ SMS หลอกลวงเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึงร้อยละ 57 มูลค่าการฉ้อโกงทางการเงินปี 2564 สูงถึงเกือบ 1,600 ล้านบาท สูงขึ้นกว่าปีก่อนหน้าเท่าตัว โดยที่การฉ้อโกงทางการเงินผ่านช่องทางการชำระเงิน Internet & Mobile เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ และเป็นมูลค่าที่สูงที่สุดเมื่อเทียบย้อนหลังไปสามปี (2564-2561)

การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจในการใช้งาน Mobile Banking Application เป็นปัจจัยมีความสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจ การรู้เท่าทัน แก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และส่งเสริมให้เกิดการป้องกันเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงกระบวนการฉ้อโกงทางการเงิน (Financial Fraud) ของผู้ใช้บริการ Mobile Banking Application

ความตั้งใจใช้บริการในการใช้งาน Mobile Banking Application เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อผู้ให้บริการซึ่งเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ให้บริการระบบ ฯ ในการบริการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจของสถาบันการเงิน การที่ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมความตั้งใจใช้บริการระบบ ฯ ของสถาบันการเงินนอกจากส่งผลต่อช่องทางที่ก่อให้เกิดรายได้แล้วนั้น ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร เพิ่มการได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าเดิมและโอกาสในการเพิ่มลูกค้าใหม่ในอนาคต และยังเป็นช่องทางในการลดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ให้กับองค์กรเช่น ค่าใช้จ่ายในการจ้างบุคลากร ค่าใช้จ่ายในการทำสารสนเทศทางการตลาด (IMC) เป็นต้น

ประเทศไทยในปัจจุบันมีข่าวคราวมิฉฉาหรือแก๊งคอลเซ็นเตอร์ที่มาพร้อมกับอุบายล่อลวงใหม่ๆ ที่แยบยลมากขึ้น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ล้วนเป็นกระบวนการฉ้อโกงทางการเงิน (Financial Fraud) ซึ่งแก๊งคอลเซ็นเตอร์ไม่ได้เป็นรูปแบบเดียวของกระบวนการฉ้อโกงทางการเงิน (Financial Fraud) ยังมีการฉ้อโกงรูปแบบอื่นที่สร้างความเสียหายให้กับภาคประชาชน และประเทศอย่างอย่างมหาศาล ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน(สถาบันการเงิน/ธนาคารพาณิชย์)ซึ่งเป็นผู้ให้บริการระบบ Mobile Banking Application รวมไปถึงภาคประชาชนซึ่งเป็นผู้ใช้บริการ จึงต้องมีความร่วมมือกันเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา โดยการสร้างความรู้ ความเข้าใจกับประชาชนถึงภัยทางการเงินที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการ Mobile Banking Application อยู่ใกล้ตัวกว่าที่คิด การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application จึงเป็นส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นส่วนหนึ่งที่จะเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจกับผู้ใช้บริการ ซึ่งถือเป็นด่านหน้าในการป้องกันและแก้ไขปัญหา ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นการศึกษาต้น

การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จึงมีความสำคัญเพื่อลดการเกิดกระบวนการฉ้อโกงทางการเงิน (Financial Fraud) และลดความเสียหายทั้งทางด้านการเงิน ด้านเวลา ด้านจิตใจของผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ อีกทั้งยังเป็นการลดความเสียหายภาพรวมให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. การรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
3. ความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วย 1) ตัวแปรอิสระ คือ 1.1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ, อายุ, การศึกษา และอาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1.2) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย (Security Risk), ด้านการเงิน (Financial Risk), ด้านสังคม (Social Risk), ด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk), ด้านจิตใจ (Psychological Risk) และด้านเวลา (Time Risk) 1.3) ความไว้วางใจ (Trust) ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ (Integrity), เจตนา (Intent), ความสามารถ (Capabilities) และผลลัพธ์ (Results) 2) ตัวแปรตาม ประกอบด้วย ความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ผู้ใช้บริการ Mobile Banking Application ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง

3. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2567 ถึง 31 พฤษภาคม 2567

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การรับรู้ความเสี่ยง (Demirdogen, Yaprakli, Yilmaz, & Husain, 2010) ได้มีการพิจารณาความเสี่ยงในภาคผู้บริโภค และได้สรุปปัจจัยความเสี่ยงที่สามารถรับรู้ได้ ดังนี้ 1.1) ด้านความปลอดภัย (Security Risk) คือ ความเชื่อหรือทัศนคติเกี่ยวกับความไม่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียต่างๆ ทั้งจากผู้ให้บริการ และจากผู้ให้บริการ รวมถึงความปลอดภัยด้านความเป็นส่วนตัว 1.2) ด้านการเงิน (Financial Risk) คือ ความเชื่อหรือทัศนคติเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายหรือจำนวนเงินที่อาจสูญเสียมากกว่าปกติจากการใช้บริการ 1.3) ด้านสังคม (Social Risk) คือ การรับรู้ที่เกิดขึ้นจากบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลแสดงความคิดเห็น และส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้งานระบบ 1.4) ด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) คือ ประสิทธิภาพในการใช้บริการซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับคุณภาพของระบบในการให้บริการ ซึ่งอาจจะมาตัวระบบเอง ที่ส่งผลให้ระบบทำงานผิดพลาด หรือเกิดข้อบกพร่องอื่นๆ ระหว่างการให้บริการ 1.5) ด้านจิตใจ (Psychological Risk) คือ ความรู้สึกที่มีต่อการใช้บริการระบบที่อาจจะไม่เหมาะสมกับตัวเอง ไม่เหมาะกับวัย และความเสี่ยงที่กระทบต่อความรู้สึก ที่การใช้งานไม่เกิดข้อผิดพลาด ส่งผลกระทบต่อจิตใจ เกิดความเครียด และความกังวลได้ 1.6) ด้านเวลา (Time Risk) คือ การใช้งานที่ไม่ได้ผลตามที่คาดหวังไว้ หรือความผิดพลาดในการทำธุรกรรม การเสียเวลาในการศึกษาเรียนรู้ การเสียเวลาในการใช้งาน

2. ความไว้วางใจ (Covey, 2018) ในหนังสือ The Speed of Trust : The One Thing That Changes Everything ได้กล่าวไว้ว่า ความไว้วางใจ (Trust) สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ พัฒนาให้มากขึ้นได้ ถูกทำลายได้ และสร้างขึ้นใหม่อีกได้ ความไว้วางใจประกอบด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ 1. บทบาทหรือบุคลิกภาพที่แสดงออกมา (Character) และ 2. ความสามารถที่ทำได้จริง (Competence) โดยในส่วนของบทบาทหรือบุคลิกที่แสดงออกมานั้นจะต้องมีรากฐานมาจากความคิดและเจตนาที่ดีตามหลักคุณธรรมและจริยธรรม ส่วนความสามารถที่ทำได้จริงนั้นต้องมีรากฐานมาจากความรู้และประสบการณ์ทำงาน ตลอดจนการประสบความสำเร็จจนเป็นที่ยอมรับของแต่ละคน นอกจากนี้ความไว้วางใจยังต้องมีรากฐานที่สำคัญ 4 ประการที่เชื่อมโยงกัน คือ 1) คุณธรรมจริยธรรมและค่านิยมที่ดีงามที่มีอยู่ในจิตใจ (Integrity) เป็นลักษณะที่ดีที่อยู่ในตัวบุคคลเช่น ความซื่อสัตย์ ความมีวินัย ความเสมอต้นเสมอปลาย ความอ่อนน้อมถ่อมตน ความรับผิดชอบ ความกล้าหาญ เป็นต้น 2) การมีเจตนาที่ดี (Intent) เป็นมิติทางด้านความคิดและจิตใจที่มีความสร้างสรรค์ คิดดี คิดในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม มีเจตจำนงมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ มีแรงบันดาลใจ มีการ

