



ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก

ชนิตา สีนะกุล

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา



BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9



ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile
Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก

ชนิตา สิ้นธนะกุล

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
2567
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

DEMOGRAPHIC FACTORS AND USAGE BEHAVIOR AFFECTING TO
CONSUMER'S CONFIDENCE TO MOBILE APPLICATION BANKING (GHB ALL):
GOVERNMENT HOUSING BANK'S CLIENT IN EASTERN REGION

CHANITA SINTANAKUL

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
BURAPHA BUSINESS SCHOOL
BURAPHA UNIVERSITY

2024

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY



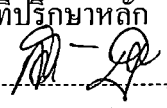
490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณาน
นิพนธ์ของ ชนิตา สิ้นธนะกุล ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

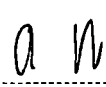
คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

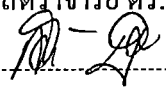


(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

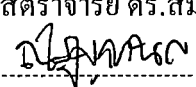
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

 ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.ดนุพล หุ่นโสภณ)

 กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

 กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐกานต์ พุกภัยสร
นันท์)

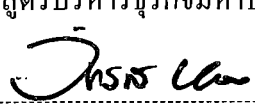


คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

(รองศาสตราจารย์ ดร. พรณี พิม่าพันธุ์ศรี)

วันที่ 15 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2567

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิวัฒน์ แจ่มเยี่ยม)

วันที่ 17 เดือน ส.ค. พ.ศ. 2567



63920031: สาขาวิชา: -; บธ.ม. (-)

คำสำคัญ: ความเชื่อมั่น, ความไว้วางใจ, ความเสี่ยง

ชนิตา สิ้นชนะกุล : ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก. (DEMOGRAPHIC FACTORS AND USAGE BEHAVIOR AFFECTING TO CONSUMER'S CONFIDENCE TO MOBILE APPLICATION BANKING (GHB ALL): GOVERNMENT HOUSING BANK'S CLIENT IN EASTERN REGION)
คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: สมบัติ ชำรงสินถาวร, บธ.ด. ปี พ.ศ. 2567.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก จำนวน 328 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.5-1 และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า

1. การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยรวมในการใช้บริการ Mobile Application Banking อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=3.70$ $S.D.=0.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจมีระดับมากที่สุด ($M=4.39$ $S.D.=0.51$) รองลงมาด้านความเชื่อมั่น ($M=4.31$ $S.D.=0.54$) และด้านความเสี่ยง มีระดับความน้อยที่สุด ($M=2.39$ $S.D.=1.14$)
2. การเปรียบเทียบการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสาขาในภาคตะวันออกที่ใช้บริการ ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามอายุ ด้านความไว้วางใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

63920031: MAJOR: -, M.B.A. (-)

KEYWORDS: Confidence, Trust, Perceived Risk

CHANITA SINTANAKUL : DEMOGRAPHIC FACTORS AND USAGE
BEHAVIOR AFFECTING TO CONSUMER'S CONFIDENCE TO MOBILE APPLICATION
BANKING (GHB ALL): GOVERNMENT HOUSING BANK'S CLIENT IN EASTERN
REGION . ADVISORY COMMITTEE: SOMBAT THAMRONGSINTHAWORN, D.B.A.
2024.

This Research aims on study demographic factors and usage behavior affecting to consumer's confidence, trust and perceived risk of GHB's 328 client in eastern region of Mobile Application Banking (GHB ALL) usage with Proportional stratified random sampling (Proportional Stratified Random Sampling). Questionnaire research tool has 0.5-1 accurate content and 0.87 reliability. Statistic that use in data analysis by finding frequency, percentage and average, standard deviation and oneway (One-Way ANOVA) variance analysis by determine statistical significance at 0.5

From the Research

1. In overall of Mobile Application Banking (GHB ALL) usage, usage of Mobile Application Banking is in high rank, average and standard deviation is (M=3.70 S.D.=0.48) by above data found that Reliability gain highest score at (M=4.39 S.D.=0.51), secondary is confident (M=4.31 S.D.=0.54) and the least is risk (M=2.39 S.D.=1.14)
2. Comparison of Mobile Application Banking (GHB ALL) usage, classify by each branch in eastern region. Trust, Perceived Risk and Confidence is statistically significantly different at .05 by age. Confidence is statistically significantly different at .05 and by monthly income Confident and Risk is statistically significantly different at .05



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำแนวทาง ที่ถูกต้อง ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความละเอียดรอบคอบและเอาใจใส่ด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพ เครื่องมือในการวิจัย รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวม ข้อมูลการวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณธนาคารอาคารสงเคราะห์ คณะอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ทุกท่านของคณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ให้ความสะดวกและความช่วยเหลือในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอกราบ ขอบพระคุณบิดา มารดา รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎดา ตาม ประดิษฐ์ ขอบคุณบุคคลสำคัญใกล้ชิดๆ เพื่อนๆ กัลยาณมิตรทุกท่านที่คอยให้กำลังใจและสนับสนุนใน ทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา หากมีสิ่งใดบกพร่องผู้วิจัยขอน้อมรับ และขอภัยไว้ ณ โอกาสนี้

ชนิตา สินธนะกุล



490626757

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการวิจัย	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2	8
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ	11
2.2.1 ความหมายของความไว้วางใจ	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความเสี่ยง (Perceived risk)	14



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

2.3.1 ความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง	14
2.3.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการรับรู้ถึงความเสี่ยง	15
2.3.3 ผลลัพธ์ของการรับรู้ถึงความเสี่ยง	16
2.3.4 การประเมินผลของการรับรู้ถึงความเสี่ยง	18
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
2.6 ความเป็นมาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และ Mobile Application Banking (GHB ALL) 23	
บทที่ 3	26
วิธีดำเนินการวิจัย	26
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	27
3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย	29
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4	31
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	31
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 5	53
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	53
สรุปผลการวิจัย	53
อภิปรายผล	55
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	59
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	60



490626757

บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	65
ภาคผนวก ก	66
แบบสอบถาม	66
ประวัติย่อของผู้วิจัย	76



490626757

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	ส่วนตัวอย่างแบบกำหนดโควตาตามสัดส่วน	27
ตารางที่ 2	ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
ตารางที่ 3	การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และการประเมินความรู้สึของผู้ใช้บริการ โดยรวมรายข้อ (จำนวน 328 คน).....	37
ตารางที่ 4	การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการประเมินความรู้สึของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายด้าน (จำนวน 328 คน).....	40
ตารางที่ 5	การวิเคราะห์การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขาธนาคารสาขาที่ใช้บริการ	41
ตารางที่ 6	การเปรียบเทียบการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขาธนาคารสาขาที่ใช้บริการ โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA).....	43
ตารางที่ 7	การเปรียบเทียบการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขาธนาคารสาขาที่ใช้บริการ พบความแตกต่างด้าน โดยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference)	44
ตารางที่ 8	การวิเคราะห์การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ.....	45



ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาการอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA)47

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาการอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ พบความแตกต่างด้านความไว้วางใจ โดยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher’s Least Significant Difference).....48

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาการอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน49

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาการอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA)50

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาการอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบความแตกต่าง โดยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher’s Least Significant Difference).....51

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ภาพที่ 2 GHB ALL Mobile Application Banking.....	24
ภาพที่ 3 ขั้นตอนการลงทะเบียนใช้บริการ	25



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และกระแสโลกออนไลน์ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิต สถาบันการเงินในประเทศไทยเล็งเห็นว่าวิถีชีวิตในปัจจุบันอุปกรณ์สื่อสาร สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต เข้ามามีส่วนสำคัญในชีวิตคนเรามากขึ้น การเข้าถึงข้อมูล และการให้บริการพื้นฐานดิจิทัล สามารถใช้ประโยชน์ได้ทุกที่ทุกเวลา ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น และสามารถเชื่อมต่อกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา และสถานที่ ส่งผลให้สถาบันการเงินต้องเร่งปรับตัวโดยการพัฒนานวัตกรรมทางการเงิน และปรับกลยุทธ์ไปสู่การบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ เพื่อรองรับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจากสถาบันการเงินด้วยกันเองเพื่อตอบโจทย์ และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น (Siddhartha, 2011) ทำให้ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Mobile Application Banking เข้ามามีบทบาทมากขึ้นแทนการทำธุรกรรมการเงินในรูปแบบเดิม ทางธนาคารจึงได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับเปลี่ยนการดำเนินงานเพื่อให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกรวดเร็ว เพียงใช้บริการผ่าน Mobile Application Banking

เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยที่เข้ามาทำให้คนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินที่มากขึ้น และช่วยลดต้นทุนในการให้บริการทางการเงิน ธนาคารได้มีการปรับเปลี่ยนบริบทให้มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และเข้ามาเสริมในการผลักดันการพัฒนาต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ต้องนำมาคำนึงถึงในการที่จะนำดิจิทัลเทคโนโลยีเข้ามาใช้ และดิจิทัลเทคโนโลยีนั้นจะต้องมีความปลอดภัยในการให้บริการ มีระบบการให้บริการที่มีความเสถียรภาพ เพื่อทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความยอมรับในการใช้บริการ ดิจิทัลเทคโนโลยีไม่ว่าจะมีออกมาใหม่ ๆ จำนวนมากเท่าไร แต่สิ่งที่สำคัญในการที่คนจะให้ความนิยมในการใช้มากขึ้น คือ เรื่องความเชื่อมั่นและความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญ ทำอย่างไรให้กลไกต่างๆในการให้บริการสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจได้ในวงกว้าง ซึ่งเป็นบทบาทของธนาคารที่เป็นผู้กำกับดูแลที่ธนาคารให้ความสำคัญ ซึ่งการที่มีดิจิทัลเข้ามาทำให้การทำธุรกิจมีต้นทุนที่ถูกลง คนใช้งานก็มีความสะดวกมากขึ้น แต่ยังคงสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจให้เกิดความเชื่อถือในการใช้เป็นสิ่งสำคัญ ด้านความปลอดภัย

ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า โดยธนาคารมีระบบการรักษาความมั่นคงปลอดภัย และมีการตรวจสอบการทำธุรกรรมที่ผิดปกติอย่างต่อเนื่อง เมื่อพบรายการที่ผิดปกติ ธนาคารจะแจ้งลูกค้าเพื่อตรวจสอบและยืนยันรายการธุรกรรม และพร้อมจะดูแลลูกค้าด้วยความรับผิดชอบเสมอ

แม้ว่าแนวโน้มจำนวนผู้ใช้บริการจะมีอัตราเพิ่มขึ้น ผู้ให้บริการทั้งสถาบันการเงิน และผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้นำนโยบายเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการอย่างเต็มที่ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ แต่อย่างไรก็ตามในด้านความปลอดภัยของข้อมูลยังคงเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากหลายคนมีความเชื่อว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความเสี่ยง เช่น อาจเกิดการโจรกรรมข้อมูลส่วนตัว ซึ่งจะทำให้เกิดความเสียหายเป็นอย่างมากทั้งธนาคารที่ต้องสูญเสียชื่อเสียงที่ไม่สามารถประเมินค่าได้ รวมถึงการล่อลวง รูปแบบใหม่ๆ ที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเป็นไปอย่างรวดเร็วและเกิดความเสียหายอย่างมาก และมีผลกระทบในวงกว้างต่อระบบการเงินของประเทศได้ การสร้างภูมิคุ้มกันเหล่านี้ ต้องทำควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะการใช้งานดิจิทัลของประชาชนและธุรกิจไทย และขณะเดียวกันต้องรู้เท่าทันความเสี่ยง เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากดิจิทัลได้อย่างมั่นใจ สบายใจ เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้มากขึ้น (สมาคมธนาคารไทย, 2564) ดังเช่น การสำรวจของ สนิ อนันต์รัตน์ โชติ (2553) พบว่าระบบการรักษาความปลอดภัยของเว็บไซต์ผู้ให้บริการล้วนแต่มีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่น และนอกจากนี้แล้วลูกค้ายังคงใช้บริการสาขาของธนาคารอยู่ค่อนข้างมากเพราะมีการปฏิสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ธนาคารโดยตรงซึ่งช่วยให้ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจในบริการมากขึ้น อย่างไรก็ตามสิ่งที่ธนาคารจะต้องทำควบคู่กันไปพร้อมกับการพัฒนาระบบการเงินใหม่ ๆ คือ การรักษาเสถียรภาพ และการดูแลในเรื่องความปลอดภัยของการทำธุรกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการต่าง ๆ ทำให้การต่อยอดการพัฒนาบริการทางการเงินต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือ และเกิดมีความมั่นใจในการใช้บริการ เพื่อทำให้การพัฒนาระบบการเงินมีเสถียรภาพที่ดีอย่างต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564)

ธนาคารอาคราสงเคราะห์จึงต้องปรับตัว และต้องขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนธุรกิจของธนาคารให้สามารถแข่งขัน ลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ พร้อมกับการเพิ่มประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือในการดำเนินธุรกิจ และการดำเนินธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ให้ทันกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ธนาคารได้กำหนดและวาง

แนวทางในการพัฒนาและนำเทคโนโลยี ดิจิทัลเข้ามาใช้ในธุรกิจของธนาคารเพื่อเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลเพิ่มมากยิ่งขึ้น เช่น โครงการที่ให้บริการรูปแบบดิจิทัล คือ โครงการ GHB All หรือ Mobile Application ที่พัฒนาตามความต้องการของลูกค้า และจัดทำเป็นฟังก์ชันการใช้งานที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้อย่างครบถ้วนครบวงจร ซึ่งปัจจุบันการบริการจะเปลี่ยนจากรูปแบบดั้งเดิม (Traditional) เป็นรูปแบบดิจิทัล ผ่าน Application (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2563) ประกอบกับธนาคารพาณิชย์หลายธนาคารมีบริการผ่านช่องทางดิจิทัลที่หลากหลายเพื่อตอบสนองลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบายในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ของธนาคารได้ง่าย รวดเร็ว และสอดคล้องกับวิถีชีวิตปกติใหม่ของสังคมไทยในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป

หลังจากมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าของธนาคารอาคารสงเคราะห์สมัครใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 ที่ผ่านมามีทั้งผู้ที่ยอมรับและไม่ยอมรับการสมัครใช้แอปพลิเคชัน แม้ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Application Banking) จะมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว แต่หลายคนเชื่อว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความเสี่ยง เพราะอาจถูกโจรกรรมข้อมูลส่วนตัวได้ง่าย หากมีบุคคลอื่นนำโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปใช้ทำธุรกรรมทางการเงินอาจสูญเงินในบัญชีที่ผูกไว้ทั้งหมด ซึ่งจากการสำรวจของ Celent (2013, อ้างใน เสาวนิต อุดมเวชสกุล, 2557) พบว่าเหตุผลหลักที่คนยังไม่กล้าใช้ Mobile Banking เนื่องจากยังไม่เชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัย ดังนั้น หากทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking จะทำให้ผู้ประกอบการธนาคารนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยี รูปแบบ หรือฟังก์ชันการใช้บริการ Mobile Application ของธนาคาร ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าของธนาคารได้มากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และเป็นการสร้างองค์ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้บริการธุรกรรมธนาคารผ่านระบบแอปพลิเคชันต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความไว้วางใจ ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความไว้วางใจ ความเสี่ยง และความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก
3. เพื่อเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก

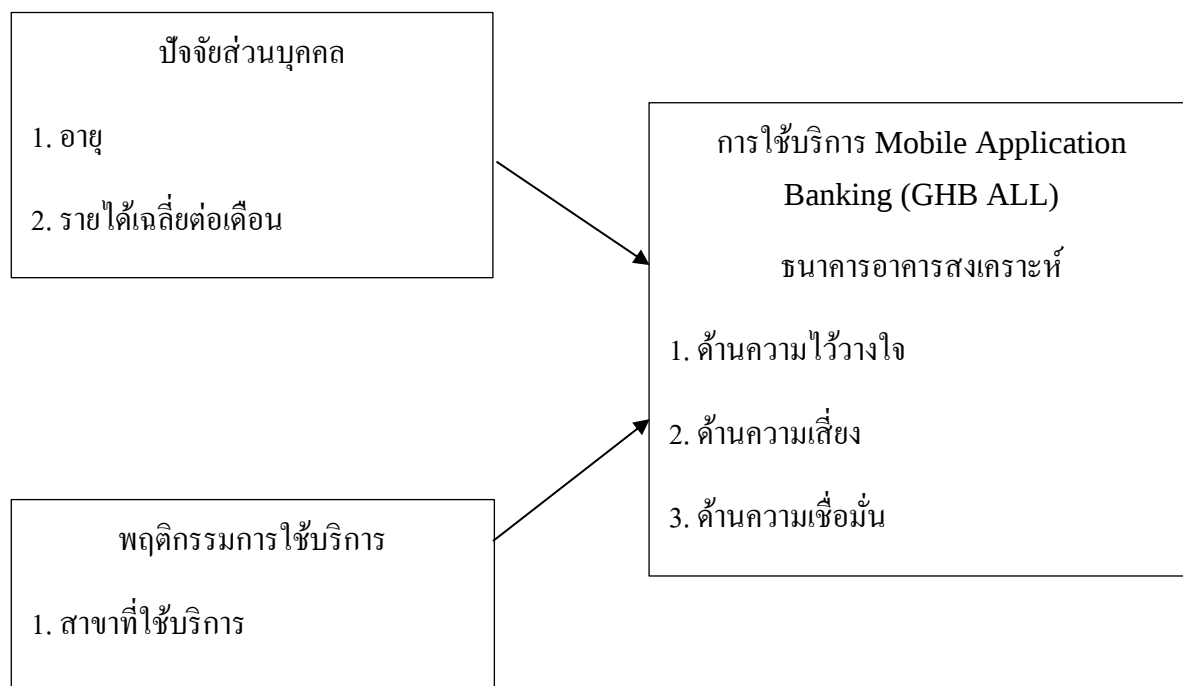
สมมติฐานของการวิจัย

1. การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก จำแนกตาม อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสาขาที่ใช้บริการ มีความแตกต่างกัน



490626757

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์

2. นำไปปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันการทำธุรกรรมธนาคารให้สนองตอบความต้องการของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ผู้ที่ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก รวมทั้งสิ้น 7 สาขา ได้แก่ สาขาระยอง, สาขาบ้านฉาง, สาขานิคมพัฒนา, สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง, สาขาปลวกแดง, สาขาตราด และสาขาจันทบุรี

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก รวมทั้งสิ้น 7 สาขา ได้แก่ สาขาระยอง, สาขาบ้านฉาง, สาขานิคมพัฒนา, สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง, สาขาปลวกแดง, สาขาตราด และสาขาจันทบุรี เป็นการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชัน คือ 2,200 ราย ข้อมูล ณ ไตรมาส 4/2564 (วันที่ 1 ตุลาคม-31 ธันวาคม 2564) โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 5% ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 327 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ, รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย สาขาที่ใช้บริการ

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ด้านความไว้วางใจ ด้านความเชื่อมั่น ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก

3. ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา สำหรับระยะเวลาในการศึกษาครั้งนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2565

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. Mobile Application (GHB ALL) หมายถึง โปรแกรมที่มีการพัฒนา และติดตั้งกับ โทรศัพท์มือถือโดยไม่มีค่าใช้จ่าย รองรับการทำงานทั้งระบบ iOS และระบบ Android เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าของธนาคาร สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้เสมือนการทำธุรกรรมกับ เสาเตอร์บริการของธนาคาร เช่น การทำรายการโอนเงินภายใน และต่างธนาคาร ชำระเงินกู้ สมักร และโอนเงินผ่าน Prompt Pay เปิดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ หนังสือรับรองดอกเบี้ยเงินกู้ หนังสือรับรองเพื่อเบิกค่าเช่าบ้าน เป็นต้น

2. ความเชื่อมั่น หมายถึง การรับรู้ถึงนโยบายความเป็นส่วนตัว และกฎระเบียบ ของการใช้งานผ่าน Mobile Application (GHB ALL) ของระบบธนาคารว่ามีความปลอดภัย และสามารถรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าได้

3. ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่น ความเชื่อถือ ของการใช้งานผ่าน Mobile Application (GHB ALL) เป็นการคาดหวังในแง่บวกที่มีต่อการใช้บริการ เพื่อให้เกิดความคาดหวัง หรือเชื่อมั่น ความไว้วางใจจะเพิ่มขึ้น เมื่อความคาดหวังในแง่บวกได้รับการสนองตอบ หรือเป็นจริง แต่ความไว้วางใจจะลดลง หากความคาดหวังในแง่บวกนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง หรือตอบสนองได้ในระดับต่ำกว่าที่คาดหวัง

4. ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการใช้งาน ความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งส่งผลกระทบเชิงลบในการใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL)

5. ผู้ให้บริการในภาคตะวันออก หมายถึง ผู้ให้บริการ Mobile Application (GHB ALL) ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ รวมทั้งสิ้น 7 สาขา ได้แก่ สาขาระยอง, สาขาบ้านฉาง, สาขานิคมพัฒนา, สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง, สาขาปลวกแดง, สาขาตราด และสาขาจันทบุรี



490626757

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เรื่อง “ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการความเสี่ยง

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6 ความเป็นมาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และ Mobile Application Banking (GHB ALL)

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษาเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาดด้านประชากรศาสตร์ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์จะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น



490626757

BUU 1Thesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งสวนตลาดที่สำคัญ เช่น นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรตัวนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุมาจากการที่สตรีทำงานมีมากขึ้น

ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้านั้น และยังสนใจในการพิจารณาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

รายได้ การศึกษา อาชีพ และสถานะภาพ (Income, Education Occupation and Status) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวย แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งสวนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือรายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติ ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมาก นักการตลาดส่วนใหญ่จะโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่าง ๆ ถือว่าโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กัน มากขึ้น เกณฑ์รายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ และอาชีพ ร่วมกัน

Belch & Belch (2005) ได้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการพฤติกรรมการตัดสินใจ และอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ดังนี้

1. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพ ซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมาก เพราะเพศที่แตกต่างกันมักมีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกัน โดยมากเกิดจากสาเหตุในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดูการปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชาย และเด็กผู้หญิงที่แตกต่างกันอย่างมาก โดยส่วนใหญ่เด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่ให้สงบเสงี่ยมและเป็นผู้ตาม หรือเป็นภรรยาที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็นจากที่กล่าวมาจึงอาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทยเพศชายมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง

3. สถานภาพการสมรส (Status) สมรส โสด หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย ซึ่งในอดีตถึงปัจจุบันเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภคทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมซื้อที่ต่างกัน เช่น ผู้ที่หย่าร้าง หรือเป็นหม้ายจะเลือกแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่หรูหรา ทันสมัยมีเอกลักษณ์

4. การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยจึงมีแนวโน้มที่จะเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

5. อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น เกษตรกร หรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็น นักธุรกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใดเพื่อที่จะจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

6. รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) สถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อตราสินค้าและบริการที่ตัดสินใจสถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อ คนที่มี

รายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อราคามาก ส่วนคนที่มีรายได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีและราคาสูง โดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลัก

การศึกษาอาชีพและรายได้นั้นมีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยกว่า

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ

2.2.1 ความหมายของความไว้วางใจ

Berry & Parazuraman (1991) กล่าวว่า ความไว้วางใจ (Trust) คือ ตัวชี้วัดผลที่สำคัญเกี่ยวกับสัมพันธภาพที่ลูกค้ามีต่อองค์กรธุรกิจการบริการ เนื่องจากโดยธรรมชาติแล้วไม่สามารถจับต้องตัวผลิตภัณฑ์ได้อยู่แล้ว

Morgan & Hunt (1994) กล่าวว่า ความไว้วางใจ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดลักษณะข้อผูกมัด เพื่อแสดงสัมพันธภาพระหว่างลูกค้าและองค์กร ความไว้วางใจ คือ สภาพความเป็นจริงเมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่น โดยเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (Integrity) โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและขนานกับกรอบแนวคิดทางการตลาดที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพและจิตวิทยา

Crotts & Turner (1999) ให้นิยามถึงความไว้วางใจ ส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่มีต่อกันว่าแต่ละฝ่ายจะกระทำการหรือแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่ส่งผลประโยชน์สูงสุดแก่อีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งรูปแบบหรือระดับความไว้วางใจนี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 ความไว้วางใจแบบไร้เหตุผล (Blind Trust) คือ ความไว้วางใจที่เกิดขึ้นจากการมีข้อมูลความรู้ไม่เพียงพอ จึงใช้หลักการที่ไร้เหตุผลมากำหนดความไว้วางใจที่มีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง

ระดับที่ 2 ความไว้วางใจแบบมีแผน (Calculative Trust) คือ ความไว้วางใจที่ใช้หลักการด้านค่าใช้จ่าย หรือผลประโยชน์ในทางน้อยฉลหรือในทางมิชอบมาตัดสินใจเพื่อบำเหน็จความสัมพันธต่อไป

ระดับที่ 3 ความไว้วางใจที่สามารถพิสูจน์ได้ (Verifiable Trust) คือ ความไว้วางใจที่ฝ่ายหนึ่งสามารถจะทำการตรวจสอบการกระทำอีกฝ่ายหนึ่งได้ตามความสามารถว่ามีความเหมาะสมและสมควรแก่การให้ความไว้วางใจหรือไม่

ระดับที่ 4 ความไว้วางใจที่ได้รับมอบจากอีกฝ่ายหนึ่ง (Earned Trust) คือ ความไว้วางใจที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ฝ่ายหนึ่งได้รับมาจากการกระทำของอีกฝ่ายหนึ่ง

ระดับที่ 5 ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Reciprocal Trust) คือ ความไว้วางใจที่ทั้งสองฝ่ายมีให้ต่อกัน (Mutual trust) นั้นหมายถึง ฝ่ายหนึ่งให้ความไว้วางใจอีกฝ่ายหนึ่ง เพราะฝ่ายนั้นให้ความไว้วางใจในตัวเอง Kim (2008) อธิบายว่า ความไว้วางใจ (Trust) จะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) กล่าวคือ หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นต่อผู้ขายสินค้า หรือบริการออนไลน์ในระดับสูง จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อสินค้า หรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่สูงขึ้นตามไปด้วย

McAllister (1995) ได้ศึกษาปัจจัยความไว้วางใจบนพื้นฐานของการรับรู้ (Cognition-based Trust Antecedents) จากข้อสังเกตและการรับรู้ที่เกิดจากผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติและลักษณะของผู้ขายออนไลน์จาก 3 ตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว (Perceived Privacy) คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) และการรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย (Perceived Security) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว (Perceived Privacy) เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคจากความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการออนไลน์จะพยายามปกป้องข้อมูลที่เป็นความลับของผู้บริโภคที่ถูกเก็บรวบรวมในระหว่างการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคโดยไม่ได้รับอนุญาตจากความกังวลของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการออนไลน์นำมาตราการป้องกันความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคมาใช้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และส่งเสริมให้ผู้บริโภคทำธุรกรรมออนไลน์มากขึ้น

2. คุณภาพของสารสนเทศ (Information Quality) เป็นการรับรู้ทั่วไปของผู้บริโภคในด้านความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลบนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ ซึ่งคุณภาพของข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตนั้นมีความหลากหลาย ตั้งแต่ข้อมูลที่มีความแม่นยำสูงและเชื่อถือได้ไป

จนถึงข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ดังนั้น ผู้บริโภคที่มีศักยภาพจึงมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับข้อมูลบนเว็บไซต์ที่มีข้อมูลถูกต้อง และสมบูรณ์เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค

3. การรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย (Perceived Security) เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผู้ประกอบการออนไลน์ในการตอบสนองต่อความต้องการด้านความปลอดภัย เมื่อผู้บริโภคค้นพบถึงคุณลักษณะด้านความปลอดภัยบนเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ จะส่งผลต่อความสามารถในการรับรู้ถึงความตั้งใจของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยในระหว่างการทำธุรกรรมออนไลน์ เช่น นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย ความปลอดภัยเกี่ยวกับระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ เนื่องจากมาตรการรักษาความปลอดภัยดังกล่าวจะช่วยให้ผู้บริโภคไว้วางใจผู้ประกอบการมากขึ้น และช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกรรมจนเสร็จสมบูรณ์ได้

แมคไนท์, ชาวฮูรี และคาชมาร์ (McKnight, Choudhury & Kacmar, 2002) ได้ทำการศึกษาและพัฒนาและตรวจสอบเกี่ยวกับเครื่องมือในการวัดความไว้วางใจสำหรับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce) กล่าวว่า ความไว้วางใจในผู้ให้บริการเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยมิติในการวัดความไว้วางใจ 2 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกัน คือ การเชื่อใจซึ่งกันและกัน (Trusting Belief) หมายถึง การรับรู้ถึง ความสามารถ ความเมตตา กรุณา และความสมบูรณ์ของผู้ให้บริการ และความตั้งใจที่จะไว้วางใจ (Trusting Intention) หมายถึง การตัดสินใจที่จะเชื่อใจไว้วางใจ หรือยินดียอมรับต่อสถานการณ์ใดๆ รวมทั้งปฏิบัติตามเงื่อนไขของผู้ให้บริการ

แมคไนท์ และคณะ (McKnight, et al., 2002) ได้กล่าวว่าเพิ่มเติมไว้ว่าความไว้วางใจ คือ ความเชื่อ 3 ประการ คือ 1) ความสามารถ หมายถึง ผู้ให้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่มีความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อให้บริการของพวกเขาสำเร็จลุล่วง 2) ความซื่อสัตย์ หมายถึง ผู้ให้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือรักษาสัญญาของตนไว้และไม่หลอกลวงผู้บริโภค 3) ความเมตตา กรุณา หมายถึง ผู้ให้บริการผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ให้ความสนใจต่อผู้บริโภคมากกว่าผลประโยชน์ของตนเองเท่านั้น

