



มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะศิลปศาสตร์

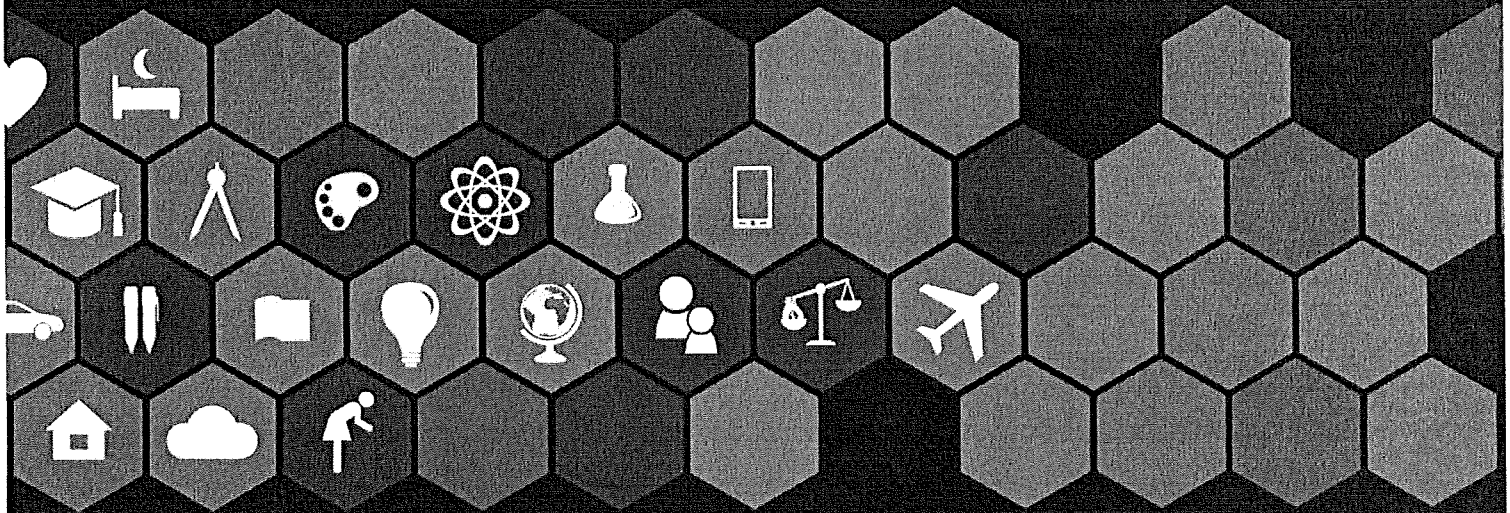
เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการ PROCEEDINGS

การประชุมวิชาการระดับชาติ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ประจำปี
2561

The 2nd National Conference on Humanities and Social Sciences:
Learning Diversity for Quality of Life

เรื่อง
“การเรียนรู้ที่หลากหลาย
เพื่อคุณภาพชีวิต”



9 กรกฎาคม 2561

อาคารสิริวิทยา คณะศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล



คำสั่ง คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ที่ 164/2561

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย
สำหรับการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต”
(Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

เพื่อให้การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2561 เรื่อง “การเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อคุณภาพชีวิต” (Learning Diversity for Quality of Life) คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดำเนินไปอย่างเรียบร้อย ในกรณีนี้ จึงขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิเป็นกรรมการประเมินบทความคัดย่อและบทความวิจัย ดังมีรายนามต่อไปนี้

1. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

- 1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงศรี สรณสถาพร
- 1.2 รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดี พิศภูมิวิถิ
- 1.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัทร เรืองพิทยา
- 1.4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประฤดา จันทร์ส่อง
- 1.5 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณิชา นิติสกุลวุฒิ
- 1.6 อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทร์อยู่
- 1.7 อาจารย์ ดร.เขมฤทัย บุญวรรณ
- 1.8 อาจารย์ ดร.พิมพ์นิต คอนดี
- 1.9 อาจารย์ ดร.เกรียงไกร ฮ่องเฮงเส็ง
- 1.10 อาจารย์ ดร.ยุวดี ธีรธราดล
- 1.11 อาจารย์ ดร.วิภาพรรณ งามประมวญ
- 1.12 อาจารย์ ดร.ณัฐชัชพิมพ์ ภาสรวเวทย์
- 1.13 อาจารย์ ดร.ทานพร ตระการเกลิงศักดิ์
- 1.14 อาจารย์ ดร.สมบุรณ์ พจน์ประสาท
- 1.15 อาจารย์ ดร.กรศิริ บุญประกอบ
- 1.16 อาจารย์ ดร.ไพศาล สุขใจรุ่งพัฒนา
- 1.17 อาจารย์ ดร.อัญชลี ภูษะกา
- 1.18 อาจารย์เก๋ แดงสกุล
- 1.19 อาจารย์สุรัสวดี รัตนกุล
- 1.20 อาจารย์ธันท์ ปรียานนท์

- 1.21 อาจารย์นิภาวรรณ เจริญลักษณ์
 - 1.22 อาจารย์สิรินิธี ชนระวงศ์
 - 1.23 อาจารย์ศศิษา วิทยาศาสตร์
 - 1.24 อาจารย์ธนวัฒน์ นุตยางกูล
 - 1.25 อาจารย์ศุภชัย ชาญวรรณกุล
 - 1.26 อาจารย์ณรงค์ศักดิ์ สอนใจ
 - 1.27 อาจารย์ภัทรพันธุ์ ไชยาคำ
 - 1.28 อาจารย์ศศิพินท์ ดิษฐานนท์
 - 1.29 ดร.กิมพลีษฐ์ เตชะราชันย์
2. คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 2.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรหรือรัญ
 - 2.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์
 - 2.3 อาจารย์ ดร.กฤษณ์ รักชาติเจริญ
 - 2.4 อาจารย์ ดร.บุญวดี มนตรีกุล ณ อยุธยา
 3. สถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล
 - 3.1 อาจารย์ ดร.ดวงหทัย บูรณเจริญกิจ
 - 3.2 อาจารย์ ดร.เอกพันธุ์ ปิณฑวนิช
 4. มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
 - 4.1 อาจารย์ ดร.อนัญญา กรรณสูต
 5. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 5.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา คุณธรรมดี
 6. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - 6.1 รองศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ อมรวณิชศักดิ์
 7. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 - 7.1 อาจารย์ ดร.สุภลักษณ์ ลวดลาย
 8. สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 8.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังศรา ประเสริฐสิน
 9. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 - 9.1 อาจารย์ ดร.พลพัจน์ โคตรจรัส
 10. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 10.1 อาจารย์ ดร.ธิตี ญาณปรีชาเศรษฐ
 - 10.2 อาจารย์ ดร.นันทวัฒน์ ภัทรกรนนท์
 11. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
 - 11.1 รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

12. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

12.1 รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภาพ

13. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธนบุรี

13.1 ดร.ปฐมพร อินทรานุกร ณ อยู่ธยา

14. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

14.1 อาจารย์ศุภินันท์กรัย ระวีวงศ์

15. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

15.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุทัศน์ คล้ายสุวรรณ

ทั้งนี้ ให้ผู้ทรงคุณวุฒินี้มีหน้าที่ประเมินบทความย่อและบทความวิจัย ตั้งแต่บัดนี้จนกว่าจะดำเนินการประเมินแล้วเสร็จ

สั่ง ณ วันที่ 3 กรกฎาคม 2561



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนายุส ชนชิตี)

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

ผลของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อความตั้งใจ
ในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
Effects of Self-Confidence and Cynicism on Intention to Adopt Digital Banking Platform

กิตติกาญจน์ ว่องธนาสาร¹, กุลธิดา สลบลี² และธาดาธิเบศร์ ภูทอง³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยการนำทฤษฎีความพยายาม (The Theory of Trying) ความเชื่อมั่นในตนเองทั่วไป (General Self-Confidence) และทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน (Cynicism) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน ทัศนคติต่อความสำเร็จ ทัศนคติต่อความล้มเหลว ทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน ทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม จำนวน 146 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทดสอบความเที่ยงของแต่ ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนแบค นำผลมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติต่างๆ ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ ค่าร้อยละ ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอย พหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานส่งผลในเชิงลบต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ การเรียนรู้เพื่อใช้งาน และยังส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความล้มเหลว โดยทัศนคติต่อความสำเร็จและการเรียนรู้เพื่อ ใช้งานส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน ในขณะที่ทัศนคติต่อความล้มเหลวส่งผลในเชิงลบต่อ ทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านการยอมรับ เพื่อใช้งานส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความเชื่อมั่นในตนเอง, ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน, ธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม, ความตั้งใจ ในการยอมรับ

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ABSTRACT

The main purposes of this study are to investigate the effects of self-confidence and cynicism on intention to adopt digital banking platforms. Based on 3 theories which are the theory of trying, general self-confidence and cynicism. Which includes general self-confidence, cynicism, attitude toward success, attitude toward failure, attitude toward learning to use mobile banking, attitude toward mobile banking adoption and Intention to adopt mobile banking. The sample used in this research is a group of people who used digital banking platforms 146 samples. An online questionnaire survey was administrated with convenience sampling and data were collected to test the reliability of each variable with coefficient alpha. The data were analyzed through statistic methods such as descriptive statistics and test the hypothesis by using the simple regression analysis and multiple regression analysis.

Results showed that the factors that cynicism have negative impact on the attitude toward success, learning to use mobile banking and also has positive impact on the attitude toward failure. In addition, the factors that attitude toward success and learning to use mobile banking have positive impact on attitude toward mobile banking adoption. While the factors that attitude toward failure has negative impact on attitude toward mobile banking adoption ($p < 0.05$). Furthermore, the factors that attitude toward mobile banking adoption has positive impact on intention to adopt mobile banking ($p < 0.05$), respectively.

Keywords: self-confidence, cynicism, digital banking platform, intention to adopt

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความนิยมในการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ หรือระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารและกิจกรรมในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) คือ การที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น หรือความสัมพันธ์ข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ นำมาซึ่งความเจริญเติบโตของการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศและการพึ่งพากันระหว่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น โลกาภิวัตน์จึงเป็นเรื่องของสิ่งที่กระจายไปทั่วโลก เป็นกระบวนการของการแพร่ขยายสิ่งต่างๆ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการกระจายข้อมูลข่าวสารจากประชากรในพื้นที่หนึ่งไปสู่ประชากรในพื้นที่อื่นๆ ของโลก (Scholte, 2007) จากที่กล่าวมาจึงสามารถสรุปได้สั้นๆว่า โลกาภิวัตน์ คือ “โลกไร้พรมแดน” หรือการทำให้โลกเล็กลงและเชื่อมกันทั้งหมดภายใต้การพัฒนาของเทคโนโลยีสารสนเทศที่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย โดยมีจุดเริ่มต้นที่สำคัญมาจากการพัฒนาระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมโยงการสื่อสารระหว่างบุคคล หน่วยงาน และองค์กรต่างๆ ในโลกเข้าด้วยกัน ปัจจุบันระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (ภาณุวัฒน์ กองราช, 2554) จากผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปี 2560 โดยผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA ซึ่งได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลพื้นฐานและศึกษาพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์จากกลุ่มประชากรจำนวน 25,101 คน ในช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม

2560 ผลสำรวจชี้ให้เห็นว่า Gen Y (อายุเฉลี่ย 18-38 ปี) เป็นกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันสูงสุด โดยในช่วงวันทำงานหรือวันเรียนหนังสือใช้เฉลี่ยที่ 7.12 ชั่วโมงต่อวัน ขณะที่ Gen X (อายุเฉลี่ย 39-53 ปี) และ Gen Z (อายุเฉลี่ย 1-18 ปี) ใช้อินเทอร์เน็ตในวันทำงานและวันเรียนหนังสือ โดยเฉลี่ยเท่ากับที่ 5.48 ชั่วโมงต่อวัน แต่ในวันหยุด Gen Z กลับใช้เพิ่มขึ้นเป็น 7.12 ชั่วโมงต่อวัน ส่วนกลุ่ม Baby Boomer (อายุเฉลี่ย 54-72 ปี) ใช้ 4.54 ชั่วโมงต่อวันในวันทำงาน และ 4.12 ชั่วโมงต่อวันในวันหยุดเท่านั้น โดยวัตถุประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ การใช้โซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 86.9 การค้นหาข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 86.5 การรับส่งอีเมล คิดเป็นร้อยละ 70.5 การดูทีวีและฟังเพลงออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 60.7 และการซื้อสินค้าออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 50.8 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2560)

จากผลการสำรวจดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าผู้คนในปัจจุบันไม่ได้ใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือสื่อดิจิทัลเพื่อติดต่อสื่อสารหรือค้นหาข้อมูลเท่านั้นแต่ยังใช้ประโยชน์เพื่อทำธุรกิจและซื้อขายสินค้าออนไลน์อีกด้วย ดังจะเห็นได้จากสถิติการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ในช่วงเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม พ.ศ.2560 ซึ่งพบว่าในเดือนกรกฎาคม มีจำนวนบัญชีผู้ใช้งาน 27,148,189 ราย เดือนสิงหาคม 27,226,717 ราย เดือนกันยายน 28,442,453 ราย เดือนตุลาคม จำนวน 29,444,199 ราย เดือนพฤศจิกายน 30,491,019 ราย และเดือนธันวาคม 31,641,487 ราย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าจำนวนผู้ใช้บริการธนาคารผ่านระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สถาบันผู้ให้บริการทางการเงินต่างๆ ต้องพัฒนาการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกและใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มช่องทางการให้บริการที่ในอดีตผู้ใช้บริการจำเป็นต้องทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารหรือเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (ATM) เท่านั้น แต่ในปัจจุบันธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นทางเลือกสำคัญที่ธนาคารใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ติดต่อสื่อสาร และดำเนินธุรกิจกับลูกค้าของธนาคารหรือเรียกว่า “พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Commerce) ซึ่งเป็นการใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Palmer, 1997)

ในประเทศไทยได้มีการให้บริการธุรกรรมธนาคารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ตั้งแต่ปีพ.ศ.2538 โดยธนาคารแรกที่เริ่มมีเว็บไซต์สำหรับเผยแพร่ข้อมูลทั่วไปของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) นับตั้งแต่นั้นมาธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ในประเทศไทยก็เริ่มมีเว็บไซต์อย่างแพร่หลาย และในปีพ.ศ.2540 ได้มีการริเริ่มการพัฒนาเว็บอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเอง (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว, 2552) จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าได้มีการให้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในประเทศไทยมาเป็นระยะเวลายาวนานแล้ว แต่เพิ่งจะได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ด้วยเหตุนี้ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ จึงจำเป็นที่จะต้องนำเสนอและให้ความรู้เกี่ยวกับบริการเหล่านี้แก่ลูกค้าของธนาคาร ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคถือเป็นสิ่งสำคัญที่ธนาคารต้องศึกษาเพื่อส่งเสริมให้ลูกค้าเกิดการเรียนรู้และยอมรับที่จะใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

โดยกลุ่มลูกค้าที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confident) และมีทัศนคติเชิงลบต่อบุคคลและงาน (Cynicism) จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความไม่เชื่อมั่นในประสิทธิภาพการทำงานของคอมพิวเตอร์หรือระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มว่าจะสามารถทำงานได้อย่างถูกต้องแม่นยำเทียบเท่ากับพนักงานธนาคาร จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้ไม่เกิดการเรียนรู้และยอมรับการใช้งานบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Bagozzi et al., 1992) ซึ่งในการศึกษานี้มีตัวแปรอิสระเป็นปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในตนเอง และทัศนคติเชิงลบต่อบุคคลและงาน และปัจจัยด้านทัศนคติต่อความสำเร็จ ทัศนคติต่อ

ความล้มเหลว ทักษะคิดต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน ทักษะคิดต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน และความตั้งใจในการใช้บริการ ธาราคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นตัวแปรตามในการวิจัย

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประเด็นนี้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีข้อมูลหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องค่อนข้างน้อย จากความสนใจ และเล็งเห็นถึงความสำคัญของประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องผลของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อความ ตั้งใจในการยอมรับบริการธาราคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ธาราคารพาณิชย์ต่างๆ สามารถปรับปรุงการให้บริการธาราคารบนอินเทอร์เน็ตให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างสูงสุด จน นำไปสู่ความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานบริการธาราคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงผลของความเชื่อมั่นในตนเองที่มีต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ ทักษะคิดต่อความล้มเหลว และ ทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานบริการธาราคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
2. เพื่อศึกษาผลของทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ ทักษะคิดต่อความล้มเหลว และทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานบริการธาราคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
3. เพื่อศึกษาถึงผลของทัศนคติต่อความสำเร็จ ทักษะคิดต่อความล้มเหลว และทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานที่ มีต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานบริการธาราคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม
4. เพื่อศึกษาถึงผลของทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการธาราคารบนดิจิทัล แพลตฟอร์ม

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานต่อความ ตั้งใจในการยอมรับบริการธาราคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของความพยายาม (The Theory of Trying) ความเชื่อมั่นในตนเอง (General Self-Confidence) และทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน (Cynicism) มา ผสมกับทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance) ได้แก่ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT และ UTAUT 2 ของ Venkatesh, Morris, Davis และ Davis (2003) โดยมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

ความเชื่อมั่นในตนเอง หมายถึง ความเชื่อมั่นในตนเองมีความเกี่ยวข้องกับความไม่แน่นอนและความเสี่ยง เมื่อ บุคคลต้องเผชิญหน้ากับสถานการณ์ที่ซับซ้อน ความเชื่อมั่นในตนเองนั้นจะมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการ ตัดสินใจของบุคคล และเป็นตัวกำหนดทัศนคติของบุคคล (Chuang et al., 2013; Bearden et al. 2001; Benabou และ Tirole, 2002) ความเชื่อมั่นในตนเอง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ความเชื่อมั่นในตนเองทั่วไป (General self-confidence) และความเชื่อมั่นในตนเองเฉพาะ (Specific self-confidence) (Bearden et al. 2001 และ Agarwal et al., 2000) บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองทั่วไปสูงนั้นจะคุ้นเคยกับการตัดสินใจในเรื่องใหม่ๆ ชอบความเสี่ยง มี การโน้มน้ำหนักเพื่อที่จะหาผลประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ ซึ่งพวกเขาจะมีความสุขใจในทางเลือกของตนเอง และ สามารถเอาชนะความกังวลและความผิดพลาดในสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนและมีความเสี่ยง (Chuang et al., 2013; Dodd et al., 2005 และ Barber et al., 2006) ดังนั้นบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตนเองจะกำหนดว่าความสำเร็จเป็น