วางแผน และกำหนดเป้าหมายที่ต้องบรรลุ และมีการลงมือปฏิบัติเพื่อการบรรลุเป้าหมาย 3) การมีความสามารถ (Capabilities) ความสามารถในการนำความเก่ง (Talents) เจตคติ (Attitudes) ทักษะ (Skills) ความรู้ (Knowledge) และ สไตล์ (Style) มาใช้ในการทำงาน และ 4) ผลลัพธ์ (Results) ผลผลิตของการใช้ความสามารถจนประสบความสำเร็จ

3. ความตั้งใจใช้บริการ (Fishbien & Ajzen, 2010) คือความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของผู้บริโภค/ผู้ให้บริการ ที่จะแสดงพฤติกรรมในการใช้งาน/บริการ ความตั้งใจเป็นปัจจัยจุดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค/ผู้ให้บริการ และเป็นปัจจัยบ่งชี้ว่าผู้บริโภค/ผู้ให้บริการได้มีความพยายามเพื่อที่จะกระทำพฤติกรรมนั้นยังผู้บริโภค/ผู้ให้บริการมีความตั้งใจและความพยายามมากเพียงใดความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภค/ผู้ให้บริการจะกระทำพฤติกรรมก็มีมากเท่านั้น

จากการศึกษางานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่าการศึกษาวัยหลากหลาย ผู้วิจัยจึงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

กษมา จินกุล (2561) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาและด้านประสิทธิภาพมีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือ ในส่วนความไว้วางใจในด้านความสามารถมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสิน ในเขตราชบุรี พบว่าความไว้วางใจ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการ Mobile Banking รวมถึงมีอิทธิพลเชิงบวกในการใช้บริการจริง

Zhao Xing (2564) ได้ศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-Payment) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-Payment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความไว้วางใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-Payment) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-Payment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์ (2564) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน พบว่าปัจจัยความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ

M-Banking คือความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์จะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Banking เพิ่มขึ้น ปัจจัยความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Wallet คือความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวจะส่งผลให้การเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Wallet เพิ่มขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยกำหนดรูปแบบการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Banking Application ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Crochran (1977) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ลักษณะเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ประกอบด้วยการรับรู้ความเสี่ยง 6 ด้านดังนี้ ด้านความปลอดภัย ด้านการเงิน ด้านสังคม ด้านประสิทธิภาพ ด้านจิตใจ และด้านเวลา และความไว้วางใจ 4 ด้านดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถ ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเป็นมิตร ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ซึ่งส่วนที่ 2 และ 3 ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้ในการศึกษาไปทำการทดสอบความตรงของเครื่องมือ (Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) สรุปผลการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 หมายความว่าข้อคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ครบคลุมแต่ละด้าน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในครั้งนี้ จึงนำแบบสอบถามดังกล่าวทำการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัย จำนวน 30 ชุด (Pre-Test) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาค ของแบบสอบถามทั้งชุดมีค่าเท่ากับ .911 โดยค่า Cronbrach's Alpha แยกหัวข้อ ดังนี้ การรับรู้ความเสี่ยงเท่ากับ .886, ความไว้วางใจเท่ากับ .879 และความตั้งใจใช้บริการเท่ากับ .724

2.3 การรวบรวมข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้มาจากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด (ผ่านระบบออนไลน์) และนำกลับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลแบบค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations: S.D.) ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรสองตัวแปรโดยใช้ T-Test และตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.25 อายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 63.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 42.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.00 ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = .753) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านความปลอดภัย (Security Risk) ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = .822) และด้านการเงิน (Financial Risk) ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = .924) รองลงมาคือด้านด้านสังคม (Social Risk) ($\bar{X}$ = 3.75, S.D. = .912), ด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) ($\bar{X}$ = 3.74, S.D. = .923), ด้านจิตใจ

(Psychological Risk) ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = 1.209) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านเวลา (Time Risk) ($\bar{X} = 2.81$, S.D. = 1.166)