นาฮ และเดวิส (Nah & Davis, 2002 อ้างใน Vasileiadis, 2014) กล่าวว่า ความไว้วางใจในการยอมรับการซื้อสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นผลมาจากหลากหลายปัจจัย ได้แก่ ความไว้วางใจในการให้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ความสามารถในการใช้งานเว็บไซต์ Mcommerce ความสามารถในการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ คุณภาพของข้อมูลความเป็นส่วนตัว

ของข้อมูลลูกค้า ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ ความน่าเชื่อถือของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์ รวมถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และภาพรวมวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ

ซิว และเชน (Siau & Shen, 2003 อ้างใน Gia-Shie & Pham, 2016) กล่าวว่า ความไว้วางใจนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ความไว้วางใจในความสามารถของเทคโนโลยีผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงและมีความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และ 2) ความไว้วางใจในผู้ให้บริการจะเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้า ความไว้วางใจจากลูกค้าได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการใช้บริการชำระเงินในกรณีของการทำธุรกรรมผ่านเครือข่ายโทรศัพท์ ซึ่งอาจจะมีความเสี่ยงและความไม่แน่นอนเกิดขึ้น ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องข้างต้นสรุปได้ว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความรู้สึกที่สะท้อนถึงความเต็มใจ ความตั้งใจ มั่นใจ ที่จะใช้บริการด้วยความรู้สึกสบายใจ มีความปลอดภัย ปราศจากความเสี่ยงในการใช้บริการมีแนวโน้มที่ตั้งใจจะไว้วางใจในความสามารถ ความซื่อสัตย์สุจริต ความเมตตา กรุณา ความเชื่อมั่นหรือน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความเสี่ยง (Perceived risk)

2.3.1 ความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง

Bauer (1960) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรง หรือทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการ Mauricio and Paul (2003) อธิบายเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงนั้นเป็นความรู้สึกไม่แน่นอนของผู้ใช้ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ

เกอร์รินทร์ ละเอียดดินันท์ (2557) นิยามความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง หมายถึง การยอมรับความเสี่ยง หากข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานจะถูกเปิดเผยเมื่อใช้บริการหรือข้อมูลอาจจะสูญหายออกไปจากระบบ ซึ่งอาจเกิดจากการคุกคามของไวรัส

จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์ (2557) ได้สรุปความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง เป็นการรับรู้ถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งส่งผลกระทบต่อเชิงลบในการใช้บริการ

นุชรี จินदारณ (2559) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ถึงความเสี่ยง หมายถึง การประเมินสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงที่จะตัดสินใจในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยการประเมินค่าความเสี่ยงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกัน

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในการใช้งาน ความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์

2.3.2 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการรับรู้ถึงความเสี่ยง

นักวิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงของลูกค้าไว้อย่างจำนวนมาก โดยมีความเห็นที่คล้ายคลึงกัน หรือซ้ำกัน โดยส่วนใหญ่มองว่าการรับรู้ถึงความเสี่ยง คือ เป็นความรู้สึกที่ไม่แน่นอนเกี่ยวกับความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลกระทบด้านลบ และอาจจะส่งผลให้เกิดความสูญเสียจากการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการดังกล่าว (Featherman and Pavlou, 2003) ซึ่งแจกแจงและอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ด้าน ดังต่อไปนี้ (Hoyer and MacInnis, 1997)

1. ความเสี่ยงด้านสังคม (Social risk) ระดับความรับรู้ของบุคคลที่เกิดขึ้นจากบุคคลอื่น แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้งาน และการเข้าใช้บริการซึ่งอาจมีอิทธิพลให้เกิดความยอมรับและไม่ยอมรับ ทั้งนี้การที่ลูกค้าจะตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตนั้นอาจมาจากบุคคลใกล้ชิด เช่น กลุ่มเพื่อน หรือสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น

2. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial risk) ในขณะที่ทำธุรกรรมทางการเงิน การโอนเงิน และการชำระเงิน อาจเกิดความสูญเสียจากการใช้บริการ เนื่องจากขณะที่ใช้บริการนั้นไม่มีหลักฐานทางเอกสารที่มีการลงลายมือชื่อของเจ้าหน้าที่ธนาคารเหมือนการให้บริการที่เกิดขึ้นในสถานที่ธนาคารซึ่งหากเกิดปัญหาจะไม่สามารถดำเนินคดีตามกฎหมาย หรือเรียกร้องค่าชดเชยที่เกิดจากความผิดพลาดระหว่างดำเนินการ หรืออีกนัยหนึ่งหมายถึง ความเชื่อด้านค่าใช้จ่ายที่อาจจะเกิดขึ้นมากกว่าปกติจากการใช้บริการ

3. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา (Psychological risk) ระดับความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่รู้สึกว่าการใช้งานธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอาจจะไม่เหมาะกับตัวเอง เช่น ความไม่เหมาะสมกับวัย การใช้งานไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง หรือความกังวลใจ เป็นต้น

4. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance risk) หมายถึง คุณภาพของการให้บริการ หรือการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถจำแนกได้ 2 ส่วน คือ การเชื่อมต่อระหว่างผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และธนาคารผู้ให้บริการทางธนาคารดิจิทัล และผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงเครือข่าย อินเทอร์เน็ต โดยคุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีที่ผู้ใช้งานเลือกใช้ ซึ่งหากองค์ประกอบทั้ง 2 ทำหน้าที่ได้ไม่ดีพอจะส่งผลให้เกิดปัญหาระหว่างใช้งาน เช่น อุปสรรคในการเข้าใช้งาน ระบบเกิดข้อบกพร่องในการใช้งาน ความเร็วของการดาวน์โหลดข้อมูลซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของธนาคารดิจิทัลช้าลง รวมถึงความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะไม่ตรงตามความต้องการขอ ผู้บริโภค และก่อให้เกิดความเสียหาย

5. ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy risk) ความเชื่อ หรือความรู้สึกที่ไม่ได้รับความปลอดภัยมากเกินไป ซึ่งอาจก่อให้เกิดความสูญเสียต่าง ๆ ดังนี้ การถูกโจรกรรมข้อมูล หรือทรัพย์สิน การลักลอบคัดเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการ และการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ส่งผลให้สูญเสียข้อมูลทางการเงิน และเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

6. ความเสี่ยงด้านเวลา (Time risk) การสูญเสียเวลา และความไม่สะดวกที่เกิดขึ้นเนื่องจากความล่าช้า และความยากลำบากในการปรับเปลี่ยนการให้บริการจากแบบดั้งเดิม หรือการเรียนรู้การใช้บริการธนาคารดิจิทัล

2.3.3 ผลลัพธ์ของการรับรู้ถึงความเสี่ยง

ตั้งแต่อดีตมีการใช้แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานในงานวิจัยจำนวนมากเพื่อตรวจสอบถึงผลลัพธ์ที่อาจมีอิทธิพลทั้งทางตรง หรือทางอ้อมที่สำคัญต่อความตั้งใจใช้บริการ (Bauer, 1960) ซึ่งการที่ผู้ใช้งานสามารถรับรู้ถึงความเสี่ยงจากการใช้งานนั้น อาจจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้งานตัดสินใจใช้บริการ โดยการตัดสินใจใช้งานนั้นอาจก่อให้เกิดความรู้สึกไม่แน่ใจ หรือความวิตกกังวล หากผู้ให้บริการทราบถึงปัญหาที่อาจจะส่งผลกระทบได้นั้นจะช่วยให้เข้าใจ และประเมินผลิตภัณฑ์การบริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Mauricio and Paul, 2003)

Ming (2009) ผลการวิจัยพบว่า ความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารออนไลน์ได้รับผลกระทบ ส่วนใหญ่จากความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นส่วนตัว และความเสี่ยงทางการเงิน

Yaghoubi and Bahmani (2011) อธิบายไว้ว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงพบว่า มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมากต่อการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และความตั้งใจใช้เชิงพฤติกรรมเทคโนโลยี โดยตัวแปรปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวกับด้านประสิทธิภาพ ประกอบไปด้วย ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว และความเสี่ยงทางการเงินซึ่งผลลัพธ์จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยเสี่ยงมีความสำคัญสำหรับการใช้บริการทางเทคโนโลยี

Martins et al. (2014) อธิบายไว้ว่า หากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารดิจิทัลในประเทศโปรตุเกสแล้วนั้นจะส่งผลทำให้ผู้ใช้มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้บริการ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารดิจิทัลลดน้อยลงไปด้วย ดังนั้น ธนาคารผู้ให้บริการควรมุ่งเน้นการสร้างความมั่นใจ และลดความเสี่ยงต่าง ๆ ที่คาดว่าจะ เกิดขึ้นจากการใช้งาน

อรรถพงษ์งานขยัน (2561) อธิบายไว้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการโดยภาพรวม เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงด้านการตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้งาน และด้านความเป็นส่วนตัวโดยรวมมากขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มพฤติกรรมด้านแนวโน้ม พฤติกรรมในการใช้บริการเพิ่มขึ้นด้วย

ทั้งนี้การศึกษาปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่จะส่งผลต่อการยอมรับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธนาคารที่จะนำไปเป็นแนวทางพัฒนา และปรับปรุงให้เทคโนโลยีดังกล่าวมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และหากสามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้บริการได้จะส่งผลทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารนั้นมีแนวโน้มที่ดีมากขึ้น (Zhao et al., 2010) ดังนั้นธนาคารจึงควรค้นหากลยุทธ์เพื่อลดความเสี่ยง และสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆที่เน้นด้านความปลอดภัย ของข้อมูลเป็นสำคัญ (Yaghoubi and Bahmani, 2011)