สิ่งที่มีคุณค่าสูง และความล้มเหลวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ซึ่งผู้ที่มีความมั่นใจในตนเองจะมีแนวโน้มสนใจในการประเมินผลลัพธ์ของการยอมรับการใช้งานมาใช้มากกว่าการไม่ยอมรับการใช้งานไม่ว่าอย่างใด ทั้งนี้พวกเขายังเชื่อว่าการเรียนรู้เพื่อใช้งานบริการไม่ว่าอย่างใดก็มีความน่า สนใจ น่าสนุกสนาน และสิ่งเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน

ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน หมายถึง การไม่เชื่อในความตั้งใจหรือความดีในแรงจูงใจและการกระทำของมนุษย์ แสดงถึงความรู้สึกที่ผันแปรมาจากความท้อแท้เหนื่อยหน่าย ความสงสัยการดูหมิ่นเหยียดหยามผู้อื่น และเยาะเย้ยการไม่ยอมรับ(Regoli, 1976; Gerber และ Ward, 2011) ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งในการพิจารณาที่กระตุ้นการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ของผู้บริโภค ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานในแต่ละบุคคลนั้นอาจทำให้พวกเขาสรุปว่าตนเองนั้นถูกหลอกลวงจากการใช้บริการไม่ว่าอย่างใด พวกเขาเริ่มรู้สึกว่าความทดลองใช้ที่นำมาซึ่งความล้มเหลวเกิดขึ้นได้มากกว่าการทดลองใช้ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ และยิ่งไปกว่านั้นพวกเขาเชื่อว่าการเรียนรู้เพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสิ่งที่ไร้ประโยชน์และเป็นอันตราย (Chylinski และ Chu, 2010; Darke และ Ritchie, 2007; Tan และ Tan, 2007; Dean et al., 1998 และ Dobscha, 1998)

ทัศนคติต่อความสำเร็จ หมายถึงทัศนคติที่ดีที่เกิดขึ้นกับบุคคลเมื่อไม่ได้รับการขัดขวางหรือปัญหาจากผลกระทบทั้งปัจจัยภายในและภายนอกในการเรียนรู้เพื่อใช้งานเทคโนโลยี บุคคลจึงประสบความสำเร็จมากกว่าความล้มเหลวจากการเรียนรู้เพื่อใช้งานเทคโนโลยี (Taylor et al., 2001 และ Xie et al., 2008).

ทัศนคติต่อความล้มเหลว หมายถึงทัศนคติที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลทำการเรียนรู้หรือทดลองทำสิ่งใหม่ อาจเป็นการเรียนรู้วิธีใช้เทคโนโลยีเฉพาะด้าน แต่เกิดอุปสรรคขึ้น ทำให้ทัศนคติที่คิดว่าจะเกิดความล้มเหลวมีโอกาสมากกว่าความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ(Bagozzi et al., 1992)

ทัศนคติต่อการเรียนรู้ หมายถึงทัศนคติที่มีผลต่อการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในทุกๆด้านของมนุษย์ ซึ่งได้รับการพัฒนาในช่วงวัยเด็กโดยมีอิทธิพลจากการเลี้ยงดูของพ่อแม่ การคบเพื่อนในวัยเดียวกัน การติดต่อกับผู้คนที่หลากหลายด้วยวิธีการต่างๆ รวมไปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตใจที่เกิดจากการสัมผัสประสบการณ์ โดยเป็นที่ยอมรับกันว่าหากผู้เรียนมีทัศนคติเชิงบวกจะนำไปสู่แรงจูงใจในการเรียนรู้มากกว่าทัศนคติเชิงลบ(Brown, 1994)

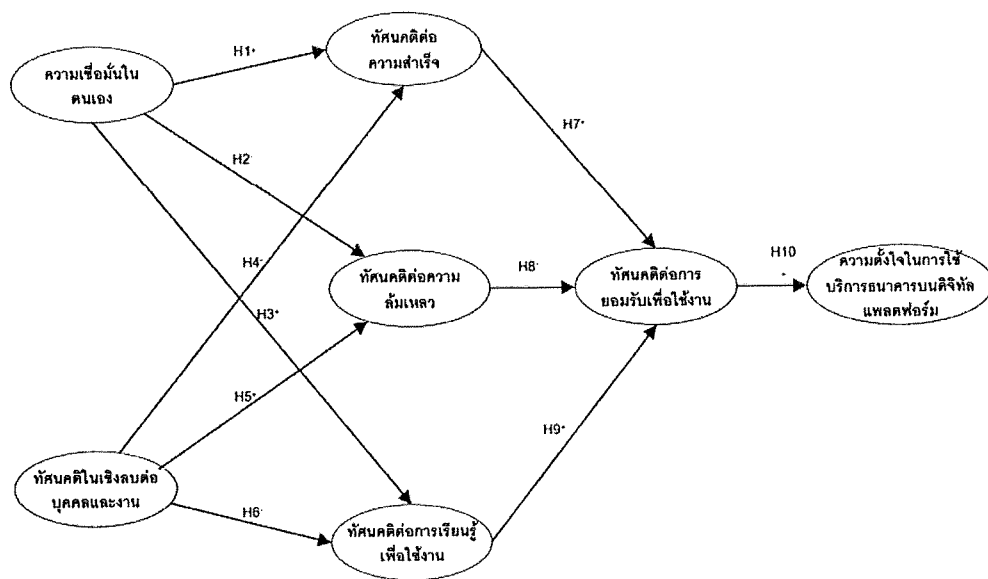
ทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน หมายถึง ทัศนคติหรือเจตนาของความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีนั้นๆ โดยทัศนคติหรือเจตนาที่โดดเด่นเกี่ยวกับเทคโนโลยีแบ่งออกเป็นทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับวัตถุและทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม (Fishbein และ Ajzen, 1975)

ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม หมายถึง เมื่อบุคคลมีความพึงพอใจในผลลัพธ์ของการยอมรับเพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะทำให้ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มสูงขึ้น(Agarwal et al., 2009; Badrinarayanan et al., 2014; Davis et al., 1989 และ Wagner et al., 2016)

สมมติฐานงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาผลของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีความพยายาม (The Theory of Trying) ของ Bagozzi et al. (1992); Hinsz และ Ployhart (1998) และ Xie et al. (2008)ทฤษฎีความเชื่อมั่นในตนเอง (General Self-Confidence) ของ Benabou และ Tirole (2002)และทฤษฎีทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน (Cynicism) ของ Regoli (1976); Gerber และ Ward (2011) ผสมกับทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology

acceptance) ได้แก่ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT และ UTAUT 2 ของ Venkatesh, Morris, Davis และ Davis (2003) มาทำการศึกษาร่วมกันในบริบทของการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านความเชื่อมั่นในตนเองที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ ทัศนคติต่อความล้มเหลว และทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ปัจจัยด้านทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ ทัศนคติต่อความล้มเหลว และทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม และปัจจัยด้านทัศนคติต่อความสำเร็จ ทัศนคติต่อความล้มเหลว และทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมไปถึงปัจจัยด้านทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มจากสมมติฐานสามารถนำมาสร้างกรอบงานวิจัยได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมมติฐานงานวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐาน	รายละเอียด
H1	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ
H2	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อความล้มเหลว
H3	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน
H4	ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ
H5	ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความล้มเหลว
H6	ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน
H7	ทัศนคติต่อความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน
H8	ทัศนคติต่อความล้มเหลวเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน
H9	ทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน
H10	ทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงผลของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G*Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang และ Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 146 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลการตอบแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถาม 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อคำถาม ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับผลของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม จำนวน 30 ข้อคำถาม รวมข้อคำถามทั้ง 2 ส่วนเป็นจำนวน 37 ข้อ โดยมาตรวัดที่ใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ คือ มาตรวัด 5 ระดับ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ บุคคลที่ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang และ Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณ กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีขนาดเท่ากับจำนวน 146 คน ใช้ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูล เพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษานี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูล จากนั้นดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โลก และชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก โดยทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กุมภาพันธ์ ถึง มีนาคม 2561

การวิจัยมีการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบความเหมาะสม (Pre-Test) ของแบบสอบถามงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อประเมินถึงความเข้าใจและความยากง่ายของคำถาม หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว ทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 146 คน โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละตัวแปร (Construct) และวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง รวมทั้งการปรับปรุงคำถามอีกครั้ง เพื่อให้แบบสอบถามครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และปัจจัยทั้งหมดที่ต้องการศึกษา ก่อนการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 146 คน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

หลังจากได้รับแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบเพื่อให้คะแนนและประมวลผลด้วยโปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ (SPSS) และจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำมาสรุปและนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาเพื่อหาค่าสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน ทำให้ได้จำนวนตัวแปรที่น้อยลง
2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) เพื่อทดสอบความเที่ยงของแต่ละ Construct
3. การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้น 1 ตัวแปร และตัวแปรตาม 1 ตัวแปร และใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีหลายๆ ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม 1 ตัว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 ($\alpha = .05$) เป็นเกณฑ์ในการยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น การคำนวณจำนวนร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อมูลที่จัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างถูกนำไปทดสอบข้อมูลขาดหาย (Missing data) และข้อมูลสุดโต่ง (Outliers) นอกจากนี้ยังทดสอบว่าข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ (Normal) มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linearity) มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) และมีภาวะร่วมเส้นตรง (Singularity) หรือไม่ ผลการทดสอบพบว่าข้อมูลไม่มีปัญหา ด้านข้อมูลขาดหาย ข้อมูลสุดโต่ง และข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงและไม่มีปัญหา ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และภาวะร่วมเส้นตรง ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ได้ทดสอบสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค พบว่าทุกตัวแปรมีความมากกว่า 0.7 จึงถือว่ามีความเชื่อถือได้สำหรับงานวิจัยแบบ Basic research (Hair et al., 1998) นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความตรงของแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor analysis) โดยใช้เกณฑ์ที่ข้อคำถามที่จับกลุ่มกันเป็นแต่ละตัวแปรต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ไม่น้อยกว่า 0.5 ผลการวิเคราะห์ องค์ประกอบได้จำนวนปัจจัยทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง ทักษะคิดในเชิงลบต่อบุคคลและงาน ทักษะคิดต่อความสำเร็จ ทักษะคิดต่อความล้มเหลว ทักษะคิดต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน ทักษะคิดต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค
ความเชื่อมั่นในตัวเอง	0.817
ทักษะคิดในเชิงลบต่อบุคคลและงาน	0.843
ทักษะคิดต่อความสำเร็จ	0.911
ทักษะคิดต่อความล้มเหลว	0.854
ทักษะคิดต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน	0.938
ทักษะคิดต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน	0.896
ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม	0.937

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 74.4 มีช่วงอายุตั้งแต่ 21 - 25 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 71.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.4 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 71.2 มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนในช่วง น้อยกว่า 10,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 59 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.2 และมีความถี่ในการใช้บริการน้อยกว่า 1 ชั่วโมงใน 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 75.6

การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็น

ตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ยืนยันสมมติฐานที่ 4 สมมติฐานที่ 5 สมมติฐานที่ 6 สมมติฐานที่ 7 สมมติฐานที่ 8 สมมติฐานที่ 9 และสมมติฐานที่ 10 ด้วยค่า p-value ที่น้อยกว่า 0.05 อีกทั้งค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อน (Residual Mean) ล้วนเป็น 0 คือ ค่าความคลาดเคลื่อนนั้นคงที่ ซึ่งจะไม่เกิด Heteroscedasticity และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมเชิงพหุเส้น (Multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 1 และค่า VIF ไม่เข้าใกล้ 10 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบของ 10 สมมติฐาน