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความไว้วางใจ (Trust) โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อความไว้วางใจ (Trust) ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = .673) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านด้านผลลัพธ์ (Results) ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = .742) รองลงมาคือด้านความสามารถ (Capabilities) ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = .748), ด้านเจตนา (Intent) ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = .877) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = .757)

ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยภาพรวมมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = .748)

ตารางที่ 1 ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรโดยรวมของการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	3.078	0.193		15.936	0.000**		
ด้านความปลอดภัย (Security Risk)	0.039	0.060	0.042	0.648	0.518	0.505	1.981
ด้านการเงิน (Financial Risk)	-0.023	0.056	-0.028	-0.403	0.687	0.454	2.204
ด้านสังคม (Social Risk)	0.240	0.053	0.292	4.487	0.000**	0.510	1.962
ด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk)	0.166	0.052	0.205	3.205	0.001**	0.528	1.894
ด้านจิตใจ (Psychological Risk)	-0.183	0.050	-0.296	-3.698	0.000**	0.338	2.958
ด้านเวลา (Time Risk)	-0.064	0.049	-0.100	-1.313	0.190	0.371	2.694
Y = 3.078 + 0.039(X1) - 0.023(X2) + 0.240(X3) + 0.166(X4) - 0.183(X5) - 0.064(X6) + 0.695							
R ² = 0.149, Adjust R ² = 0.136, F = 11.492, Sig. = 0.000							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพหุคูณ พบว่าการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มี 3

ตัวแปร คือ ด้านสังคม (Social Risk), ด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) และด้านจิตใจ (Psychological Risk) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 13.6 ($\text{Adj } R^2 = .136$)

ตารางที่ 2 ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของสมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรโดยรวมของความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	0.977	0.141		6.933	0.000**		
ด้านความซื่อสัตย์ (Integrity)	-0.029	0.049	-0.030	-0.594	0.553	0.439	2.279
ด้านเจตนา (Intent)	-0.046	0.042	-0.054	-1.105	0.270	0.458	2.182
ด้านความสามารถ (Capabilities)	0.256	0.060	0.256	4.283	0.000**	0.306	3.265
ด้านผลลัพธ์ (Results)	0.603	0.050	0.598	12.051	0.000**	0.445	2.250
$Y = 0.977 - 0.029(X1) - 0.046(X2) + 0.256(X3) + 0.603(X4) + 0.494$							
$R^2 = 0.568$, Adjust $R^2 = 0.564$, $F = 129.796$, Sig. = 0.000							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์เชิงพหุคูณ พบว่าความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มี 2 ตัวแปร คือ ด้านความสามารถ (Capabilities) และด้านผลลัพธ์ (Results) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าตัวแปรความไว้วางใจ (Trust) ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 56.4 ($\text{Adj } R^2 = .564$)

อภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องอิทธิพลการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถนำมาอภิปรายผลตามสมมติฐานของการวิจัยได้ดังนี้

1. ด้านปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทภักดิ์ แต่รุ่งเรือง (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชัน KMA ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่าเพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน KMA ด้านคุณภาพบริการ ความไว้วางใจ และภาพลักษณ์องค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลพรรณ วันตา (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการทำธุรกรรมผ่าน QR CODE ธนาคารออมสินของผู้บริโภคเงินนอกเชลล์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศ อาชีพ รายได้ และการศึกษาที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทำธุรกรรมผ่าน QR CODE ธนาคารออมสินของผู้บริโภคเงินนอกเชลล์ในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร รัตสินทร (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์ โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านคิวอาร์ โค้ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเป็นผลมาจากการใช้งานระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือ Mobile Banking Application ในประเทศไทยได้รับการใช้งานเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทำให้เข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทุกการศึกษา และทุกรายได้ อีกทั้งรัฐบาลยังมีโครงการกระตุ้นให้เกิดใช้งานในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น จากแอปเปิ้ล เป็นต้น ทำให้ประชาชนที่เป็นผู้ให้บริการคุ้นเคยกับการใช้งานกับการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือ Mobile Banking Application ยิ่งขึ้น

2. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ด้านสังคม (Social Risk), ด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) และด้านจิตใจ (Psychological Risk) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhao Xing (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงในด้านกระบวนการทำงาน ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านจิตใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-payment) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณ.ชนม ประยูรวงศ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Wallet และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลพรรณ วันตา (2564) ได้

ทำการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการทำธุรกรรมผ่าน QR CODE ธนาคารออมสินของผู้บริโภคเงินออเรชั่นวัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านข้อมูลความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทำธุรกรรมผ่าน QR CODE ธนาคารออมสินของผู้บริโภคเงินออเรชั่นวัยในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษมา จินกุล (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา พบว่าการรับรู้ความเสี่ยง ด้านเวลา และด้านประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

3. ความไว้วางใจ (Trust) ด้านความสามารถ (Capabilities) และด้านผลลัพธ์ (Results) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhao Xing (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ พบว่าความไว้วางใจในด้านชื่อเสียงของผู้ให้บริการ ความเชื่อมั่นของระบบ ความซื่อสัตย์ และการคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการระบบชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (ระบบ M-payment) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณ.ชนม ประยูรวงศ์ (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน พบว่าความไว้วางใจในด้านความซื่อสัตย์ ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของ M-Banking และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี พบว่าอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานและอิทธิพลของความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตราชบุรี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กษมา จินกุล (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา พบว่าความไว้วางใจ ด้านความสามารถ ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา

ข้อเสนอแนะ

การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ของผู้บริการ Mobile Banking Application ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านความปลอดภัย (Security Risk) ในหัวข้อท่านกังวลว่าธนาคารจะนำข้อมูลส่วนตัวของท่านไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต และด้านการเงิน (Financial Risk) ในหัวข้อท่านกังวลว่าระบบจะถูกเจาะเข้า

โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Hacking) อย่างผิดกฎหมายและทำให้สูญเสียเงินในบัญชี ด้วยข้อมูลข่าวสารที่ออกมาในหลายๆ แหล่งที่น่าเชื่อถือบ่งบอกว่ามีการนำข้อมูลลูกค้าไปขายในแหล่งต่างๆ รวมถึงขายให้กลุ่มมิจฉาชีพ อาจทำให้เกิดความกังวลของผู้ใช้งานที่ข้อมูลของผู้ใช้งานจะรั่วไหลออกไปและเกิดความเสี่ยงต่อผู้ใช้งานตามมา ดังนั้นธนาคารหรือผู้ให้บริการระบบ Mobile Banking Application ควรมีมาตรการที่เพิ่มความเชื่อมั่นที่จะจัดการกับปัญหาดังกล่าวรวมถึงแสดงถึงความจริงใจในการแก้ปัญหาอย่างจริงจัง เพื่อเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นหรือเพิ่มความไว้วางใจให้ผู้ใช้งานใช้บริการต่อไป ในส่วนด้านการเงิน (Financial Risk) ผู้ใช้บริการระบบ Mobile Banking Application อาจมีความกังวลที่จะถูกเจาะเข้าโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Hacking) ที่สร้างความเสียหายทางการเงินตามมา ซึ่งปัจจุบันในหลายๆ ความเสียหายของการฉ้อโกงทางการเงินผ่านการใช้งาน Mobile Banking Application มีส่วนมาจากการถูกเจาะเข้าโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Hacking) ถึงแม้จะเป็นการเจาะที่ปลายทางของผู้ให้บริการเองก็ตาม ดังนั้นธนาคารหรือผู้ให้บริการระบบ Mobile Banking Application ควรมีการพัฒนาระบบอยู่ตลอดเวลา เช่น ระบบป้องกันหรือแจ้งเตือนที่รัดกุม รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์มากขึ้น เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นหรือเพิ่มความไว้วางใจที่จะใช้บริการระบบของท่าน (ธนาคารหรือผู้ให้บริการระบบ)