2.3.4 การประเมินผลของการรับรู้ถึงความเสี่ยง

จิราภา รุ่งเรืองศักดิ์ (2557) อธิบายเกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงของผู้ใช้บริการมีขั้นตอนที่ซับซ้อน โดยระดับความเสี่ยงของบุคคลขึ้นอยู่กับมาตรฐาน และค่านิยมที่แตกต่างกัน ซึ่งพฤติกรรมที่ใช้ประเมินความเสี่ยงแบ่งเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1. หลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยไม่นำไปเปรียบเทียบกับความเสี่ยงอื่น ๆ รวมถึงผลประโยชน์การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงนี้ขึ้นอยู่กับสภาพสังคมเช่น ทศนคติ และความเชื่อ
2. การกำหนดมาตรฐานความเสี่ยงที่ยอมรับได้โดยการทำความเข้าใจว่าทุกการกระทำมีความเสี่ยงแล้วเปรียบเทียบกับความเสี่ยงมาตรฐานที่ยอมรับได้หรือไม่
3. พิจารณาความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการเผชิญความเสี่ยงโดยการประเมินความเสี่ยง
4. ประเมินความเสี่ยงโดยพิจารณาจากผลตอบแทนที่ได้รับ เช่น การใช้บริการระบุตำแหน่งผ่านแอปพลิเคชันโดยเปิดเผยเป็นสาธารณะ ซึ่งทำให้อาจถูกติดตามโดยผู้ไม่ประสงค์ดีได้

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความเสี่ยงมีรายละเอียดดังนี้

Martins et al. (2014) ศึกษาอิทธิพลการรับรู้ถึงความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารดิจิทัลในประเทศ โปรตุเกสพบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงเป็นปัจจัยหลักที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญซึ่งส่งผลให้ผู้ใช้มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้บริการธนาคารดิจิทัล และมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมบริการลดน้อยลงไปด้วย ดังนั้นหากสามารถลดการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้บริการที่เกิดขึ้นได้นั้นจะส่งผลทำให้ความตั้งใจเชิง พฤติกรรมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องการศึกษาของ

Yaghoubi and Bahmani (2011) พบว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงของบริการทางธนาคารในประเทศไทยมี 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านจิตวิทยา ด้านความเป็นส่วนตัว และด้านเวลานั้นมีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้งานของผู้ใช้บริการ

โดยสรุปการรับรู้ถึงความเสี่ยง จัดเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคาร ดังนั้น ธนาคารจึงควรค้นหากลยุทธ์ในการลดความเสี่ยงปัจจัยต่างๆ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นความไว้วางใจให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความมั่นใจในความน่าเชื่อถือ ความยุติธรรม และความซื่อสัตย์ เต็มใจที่จะไว้วางใจต่อบุคคลหรือองค์กรหนึ่ง ๆ โดยความเชื่อมั่นเป็นส่วนหนึ่งของความน่าเชื่อถือ ซึ่งการที่ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ หมายถึงการที่ผู้บริโภคเชื่อมั่นในองค์กรว่ามีความน่าเชื่อถือ ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพด้วยความยุติธรรมและมีความรับผิดชอบ

Stern (1997, อ้างถึงใน เสาวณิต อุดมเวชกุล, 2557) ได้กล่าวว่า ความเชื่อมั่น คือพื้นฐานความสัมพันธ์ของการติดต่อสื่อสารในการให้บริการลูกค้า ซึ่งองค์กรจะต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิดเพื่อสร้างความคุ้นเคยให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ และสามารถรอบใจลูกค้าได้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 5 ข้อ ดังนี้ 1) การติดต่อสื่อสาร (Communication) 2) การรู้จักให้และดูแลลูกค้า (Caring and Giving) 3) การให้ข้อมูลผูกมัดคำมั่นสัญญาที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า (Commitment) 4) การให้ความสะดวกสบายหรือความสอดคล้อง (Comfort or Compatibility) 5) การแก้ไขสถานการณ์ความขัดแย้งและความไม่ไว้วางใจ (Conflict) การให้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application นั้น จัดได้ว่าเป็นระบบการบริการที่ไม่สารลจต้องได้ ดังนั้นความเชื่อมั่นในระบบการบริการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของเทคโนโลยีแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การรับรู้ (Perception) ที่เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ การตอบสนองพฤติกรรมใด ๆ จะขึ้นอยู่กับความรู้จากสภาพแวดล้อม และความสามารถในการแปลความหมาย และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ นอกเหนือจากการรับรู้

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรารุท ควชะกุล (2557) ศึกษาความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านความปลอดภัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ของธนาคารมีข้อความตอบกลับทุกครั้งเพื่อยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมมากที่สุด ด้านความเป็นส่วนตัว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ของธนาคารมีการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับมากที่สุด ด้านประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้บริการ

ได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการมากที่สุด ด้านความสะดวกการใช้งาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับธนาคารออนไลน์ช่วยให้ท่านสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้นมากที่สุด

กุลปรีชา นกดี และนิธนา ฐานิตชนกร (2559) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของ บริษัท พี.ที. ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของ บริษัท พี.ที. ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานและคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงการให้บริการ ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีทัศนคติต่อเทคโนโลยีคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของ บริษัท พี.ที. ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด

Wang, Lin and Luam (2006) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ซึ่งพบว่าหลายบริษัทได้ให้ความสนใจและได้ลงทุนเกี่ยวกับเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และยังเป็นการนำเสนอบริการใหม่ของธุรกิจให้แก่ลูกค้าโดยในการศึกษาได้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในประเทศได้หวัน ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานเทคโนโลยีบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ การรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคคล การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ

Jeong and Yoon (2013) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่บนพื้นฐาน โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAAM) โดยได้ระบุ 5 ปัจจัยประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือการรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคคล และการรับรู้ต้นทุนทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึง

ความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคคลมีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางและกลยุทธ์ในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2562) การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน “วงใน” ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัล และปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการบริการแอปพลิเคชัน “วงใน” ในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังพบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดดิจิทัลที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลรองลงมา ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อดิจิทัลส่วนปัจจัยการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ใช้งานง่าย รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ซึ่งผู้ให้บริการด้านร้านอาหารสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อเสริมสร้างการให้บริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมให้ธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ประสบความสำเร็จในการให้บริการ

Yi-Shun Wang et al. (2003) ศึกษาปัจจัยที่จะส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) โดยพิจารณาการรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์เป็นพื้นฐานในการยอมรับเทคโนโลยี อย่างไรก็ตามปัจจัยการรับรู้ทั้ง 2 ประเภทอาจไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นการศึกษานี้จึงนำเสนอการรับรู้ความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยใหม่ที่สะท้อนถึงความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้ที่จะส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ความน่าเชื่อถือ มีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

Rahmath et al. (2011) พบว่า การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการบริการถือเป็นตัวขับเคลื่อนหลักที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตถือเป็นบริการใหม่ที่ทันสมัย และเป็นเทรนด์ใหม่ของลูกค้า การศึกษานี้จึงกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของลูกค้าในอินเดีย ผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์การรับรู้การใช้งานง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพฤติกรรมการใช้งานบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้สามารถสนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญ

Ankit and Shailendra (2011) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของความไว้วางใจ และการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในประเทศอินเดีย ดังนั้นผู้วิจัยจึง

ค้นคว้าวิจัยจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี โดยขยายรูปแบบของทฤษฎีโดยการเพิ่มปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงเพื่อพิจารณาว่าปัจจัยใดที่มีความสำคัญต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า สมมุติฐานเกี่ยวกับการรับรู้ความมี

ประโยชน์มีผลกระทบเชิงบวก และการรับรู้ถึงความเสี่ยงมีผลกระทบเชิงลบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้งาน แต่การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีนัยสำคัญ (ทางอ้อม) ผ่านปัจจัยการรับรู้ความมีประโยชน์ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้งานตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี TAM

Norzaidi et al. (2011) ศึกษาเพื่อตรวจสอบปัจจัยความสำเร็จที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานบริการธนาคารทางมือถือ ผ่านทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลองนี้สามารถทำนายความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความน่าเชื่อถือมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการใช้งานบริการธนาคารทางมือถือ ซึ่งผลลัพธ์ธนาคารสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการสร้างกลยุทธ์พัฒนาบริการดังกล่าว

Mohd et al. (2012) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการยอมรับของระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตในหมู่เยาวชนผู้ที่มีศักยภาพในการใช้งานธนาคารทางอินเทอร์เน็ต จากแนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองด้านคอมพิวเตอร์ (CSE) และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ต โดยเน้นศึกษาปัจจัยการรับรู้ความมีประโยชน์การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความน่าเชื่อถือเป็นหลัก ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ที่สำคัญต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้ระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

ณภัทร อติคุณธนิน (2560) การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางธุรกรรมเกี่ยวกับสินเชื่อผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และแอปพลิเคชัน ซึ่งปัจจัยที่ศึกษามีทั้งหมด 7 ด้านประกอบด้วย ปัจจัยอิสระหรือตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ ปัจจัยด้านเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยความสะดวกในใช้งาน ปัจจัยด้านความคุ้นเคยกับธนาคาร ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของโครงสร้าง ปัจจัยคั่นกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ และปัจจัยหรือตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการทางธุรกรรมเกี่ยวกับสินเชื่อผ่านอินเทอร์เน็ต แบงก์กิ้ง และแอปพลิเคชัน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ และความเชื่อถือส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

2.6 ความเป็นมาของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และ Mobile Application Banking (GHB ALL)