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
1. ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ	0.599	0.059	0.425	0.616	1.622	0.000
2. ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อความล้มเหลว	0.547	0.068	0.538	0.616	1.622	0.000
3. ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน	0.435	0.089	0.376	0.616	1.622	0.000
4. ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ	0.000*	-0.429*	0.425	0.616	1.622	0.000
5. ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความล้มเหลว	0.000*	0.590*	0.538	0.616	1.622	0.000
6. ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน	0.001*	-0.349*	0.376	0.616	1.622	0.000
7. ทัศนคติต่อความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน	0.000*	0.341*	0.822	0.275	3.635	0.000
8. ทัศนคติต่อความล้มเหลวเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน	0.002*	-0.173*	0.822	0.664	1.506	0.000

สมมติฐาน	p-value	Beta	R ²	Tolerance	VIF	Residual Mean
9. ทักษะการรับรู้เพื่อใช้งาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อ ทักษะการยอมรับเพื่อใช้งาน	0.000*	0.422*	0.822	0.285	3.509	0.000
10. ทักษะการยอมรับเพื่อใช้งาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อ ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคาร บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม	0.000*	0.884*	0.840	1.000	1.000	0.000

*p-value < 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อทัศนคติต่อความล้มเหลว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อความสำเร็จเป็น -0.429 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องงานวิจัยของ Regoli (1976); Gerber และ Ward (2011) ที่ชี้ให้เห็นว่าทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน คือการไม่เชื่อในความจริงใจหรือความดีในแรงจูงใจและการกระทำของมนุษย์ ซึ่งทำให้เกิดการเยาะเย้ยหรือการไม่ยอมรับ และนำไปสู่ผลเชิงลบต่อความสำเร็จ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความล้มเหลวเป็น 0.590 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Walid Chaouali, Nizar Houiden และ Riadh Ladhari (2017) แสดงให้เห็นว่าทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานส่วนบุคคลอาจทำให้ผู้ที่ทัศนคตินี้มีความคิดว่าตนเองนั้นจะถูกหลอกลวงจากการใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และมักรู้สึกว่าการทดลองใช้งานนำมาซึ่งความล้มเหลวมากกว่าการทดลองใช้ที่นำมาซึ่งความสำเร็จ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็น -0.349 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Walid Chaouali, Nizar Houiden และ Riadh Ladhari (2017) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ที่ทัศนคติเชิงลบต่อบุคคลและงานนั้นเชื่อว่าการเรียนรู้เพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสิ่งที่ไร้ประโยชน์และเป็นอันตราย

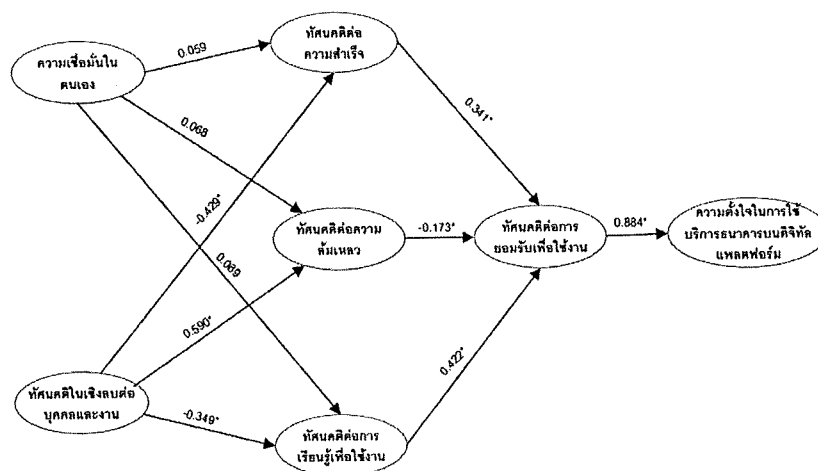
ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 พบว่า ทัศนคติต่อความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานเป็น 0.341 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Faqih (2016); Faqih และ Jaradat (2015) ที่ชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยเหล่านี้ทำให้บุคคลที่ใช้บริการระบบธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ประสบความสำเร็จได้ และเป็นรูปแบบสำคัญในการสร้างทัศนคติที่ดีและมีความตั้งใจในยอมรับเพื่อใช้งานสูง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 ทศนคติต่อความล้มเหลวเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานเป็น -0.173 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Laukkanen และ Kiviniemi (2010) ซึ่งจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าสำหรับผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการหรือเคยมีประสบการณ์การใช้งานแล้วเกิดความล้มเหลว การรับรู้หรือการมีอยู่ของอุปสรรคทั้งภายนอกและภายในทำให้พวกเขาเชื่อว่าการยอมรับเพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดปัญหาต่อตนเอง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 พบว่า ทศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานเป็น 0.422 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agarwal et al., (2009); Badrinarayanan et al., (2014); Davis et al., (1989) และ Wagner et al., (2016) ที่พบว่าเมื่อบุคคลที่เรียนรู้ทำการประเมินความพึงพอใจแล้วได้ผลในเชิงบวกต่อความสำเร็จ พวกเขามีแนวโน้มที่จะประเมินผลความพึงพอใจโดยรวมในด้านบวกของการยอมรับเพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 10 พบว่า ทศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็น 0.884 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agarwal et al., (2009); Badrinarayanan et al., (2014); Davis et al., (1989) และ Wagner et al., (2016) ที่ชี้ให้เห็นว่าเมื่อบุคคลมีความพึงพอใจในผลลัพธ์ของการยอมรับเพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะทำให้ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มสูงขึ้น

จากผลการวิจัยข้างต้นสามารถสร้างตัวแบบของผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2



หมายเหตุ: * ตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$

ภาพที่ 2 ตัวแบบของผลการวิจัยผลกระทบของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

สมมุติฐาน	รายละเอียด	ผลการทดสอบ
H1	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ	ไม่ยืนยัน
H2	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อความล้มเหลว	ไม่ยืนยัน
H3	ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้ งาน	ไม่ยืนยัน
H4	ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อ ความสำเร็จ	ยืนยัน
H5	ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความ ล้มเหลว	ยืนยัน
H6	ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการ เรียนรู้เพื่อใช้งาน	ยืนยัน
H7	ทัศนคติต่อความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้ งาน	ยืนยัน
H8	ทัศนคติต่อความล้มเหลวเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อ ใช้งาน	ยืนยัน
H9	ทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการ ยอมรับเพื่อใช้งาน	ยืนยัน
H10	ทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการ ใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม	ยืนยัน

การอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลของความเชื่อมั่นในตนเองและทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานที่มีต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ได้แก่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไปที่เคยใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้โปรแกรม G*Power (Version 3) (Faul, Erdfelder, Lang และ Buchner, 2007) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% ผลการคำนวณทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 146 ตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และสร้างแบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม โดยดำเนินการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ โลกออนไลน์ และชุมชนเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 146 ชุด จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีการประเมินความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนแบค (Cronbach's alpha) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม เพื่อนำไปพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple regression) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression)

ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานจะมีความคิดในด้านลบต่อการเข้าไปใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเหตุทำให้กลุ่มบุคคลดังกล่าวไม่เชื่อว่าการใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จะนำไปสู่การประสบความสำเร็จได้ ต่อมาพบว่าทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อความสำเร็จ แสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานมีความเชื่อมั่นว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จะทำให้เกิดความล้มเหลว ซึ่งจะนำมาสู่ความไม่เชื่อมั่นในการใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้ทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งาน ซึ่งให้เห็นว่าบุคคลที่มีทัศนคติดังกล่าวจะไม่มีความต้องการที่จะเรียนรู้ อีกทั้งยังรู้สึกว่าการเรียนรู้เพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็นและไม่ใช่เรื่องจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ทัศนคติต่อความสำเร็จเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าเมื่อบุคคลมีการทดลองใช้เทคโนโลยีหรือใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วประสบความสำเร็จจนนำไปสู่ความพึงพอใจ ปัจจัยเหล่านี้จึงมีความสำคัญในการสร้างทัศนคติที่ดีและความตั้งใจในยอมรับเพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่สูง นอกจากนี้ทัศนคติต่อความสำเร็จเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงลบต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน แสดงให้เห็นว่าผู้ที่เคยมีประสบการณ์การใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้วเกิดความล้มเหลว ซึ่งอาจเกิดจากความยากของการใช้งาน การไม่รับรู้ถึงประโยชน์ อุปสรรคทั้งภายนอกและภายใน ทำให้บุคคลเหล่านี้มีทัศนคติด้านลบต่อการยอมรับเพื่อใช้งานและคิดว่าธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นสิ่งที่สร้างปัญหาให้กับตนเอง นอกจากนี้ทัศนคติต่อการเรียนรู้เพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งาน ซึ่งให้เห็นว่าบุคคลที่มีการยอมรับเพื่อใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มักจะเป็นผู้ที่มีการเรียนรู้เพื่อใช้งานระบบดังกล่าวแล้วเกิดความพึงพอใจและประสบความสำเร็จจากการใช้งาน ด้วยปัจจัยต่างๆไม่ว่าจะเป็นความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และนอกจากนี้ทัศนคติต่อการยอมรับเพื่อใช้งานเป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งให้เห็นว่าเมื่อบุคคลมีความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่จนเกิดการยอมรับ ปัจจัยนั้นจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยแบ่งเป็นด้านทฤษฎีและด้านการนำไปปฏิบัติดังนี้

1. ประโยชน์ในด้านทฤษฎี

ผลของงานวิจัยทำให้เกิดการสร้างตัวแบบที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มโดยสามารถนำทฤษฎีความพยายาม (The Theory of Trying) ของ Bagozzi et al. (1992); Hinsz และ Ployhart (1998) และ Xie et al. (2008) ทฤษฎีความเชื่อมั่นในตนเอง (General Self-Confidence) ของ Benabou และ Tirole (2002) และทฤษฎีทัศนคติในเชิงลบต่อบุคคลและงาน (Cynicism) ของ Regoli (1976); Gerber และ Ward (2011) ผนวกกับทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (Technology acceptance) ได้แก่ Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT และ UTAUT 2 ของ Venkatesh, Morris, Davis และ Davis (2003) มาเป็นกรอบแนวทางการศึกษาและสอดคล้องกับ

งานวิจัยในอดีต อีกทั้งผลของงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเพิ่มเติม เพื่อต่อยอดงานวิจัยในอนาคตได้ เช่น ศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้

2. ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ประโยชน์ในภาคปฏิบัติจากงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เข้ากับธุรกิจได้ โดยแยกออกเป็นมุมมองต่างๆ ดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ต่างๆ

ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งหวังในการให้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถช่วยสร้างโอกาสในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้งาน คุณภาพของระบบงาน และความง่ายในเรียนรู้เพื่อใช้งานบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เช่น การโฆษณาให้เห็นถึงความสะดวกและรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ความถูกต้องและแม่นยำของธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งนำไปเห็นถึงการมีระบบรักษาความปลอดภัย และแนะนำถึงวิธีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตัวเองได้รับ อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจและเกิดความตั้งใจที่จะยอมรับเพื่อใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

2.2 ผู้พัฒนาและออกแบบระบบบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ในด้านปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนั้น นักพัฒนาและออกแบบระบบสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยการออกแบบให้ง่ายต่อการใช้งาน สามารถเข้าใจได้โดยง่าย ผู้ใช้งานก็就不用ใช้ความพยายามอย่างมากในการใช้งาน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้มีประโยชน์ต่อตัวเอง และอยากกลับมาใช้งานต่อไป หรือกลับมาใช้ซ้ำอีกในอนาคต จนนำไปสู่การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในที่สุด

และในด้านคุณภาพของระบบงาน นักพัฒนาและออกแบบระบบต้องให้ความสำคัญกับการสร้างระบบงานที่มีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลมีความถูกต้องแม่นยำ มีการรักษาความปลอดภัยเพื่อป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลทางการเงินของผู้ใช้งาน ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจที่สูงขึ้นตามมา แต่ถ้าหากระบบมีการตอบสนองที่ช้า ระบบขาดเสถียรภาพและขาดความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้งานอาจจะเกิดความไม่พึงพอใจและรู้สึกว่าการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม มีความเป็นอันตรายในใช้บริการ จนนำไปสู่การตั้งใจไม่ยอมรับเพื่อใช้งานบริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ดังนั้นคุณภาพของระบบงานจึงเป็นสิ่งที่นักพัฒนาและออกแบบระบบต้องคำนึงถึงอยู่เสมอในการให้บริการแก่ผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดและมีความตั้งใจเพื่อใช้บริการธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