ความไว้วางใจ (Trust) ของผู้ให้บริการ Mobile Banking Application ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านผลลัพธ์ (Results) ในหัวข้อท่านมีการใช้งานระบบ Mobile Banking บ่อยครั้งขึ้น จากผลลัพธ์ด้านการใช้งานที่บ่อยครั้งขึ้น สะท้อนต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีแนวโน้มใช้บริการ Mobile Banking Application มากขึ้น ดังนั้นธนาคารหรือผู้ให้บริการระบบ Mobile Banking Application ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้งาน เพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนา ระบบ Mobile Banking Application ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อเพิ่มปริมาณการใช้งานผ่านระบบ Mobile Banking Application ให้สูงขึ้น เพื่อเป็นการลดปริมาณงานที่สาขาของธนาคารนำไปสู่การบริหารจัดการงานที่ดีขึ้นและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจได้อีกด้วย

จากผลการศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) พบว่าด้านสังคม (Social Risk) ด้านจิตใจ (Psychological Risk) ประสิทธิภาพ (Performance Risk) ตามลำดับ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นธนาคารหรือผู้ให้บริการระบบ Mobile Banking Application ควรให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ข้างต้นในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือมีส่วนในการนำไปใช้เพื่อการออกแบบและพัฒนา ระบบ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการต่อไป

จากผลการศึกษาความไว้วางใจ (Trust) พบว่า ด้านความสามารถ (Capabilities) และด้านผลลัพธ์ (Results) ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นธนาคารหรือผู้ให้บริการระบบ Mobile Banking Application ควรให้ความสำคัญกับความไว้วางใจ (Trust) ข้างต้นในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือมีส่วนในการนำไปใช้เพื่อการออกแบบและพัฒนา ระบบ Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลพรรณ วันตา. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการทำธุรกรรมผ่าน QR CODE ธนาคารออมสินของผู้บริโภคเงินนอกเรชัณวายุในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กษมา จินกุล. (2562). การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนมือถือของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- คมเพชร กรองกระจ่าง. (2566). รวมมิช ภัยการเงินออนไลน์รอบโลก (bot.or.th). ค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2567, จาก https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-66-3/globaltrend_financialfraud.html
- ณ.ชนม์ ประยูรวงศ์. (2563). การรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน. วารสารการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ดวงพร รัตสินทร. (2562). การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์ โค้ดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). Financial Fraud: กลไกทางการเงินใกล้ตัวกว่าที่คิด. ทีมพัฒนาและวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายนโยบายระบบการชำระเงิน. ค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2567, จาก https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/reports/payment-report/bi-monthly-report/Bi-monthly_report_Vol14-2022_April.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). รู้จัก mobile banking. ค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/digital-fin-lit/mobile-payment.html>

นันทกัณฑ์ แต่รุ่งเรือง. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้แอปพลิเคชัน KMA ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ประวิทย์ พิมพะสาร. (2555). การรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา : ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พรรษา คำเชื่อน. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าเงินเอนเรชั่นวายของธนาคารกรุงไทย สำนักงานเขตลำปาง ต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการคิวอาร์โค้ดในการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มารุต พัฒนาผล. (2561). การสร้างความไว้วางใจ (Trust). ค้นเมื่อ 5 มี.ค. 2567 จาก http://www.curriculumandlearning.com/upload/Coaching/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%84%E0%B8%A7%E0%B9%89%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%83%E0%B8%88_1544292380.pdf

ศรุตสา สายบัวต่อ, กนกกาญจน์ เสน่ห์ นมะหุต. (2562). รูปแบบการยอมรับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการสมาร์ตแอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพของ Gen X. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อังคณา รุ่งแจ้ง. (2566). อิทธิพลทางสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระค่าไฟฟ้าผ่านแอปพลิเคชัน PEA Smart Plus ของผู้ใช้บริการในอำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Zhao Xing. (2564). ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความไว้วางใจใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

Stephen R. Covey. (2016). The Speed of Trust. ค้นเมื่อ 5 มี.ค. 2567 จาก <https://www.leaneast.com/speed-of-trust>