ธนาคารอาคารสงเคราะห์เริ่มดำเนินการให้บริการประชาชนเป็นระยะเวลา 70 ปี มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจและเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง โดยให้บริการด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ทั้งสินเชื่อระยะสั้น เพื่อผู้ประกอบการนำไปพัฒนาโครงการที่อยู่อาศัย และสินเชื่อระยะยาว เพื่อประชาชนทั่วไป และได้มีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและกลยุทธ์ด้านการเงินการธนาคาร อาทิ แยกส่วนเงินกู้ที่มีการปล่อยสินเชื่อ ปรับปรุงกระบวนการให้สินเชื่อให้คล่องตัว และพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร ริเริ่มบัญชีเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ ซึ่งได้รับความนิยมและเป็นแหล่งทุนที่สำคัญของธนาคารต่อเนื่องมาหลายปี และมีการจัดตั้งศูนย์สินเชื่อเพื่อแก้ปัญหาหนี้ค้างโครงการที่อยู่อาศัย โดยทำหน้าที่วิเคราะห์และพิจารณาปล่อยสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการโครงการ อีกทั้งยังได้เริ่มขยายการให้บริการด้วยการเปิดเคาน์เตอร์การเงินนอกสถานที่ตามห้างสรรพสินค้า ศูนย์บริการธนาคาร ณ ที่ว่าการอำเภอทั่วประเทศ และเปิดหน่วยบริการสินเชื่ออีกหลายแห่ง ปัจจุบันธนาคารอาคารสงเคราะห์มีสาขาและจุดให้บริการ จำนวน 192 สาขา กระจายอยู่ทั่วประเทศในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้จัดทำ Mobile Application Banking (GHB ALL) แอปพลิเคชันที่รวมทุกบริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ไว้ในมือลูกค้า ซึ่งแอปพลิเคชันถูกออกแบบมาจากข้อมูลความต้องการของลูกค้านำมาจัดทำเป็นฟังก์ชันการใช้งานที่จำเป็น เพื่ออำนวยความสะดวกลูกค้าได้อย่างครบวงจร อาทิ ชำระเงินกู้ โอนเงิน ดูใบเสร็จค่าบ้าน และจองคิวใช้บริการที่สาขา ซึ่งจะทำให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์ขยายช่องทางการให้บริการดิจิทัลที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ประชาชนในยุค 4.0 และพร้อมให้ประชาชนได้ดาวน์โหลดบนสมาร์ตโฟนทั้งระบบ iOS และ Android เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 ที่ผ่านมา โดยลูกค้าที่ทำธุรกรรมการเงินผ่าน GHB ALL จะได้รับบริการที่มีความครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ในแอปพลิเคชันเดียว GHB ALL สามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าได้รับการบริการ ประกอบด้วย

1. ด้านเงินฝาก (เช็คยอด/ดู Statement/เปิดบัญชีเงินฝาก/ซื้อสลากออมทรัพย์)
2. โอนเงินภายในและต่างธนาคาร

3. สมัครและโอนเงินผ่าน PromptPay
4. ตรวจสอบสถานะสินเชื่อ กู้เพิ่ม
5. ชำระเงินกู้โดยหักบัญชีธนาคารอาคารสงเคราะห์
6. สร้าง QR Code เพื่อชำระเงินกู้
7. ขอบใบเสร็จเงินกู้
8. แก้ไขข้อมูลส่วนบุคคล
9. ผ่อนคานทรัพย์ NPA
10. หนังสือรับรองดอกเบี้ยเงินฝาก, เงินกู้

ทั้งนี้แอปพลิเคชัน GHB ALL ถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายยกระดับการให้บริการตามแผน Transformation to Digital Service สามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างครบวงจร



ภาพที่ 2 GHB ALL Mobile Application Banking



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการลงทะเบียนใช้บริการ

ที่มา : ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2563). *GHB ALL*. สืบค้นจาก <https://www.ghbank.co.th>

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก ได้กำหนดระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในภาคตะวันออก รวมทั้งสิ้น 7 สาขา ได้แก่ สาขาระยอง, สาขาบ้านฉาง, สาขานิคมพัฒนา, สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง, สาขาปลวกแดง, สาขาตราด และสาขาจันทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนลูกค้าที่แน่นอน เนื่องจากธนาคารมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายในการให้บริการ จึงมีจำนวนผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการที่ไม่แน่นอนในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นไปตามพฤติกรรมของลูกค้า

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในภาคตะวันออก รวมทั้งสิ้น 7 สาขา ได้แก่ สาขาระยอง, สาขาบ้านฉาง, สาขานิคมพัฒนา, สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง, สาขาปลวกแดง, สาขาตราด และสาขาจันทบุรี เป็นการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากร ผู้ที่ใช้แอปพลิเคชัน คือ 2,200 ราย ข้อมูล ณ ไตรมาส 4/2564 (วันที่ 1 ตุลาคม-31 ธันวาคม 2564) โดยขนาด



490626757

BUU-IThesis 63920031 independent study / rev: 04072567 13:20:12 / seq: 9

กลุ่มตัวอย่างคำนวณจากตารางสำเร็จรูปของเกรจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 5% ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 327 คน

ตารางที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตาตามสัดส่วน

สาขา	จำนวนลูกค้าที่สมัครแอปพลิเคชัน	กลุ่มตัวอย่าง
ระยอง	519	77
บ้านฉาง	442	66
เซ็นทรัลพลาซา ระยอง	368	55
นิคมพัฒนา	329	49
ปลวกแดง	238	35
ตราด	193	29
จันทบุรี	111	17
รวม	2,200	328

จากการสืบค้าข้อมูลเมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565 จาก

http://dashboard.ghb.co.th/GHB_AllDashboard/GHBALL/Detail

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือวิจัยซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสร้างแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นปลายเปิด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ภาคตะวันออก รวมทั้งสิ้น 7 สาขา ได้แก่ สาขาระยอง, สาขาบ้านฉาง, สาขานิคมพัฒนา, สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง, สาขาปลวกแดง, สาขาตราด และสาขาจันทบุรี เป็นคำถามปลายปิด ประกอบไปด้วย

1. สาขาที่ใช้บริการมากที่สุด
2. การใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL

3. ความถี่ในการใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL
4. ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL มากที่สุด
5. บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL ที่ใช้ทำธุรกรรมมากที่สุด
6. สาเหตุในการใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก เป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ และด้านความเสี่ยง

แบบสอบถามเป็นลักษณะเลือกตอบใช้มาตราส่วน 5 ระดับตามเกณฑ์ของลิเคิร์ตสเกล (Likert scal) โดยที่การให้ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก ดังนี้

คะแนน 1 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

คะแนน 2 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับน้อย

คะแนน 3 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 4 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก

คะแนน 5 หมายถึง ความคิดเห็นต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับมากที่สุด

ซึ่งการประมวลค่าเฉลี่ยมีดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554, หน้า 121)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้อัปพลิเคชัน อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการใช้อะปพลิเคชัน อยู่ใน
ระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

3.3.1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาสร้าง
กรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นใน
การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของ
ผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

3.3.2. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง
ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งค่าที่ได้
ต้องมากกว่า 0.5 ถือว่ามีความเหมาะสมจากนั้นนำมาปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปทดลองใช้
(วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552)

3.3.3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 30 ชุด เพื่อทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ (Reliability) โดยหา
ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้มีแสดง
ถึงระดับความคงที่ของผลการตอบแบบสอบถามโดยมีค่า ระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 มาก
แสดงว่ามีความเชื่อถือได้มาก (Nunnally, 1978)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยขออนุมัติโครงการวิจัยจากทางคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว เพื่อขออนุญาต
และขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ เรื่องปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้
บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL):

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก ทำการเก็บข้อมูลกับผู้ให้บริการ ระยะเวลาดำเนินการ 1 เมษายน 2565 ถึง 30 เมษายน 2565 โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) และเก็บข้อมูลให้ครบตามที่ได้กำหนดไว้

3. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความเรียบร้อย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้จากแบบสอบถามจะเป็นการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โปรแกรมหนึ่ง โดยการนำข้อมูลทั้งหมดบันทึกประมวลผลและรายงานผลการศึกษารายงานสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ดังนี้

1. นำแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. นำแบบสอบถามส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 มาวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ ด้านความเชื่อมั่น และด้านความเสี่ยง โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3. เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก จำแนกตามสาขา อายุ รายได้ต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างให้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี (Fisher's Least Significant Difference: LSD)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อมั่น และเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก เพื่อทราบถึงพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ และสามารถนำไปปรับปรุง พัฒนาแอปพลิเคชันให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอเป็น 3 ส่วน

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก จำนวน 328 คน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- f หมายถึง ค่าความถี่
- % หมายถึง ค่าร้อยละ
- M หมายถึง ค่าเฉลี่ย
- S.D. หมายถึง ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- p หมายถึง ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากการทดสอบสมมติฐาน
- * หมายถึง ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



490626757

BUU-IThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 จำนวนและร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามการใช้บริการ **Mobile Application Banking (GHB ALL)** ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการภาค ตะวันออก

ตารางที่ 2 ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ความถี่ (f)	ร้อยละ (%)
ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking		
เพศ		
ชาย	155	47.25
หญิง	173	52.74
อายุ		
20-29 ปี	45	13.71
30-39 ปี	162	49.39
40-49 ปี	76	23.17
50-59 ปี	31	9.45
60-69 ปี	14	4.26
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	9	2.74
มัธยมศึกษาตอนต้น	9	2.74
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	21	6.40
อนุปริญญา/ปวส.	67	20.42
ปริญญาตรี	172	52.43
สูงกว่าปริญญาตรี	50	15.24
สถานภาพ		
โสด	164	50.00
สมรส	135	41.15
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	29	8.84
อาชีพ		
ข้าราชการ	39	11.89
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	100	30.48
พนักงานบริษัทเอกชน	87	26.52
ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ	48	14.63



490626757

รายการ	ความถี่ (f)	ร้อยละ (%)
อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป	54	16.46
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 15,000 บาท	30	9.14
15,001–30,000 บาท	137	41.76
30,001–45,000 บาท	97	29.57
45,001–60,000 บาท	45	13.71
60,001– 75,000 บาท	10	3.04
มากกว่า 75,001 บาท	9	2.74
ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Application Banking		
ความถี่ในการใช้บริการ		
1–2 ครั้ง/สัปดาห์	98	29.87
3–4 ครั้ง/สัปดาห์	70	21.34
5–6 ครั้ง/สัปดาห์	49	14.93
มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์	111	33.84
ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ประเภทใด		
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เงินฝาก	64	19.51
โอนเงิน	121	36.89
พร้อมเพย์	50	15.24
สินเชื่อ	52	15.85
ชำระเงินกู้/ค่าบริการอื่นๆ	22	6.70
ใบเสร็จ	16	4.87
อื่น ๆ	3	0.91
ช่วงวันที่เลือกใช้บริการมากที่สุด		
วันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์)	291	88.71
วันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์)	37	11.28
ช่วงเวลา que เลือกใช้บริการ		
06.01-09.00 น.	13	3.96
09.01-12.00 น.	49	14.93
12.01-15.00 น.	84	25.60
15.01-18.00 น.	109	33.23
18.01-21.00 น.	62	18.90
21.01-24.00 น.	8	2.43
24.01-03.00 น.	0	0.00
03.01-06.00 น.	3	0.91