งานวิจัยในอนาคต

การต่อยอดการวิจัยสามารถทำได้ในหลายๆ แนวทางดังนี้

1. ศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความสวยงามของระบบ ความน่าเชื่อถือ หรือชื่อเสียงของธนาคารพาณิชย์ ผู้เป็นเจ้าของระบบธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นต้น มาร่วมศึกษาเพิ่มเติมไปใช้ในกรอบการวิจัยของงานวิจัยชิ้นนี้ด้วย

2. เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมยิ่งขึ้นอาจขยายผลไปศึกษา โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธนาคารบนดิจิทัลแพลตฟอร์มของธนาคารพาณิชย์ที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการที่แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
3. ศึกษาปัจจัยภายนอกอื่นๆที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้ใช้งานเพิ่มเติม เช่น วัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี เป็นต้น
4. นำกรอบการวิจัยนี้ ไปศึกษาเพิ่มเติมในบริบทของการใช้งานเทคโนโลยีอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking*. เข้าถึงเมื่อ 5 เมษายน 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www2.bot.or.th/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=688&language=TH>
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook*. เข้าถึงเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <http://digi.library.tu.ac.th/thesis/it/1042/title-biography.pdf>.
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2552). *บริการอินเทอร์เน็ต Bangkok ในประเทศไทย*. เข้าถึงเมื่อ 26 มีนาคม 2561. เข้าถึงได้จาก <http://saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=34&chap=6&page=t34-6-infodetail02.html>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2560). *ETDA เผยผลสำรวจพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตและมูลค่าอีคอมเมิร์ซ ไซเบอร์ความพร้อมไทยก้าวขึ้นเป็นเจ้าอีคอมเมิร์ซอาเซียน*. เข้าถึงเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึงได้จาก <https://www.etcha.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2017-and-value-of-e-commerce-survey-in-thailand-2017-press-conference.html>.
- Agarwal, R., Rastogi, S. and Mehrotra, A. (2009). Customers' perspectives regarding ebanking in an emerging economy. *J. Retail. Consum. Serv.* 16(5): 340–351.
- Agarwal, R., Sambamurthy, V., Stair, R.M. (2000). Research report: the evolving relationship between general and specific computer self-efficacy—an empirical assessment. *Inf. Syst. Res.* 11 (4), 418–430.
- Badrinarayanan, V., Becerra, E.P. and Madhavaram, S. (2014). Influence of congruity in store-attribute dimensions and self-image on purchase intentions in online stores of multichannel retailers. *J. Retail. Consum. Serv.* 21(6): 1013–1020.
- Bagozzi, R.P., Davis, F.D., Warshaw, P.R. (1992). Development and test of a theory of technological learning and usage. *Hum. Relat.* 45 (7), 659–686.
- Bearden, W.O., Hardesty, D.M., Rose, R.L. (2001). Consumer self-confidence: refinements in conceptualization and measurement. *J. Consum. Res.* 28 (1), 121–134.

- Benabou, R., Tirole, J. (2002). Self-confidence and personal motivation. *Q. J. Econ.* 117 (3), 871–915.
- Brown, H.D. (1994). *Principle of Language Learning and Teaching*. Prentice Hall. Inc. Englewood Cliffs. New Jersey 07632.
- Chuang, S.-C., Cheng, Y.-H., Chang, C.-J., Chiang, Y.-T. (2013). The impact of selfconfidence on the compromise effect. *Int. J. Psychol.* 48 (4), 660–675.
- Davis, F., Bagozzi, R. P. and Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Manag Sci.* 35(8): 982–1003.
- Faqih, K.M.S. (2016). An empirical analysis of factors predicting the behavioral intention to adopt Internet shopping technology among non-shoppers in a developing country context: does gender matter? *J. Retail. Consum. Serv.* 30: 140–164.
- Faul, Erdfelder, Lang and Buchner. (2007). *G*Power 3: a flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences*. Retrieved March 27, 2018 from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17695343>.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gerber, G.L. and Ward K.C. (2011). Police personality: theoretical issues and research. In: Kitaeff, J. (Ed.), *Handbook of Police Psychology*. Routledge, New York, NY, 421–437.
- Hair, J. F. (1998). *Multivariate Data Analysis*, fifth edition. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hinsz, V. B., Ployhart, R. E. (1998). Trying, intentions, and the processes by which goals influence performance: an empirical test of the theory of goal pursuit. *J. Appl Soc. Psychol.* 28 (12), 1051–1066.
- Laukkanen, T. and Kiviniemi, V. (2010). The role of information in mobile banking resistance. *Int. J. Bank. Mark.* 28(5): 372–388.
- Palmer, J. W. (1997). “Electronic commerce in retailing: differences across retail formats.” *The Information Society*, 13: 75–91.
- Regoli, R.M. (1976). The effects of college education on the maintenance of police cynicism. *J. Police Sci. Adm.* 4: 340–345.
- Scholte, J. A. (2007). *Defining Globalization*. Retrieved January 27, 2018 from <http://www.clmeconomia.jccm.es/pdfclm/scholte.pdf>.
- Taylor, S.D., Bagozzi, R. P., Gaither, C.A. (2001). Gender differences in the self-regulation of hypertension. *J. Behav. Med.* 24 (5), 469–487.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D. (2003). “User acceptance of information technology: Toward a unified view.” *MIS quarterly* 27(2003): 425–478.

- Wagner, G., Schramm-Klein, H. and Steinmann, S. (2016). *Consumers' attitudes and intentions toward Internet-enabled TV shopping*. *J. Retail. Consum. Serv.* Retrieved April 8, 2018 from [http:// dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.010](http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.010).
- Walid Chaouali, Nizar Souiden and Riadh Ladhari. (2017). Explaining adoption of mobile banking with the theory of trying, general self-confidence, and cynicism. *Journal of Retailing and Consumer Services* 35(2017):57-67.
- Xie, C., Bagozzi, R.P., Troye, S.V. (2008). Trying to prosume: toward a theory of consumers as co-creators of value. *J. Acad. Mark. Sci.* 36 (1), 109–122.