รายการ	ความถี่ (f)	ร้อยละ (%)
ใช้บริการ Mobile Application Banking ธนาคารใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
GHB ALL	248	38.27
Krungthai next	136	20.98
K Plus	120	18.51
SCB EASY	88	13.58
KMA / Krungsri Mobile App	8	1.23
Bualuang MBanking	24	3.70
MYMO by GSB	18	2.77
อื่น ๆ	6	0.92
สาขาที่ใช้บริการมากที่สุด		
สาขาระยอง	77	23.47
สาขามโนรมย์	66	20.12
สาขานิคมอุตสาหกรรม	36	10.97
สาขาเซนต์หลุยส์	55	16.76
สาขาลวกแดง	35	10.67
สาขาจันทร์บุรี	27	8.23
สาขาศรีนคร	29	8.84
อื่น ๆ	3	0.91

จากตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก จำนวน 328 คน โดยมีผลวิเคราะห์ ดังนี้

เพศ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 52.74 และเป็นเพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25

อายุ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 30-39 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 49.39 รองลงมาอายุ 40-49 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 23.17 อายุ 20-29 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.71 อายุ 50-59 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.45 และอายุ 60-69 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.26 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 52.43 รองลงมาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 20.42 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.24 มัธยมศึกษาตอนปลาย/



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

ปวช. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 และประถมศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.74 มัธยมตอนต้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.74 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โสด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาสมรส จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 41.15 และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.84 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 30.48 รองลงมาพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 26.52 อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 16.46 ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 14.63 และข้าราชการ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.89 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 41.76 รองลงมา 30,001-45,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 29.57 รายได้ 45,001-60,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.71 รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 9.14 รายได้ 60,001-75,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.04 และมากกว่า 75,001 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.74 ตามลำดับ

ค่าใช้ในการใช้บริการ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 33.84 รองลงมา 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 21.34 และ 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 ตามลำดับ

ใช้บริการ Mobile Application (GHB ALL) ประเภทใดบ้าง พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่โอนเงิน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 36.89 รองลงมาเงินฝาก จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 19.51 สินเชื่อ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.85 พร้อมเพย์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.24 ชำระเงินตู้/ค่าบริการอื่น ๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 ไปเสร็จ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.87 และอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.91 ตามลำดับ

ช่วงวันที่เลือกใช้บริการมากที่สุด พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่วันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 88.71 และวันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์) จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.28

ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เวลา 15.01-18.00 น. จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 33.23 รองลงมาเวลา 12.01-15.00 น. จำนวน 84 คน



490626757

เป็นร้อยละ 25.60 เวลา 18.01-21.00 น. จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90 เวลา 09.01-12.00 น. จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 เวลา 06.01-09.00 น. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.96 เวลา 21.01-24.00 น. จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.43 เวลา 03.01-06.00 น. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.91 และ 24.01-03.00 น. ไม่มีผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

ใช้บริการ Mobile Application Banking ธนาคารใดบ้าง พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ GHB ALL จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 38.27 รองลงมา Krungthai next จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 20.98 K Plus จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 18.51 SCB EASY จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 13.58 Bualung MBanking จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 MYMO by GSB จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 2.77 KMA/Krungsri Mobile App จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.23 และอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.92

สาขาที่ใช้บริการมากที่สุด พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สาขากระของ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 23.47 รองลงมาสาขาบ้านฉาง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.12 สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 16.76 สาขานิคมอุตสาหกรรม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.97 สาขาปลวกแดง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 สาขาตราด จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.84 สาขาจันทบุรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.23 และสาขาอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.91



490626757

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ และการประเมินความรู้สึกของผู้ใช้บริการ โดยรวมรายชื่อ (จำนวน 328 คน)

การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์	M	S.D.	การประเมิน ความรู้สึก
ด้านความไว้วางใจ			
1. ท่านคิดว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) มีประโยชน์ และมีความเหมาะสมในการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.43	0.53	ระดับมากที่สุด
2. ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ได้ง่าย ถึงแม้ว่าท่านอาจจะไม่เคยใช้มาก่อน	4.35	0.62	ระดับมากที่สุด
3. ท่านคิดว่าในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน	4.35	0.61	ระดับมากที่สุด
4. ท่านมีความคิดว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านกับผู้อื่น	4.42	0.60	ระดับมากที่สุด
5. ท่านคิดว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) มีความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.42	0.61	ระดับมากที่สุด
ด้านความเสี่ยง			
1. ท่านคิดว่าอาจเกิดความผิดพลาดของระบบระหว่างการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)	2.42	1.21	ระดับน้อย
2. ท่านมีความกังวลว่า เมื่อเกิดความผิดพลาดจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารจะไม่ชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นให้แก่ท่าน	2.40	1.19	ระดับน้อย
3. ท่านคิดว่า หากเกิดความผิดพลาดจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารจะใช้เวลาในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนาน	2.49	1.21	ระดับน้อย
4. ท่านคิดว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านอาจจะมีความไม่ปลอดภัย ขณะใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)	2.40	1.19	ระดับน้อย



490626757

BUU-IThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)	M	S.D.	การประเมิน ความรู้สึก
ธนาคารอาคารสงเคราะห์			
5. ท่านกังวลว่า อาจมีบุคคลอื่นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเงินของท่านผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ได้	2.37	1.16	ระดับน้อย
6. ท่านคิดว่า อาจเกิดความสูญหายของเงินในขณะที่ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)	2.32	1.20	ระดับน้อย
ด้านความเชื่อมั่น			
1. ท่านเชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	4.33	0.61	ระดับมากที่สุด
2. ท่านเชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) สามารถเก็บความลับ และข้อมูลทางการเงินของท่านได้	4.37	0.56	ระดับมากที่สุด
3. ท่านเชื่อว่า ธนาคารออกแบบ Mobile Application Banking (GHB ALL) โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของท่านเป็นอันดับแรก	4.22	0.65	ระดับมากที่สุด
4. ท่านเชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) จะเก็บรักษาข้อมูลและไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านกับผู้อื่น	4.28	0.76	ระดับมากที่สุด
5. ท่านเชื่อว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ	4.40	0.61	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก กับการประเมินความรู้สึก พบว่า ด้านความไว้วางใจ การประเมินความรู้สึกโดยภาพรวมมีความรู้สึกในระดับมากที่สุด พบว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) มีประโยชน์ และมีความเหมาะสมในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.43, S.D.=0.53) มากที่สุด รองลงมา Mobile Application Banking (GHB ALL) จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านกับผู้อื่น (M=4.42, S.D.=0.60) Mobile Application Banking (GHB ALL) มีความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน (M=4.42, S.D.=0.61) การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน (M=4.35, S.D.=0.61) และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ได้ง่าย ถึงแม้ว่าท่านอาจจะไม่เคยใช้มาก่อน (M=4.35, S.D.=0.62) ตามลำดับ

ด้านความเสี่ยง การประเมินความรู้สึกโดยภาพรวมมีความรู้สึกระดับน้อย พบว่า อาจเกิดความสูญหายของเงินในขณะที่ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) มีค่าเฉลี่ย

และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.32$, $S.D.=1.20$) ระดับน้อย รองลงมากังวลว่า อาจมีบุคคลอื่นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเงินของท่านผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ได้ ($M=2.37$, $S.D.=1.16$) มีความกังวลว่า เมื่อเกิดความผิดพลาดจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารจะไม่ชดใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้นให้แก่ท่าน ($M=2.40$, $S.D.=1.19$) ข้อมูลส่วนตัวของท่านอาจจะไม่ปลอดภัย ขณะใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ($M=2.40$, $S.D.=1.19$) อาจเกิดความผิดพลาดของระบบระหว่างการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ($M=2.42$, $S.D.=1.21$) และ หากเกิดความผิดพลาดจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารจะใช้เวลาในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนาน ($M=2.49$, $S.D.=1.21$) ตามลำดับ

ความเชื่อมั่น การประเมินความรู้สึกโดยภาพรวมมีความรู้สึกระดับมากที่สุด พบว่า เชื่อว่า ธนาคารออกแบบ Mobile Application Banking (GHB ALL) โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของท่านเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.22$, $S.D.=0.65$) รองลงมาเชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) จะเก็บรักษาข้อมูลและไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านกับผู้อื่น ($M=4.28$, $S.D.=0.76$) เชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำธุรกรรม ทางการเงินของท่าน ($M=4.33$, $S.D.=0.61$) เชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) สามารถเก็บความลับ และข้อมูลทางการเงินของท่านได้ ($M=4.37$, $S.D.=0.56$) และเชื่อว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ ($M=4.40$, $S.D.=0.61$) ตามลำดับ



490626757

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการประเมินความรู้สึกของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก รายด้าน (จำนวน 328 คน)

ความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์	M	S.D.	การประเมินความรู้สึก
ด้านความไว้วางใจ	4.39	0.51	ระดับมากที่สุด
ด้านความเสีย	2.39	1.14	ระดับน้อย
ด้านความเชื่อมั่น	4.31	0.54	ระดับมากที่สุด
โดยรวมในการใช้บริการ Mobile Application Banking	3.70	0.48	ระดับมากที่สุด

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ความรู้สึกของผู้ใช้บริการในภาคตะวันออก โดยรวมในการใช้บริการ Mobile Application Banking อยู่ในระดับมากที่สุด (M=3.70 S.D.=0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อด้านความเชื่อมั่น ในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ด้านความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (M=4.39 S.D.=0.51) รองลงมา ด้านความเชื่อมั่น (M=4.31 S.D.=0.54) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ด้านความเสีย (M=2.39 S.D.=1.14)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเชื่อมั่น
ในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของ
ผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคาร
อาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และ
ด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขานาการสาขาที่ใช้บริการ

การให้บริการ Mobile Application Banking	ความไว้วางใจ			ความเสี่ยง			ความเชื่อมั่น		
	M	S.D.	ระดับ	M	S.D.	ระดับ	M	S.D.	ระดับ
สาขาระยอง	4.39	0.45	มากที่สุด	1.73	0.85	น้อยที่สุด	4.31	0.50	มากที่สุด
สาขานันทาง	4.51	0.47	มากที่สุด	2.77	1.26	ปานกลาง	4.40	0.49	มากที่สุด
สาขานิคมอุตสาหกรรม	4.42	0.51	มากที่สุด	1.50	0.49	น้อยที่สุด	4.46	0.48	มากที่สุด
สาขาเซนต์หลุยส์ระยอง	4.32	0.53	มากที่สุด	2.71	0.85	ปานกลาง	4.23	0.65	มากที่สุด
สาขาปลวกแดง	4.47	0.48	มากที่สุด	2.61	1.05	น้อย	4.45	0.44	มากที่สุด
สาขาจันทบุรี	4.30	0.63	มากที่สุด	3.36	1.17	ปานกลาง	4.27	0.63	มากที่สุด
สาขาตราด	4.27	0.57	มากที่สุด	2.57	1.17	น้อย	4.15	0.53	มาก
สาขาอื่น ๆ	3.66	0.58	มากที่สุด	3.42	0.50	มากที่สุด	3.47	0.50	มาก
โดยรวม	4.39	0.51	มากที่สุด	3.29	1.14	ปานกลาง	4.32	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก โดยรวม พบว่า ผู้ให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมากที่สุด (M=4.39, S.D.=0.51) ด้านความเชื่อมั่น อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.32, S.D.=0.54) และด้านความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=3.29, S.D.=1.14) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ตามสาขา เป็นรายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ สาขานันทาง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สูงที่สุด (M=4.51, S.D.=0.47) รองลงมา สาขาปลวกแดง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.47, S.D.=0.48) สาขานิคมอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.42, S.D.=0.51) สาขาระยอง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.39, S.D.=0.45) สาขาเซนต์หลุยส์ระยอง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.32, S.D.=0.53) สาขาจันทบุรี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.30, S.D.=0.63) สาขาตราด มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

($M=4.27$, $S.D.=0.57$) และสาขาอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=3.66$, $S.D.=0.58$) ตามลำดับ

ด้านความเลียง สาขาอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สูงที่สุด ($M=3.42$, $S.D.=0.50$) รองลงมา สาขาจันทบุรี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=3.36$, $S.D.=1.17$) สาขาบ้านฉาง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.77$, $S.D.=1.26$) สาขาเซนทรัลระยอง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.71$, $S.D.=0.85$) สาขาปลวกแดง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.61$, $S.D.=1.05$) สาขาตราด มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.57$, $S.D.=1.17$) สาขาระยอง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=1.73$, $S.D.=0.85$) และสาขานิคมอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=1.50$, $S.D.=0.49$) ตามลำดับ

ด้านความเชื่อมั่น สาขานิคมอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สูงที่สุด ($M=4.46$, $S.D.=0.48$) รองลงมา สาขาปลวกแดง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.45$, $S.D.=0.44$) สาขาบ้านฉาง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.42$, $S.D.=0.51$) สาขา ระยอง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.40$, $S.D.=0.49$) สาขาเซนทรัลระยอง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.23$, $S.D.=0.65$) สาขาจันทบุรี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.27$, $S.D.=0.63$) สาขาตราด มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.15$, $S.D.=0.53$) และสาขาอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=3.47$, $S.D.=0.50$) ตามลำดับ



490626757

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และ ด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขานาการสาขาที่ใช้บริการ โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA)

การใช้บริการ Mobile Application Banking	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ด้านความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.72	7	0.531	2.046*
	ภายในกลุ่ม	83.111	320	0.260	
	รวม	86.830	327		
ด้านความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	108.680	7	15.526	15.539*
	ภายในกลุ่ม	319.722	320	0.999	
	รวม	428.402	327		
การใช้บริการ Mobile Application Banking	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ด้านความเชื่อมั่น	ระหว่างกลุ่ม	5.200	7	0.743	2.610*
	ภายในกลุ่ม	91.075	320	0.285	
	รวม	96.275	327		

* $p < .05$

จากตารางที่ 6 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขานาการสาขาที่ใช้บริการ โดยรวม มีการใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคาร
อาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และ
ด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขาธนาคารสาขาที่ใช้บริการ พบความแตกต่างด้าน โดยทำการ
ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference)

การใช้บริการ Mobile Application Banking	สาขา	ระยอง	บ้านฉาง	นิคมฯ	เขนทรลฯ	ปลวกแดง	จันทบุรี	ตราด	อื่นๆ
ด้านความไว้วางใจ	ระยอง	-0.121	-0.330	0.071	-0.080	0.091	0.119	0.728*	
	บ้านฉาง		0.873	0.192*	0.040	0.211	0.239*	0.848*	
	นิคมฯ			0.104	-0.047	0.124	0.152	0.761*	
	เขนทรลฯ				-0.1517	0.020	0.0488	0.657*	
	ปลวกแดง					0.171	0.198	0.808*	
	จันทบุรี						0.278	0.637*	
	ตราด							0.609*	
	อื่นๆ								
ด้านความเสี่ยง	ระยอง	-1.048*	0.218	-0.989*	-0.892*	-1.631*	-0.847*	-1.717*	
	บ้านฉาง		1.266*	0.063	0.156	-0.583*	0.201	-0.669	
	นิคมฯ			-1.203*	-1.110*	-1.849*	-1.065*	-1.935*	
	เขนทรลฯ				0.093	-0.655*	0.137	-0.732	
	ปลวกแดง					-0.739*	0.044	-0.825	
	จันทบุรี						0.783*	-0.086	
	ตราด							-0.870	
	อื่นๆ								
ด้านความเชื่อมั่น	ระยอง	-0.091	-0.146	0.084	-0.137	0.035	0.157	0.842*	
	บ้านฉาง		-0.556	0.175	-0.046	0.122	0.248*	0.933*	
	นิคมฯ			0.230*	0.010	0.181	0.304*	0.989*	
	เขนทรลฯ				-0.220	-0.049	0.073	0.759*	
	ปลวกแดง					0.172	0.294*	0.979*	
	จันทบุรี						0.122	0.807*	
	ตราด							0.685*	
	อื่นๆ								

* $p < .05$

จากตารางที่ 7 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขาธนาคารสาขาที่ใช้บริการ พบความแตกต่างทุกด้าน โดยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference)

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference) พบว่า

ด้านความไว้วางใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า สาขาในเขตระยองมีความแตกต่างกับสาขาอื่น ๆ นอกจากนี้ สาขาบ้านฉาง แตกต่างกับสาขาเซนต์หลุยส์ และสาขาทราด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความเสี่ยง เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า สาขาระยองมีความแตกต่างกับสาขาธนาคารที่ใช้บริการทุกสาขา ยกเว้น สาขานิคมอุตสาหกรรม รองลงมาสาขานิคมอุตสาหกรรมด้านความเสี่ยงมีความแตกต่างกับสาขาเซนต์หลุยส์ ปลวกแดง จันทบุรี ตราด และสาขาอื่นๆ และสาขาบ้านฉางมีความแตกต่างกับสาขานิคม กับสาขาจันทบุรี, สาขาเซนต์หลุยส์แตกต่างกับสาขาจันทบุรี, สาขาปลวกแดง แตกต่างกับสาขาจันทบุรี, และสาขาจันทบุรี แตกต่างกับสาขาทราด อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ด้านความเชื่อมั่น เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า สาขาในเขตระยองมีความแตกต่างกับสาขาอื่น ๆ นอกจากนี้ สาขาทราดแตกต่างสาขานิคมอุตสาหกรรม สาขาบ้านฉาง และสาขาปลวกแดง สุดท้าย สาขานิคมอุตสาหกรรมแตกต่างกับสาขาเซนต์หลุยส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ใช้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ

การใช้บริการ Mobile Application Banking	ความไว้วางใจ			ความเสี่ยง			ความเชื่อมั่น		
	M	S.D.	ระดับ	M	S.D.	ระดับ	M	S.D.	ระดับ
20 – 29 ปี	4.40	0.48	มากที่สุด	2.53	1.09	น้อย	4.42	0.52	มากที่สุด
30 – 39 ปี	4.44	0.56	มากที่สุด	2.47	1.29	น้อย	4.30	0.59	มากที่สุด
40 – 49 ปี	4.33	0.41	มากที่สุด	2.10	0.94	น้อย	4.23	0.48	มากที่สุด
50 – 59 ปี	4.40	0.45	มากที่สุด	2.59	0.87	น้อย	4.49	0.45	มากที่สุด
60 – 69 ปี	3.97	0.47	มาก	2.32	0.67	น้อย	4.25	0.37	มากที่สุด
โดยรวม	4.39	0.51	มากที่สุด	2.39	1.14	น้อย	4.31	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยรวม พบว่า ด้านความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($M=4.39$, $S.D.=0.51$) ด้านความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($M=4.31$, $S.D.=0.54$) และด้านความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในระดับ ($M=2.39$, $S.D.=1.14$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า ด้านความไว้วางใจ ตามอายุ เป็นรายด้าน พบว่า อายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สูงที่สุด ($M=4.44$, $S.D.=0.56$) รองลงมา อายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.40$, $S.D.=0.48$) อายุ 50-59 ปี ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.40$, $S.D.=0.45$) อายุ 40-49 ปี ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.33$, $S.D.=0.41$) และอายุ 60-69 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=3.97$, $S.D.=0.47$) ตามลำดับ

ด้านความเสี่ยง ตามอายุ เป็นรายด้าน พบว่า อายุ 50-59 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สูงที่สุด ($M=2.59$, $S.D.=0.87$) รองลงมา อายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.53$, $S.D.=1.09$) อายุ 30-39 ปี ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.47$, $S.D.=1.29$) อายุ 60-69 ปี ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.32$, $S.D.=0.67$) และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=2.10$, $S.D.=0.94$) ตามลำดับ

ด้านความเชื่อมั่น ตามอายุ เป็นรายด้าน พบว่า อายุ 50-59 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สูงที่สุด ($M=4.49$, $S.D.=0.45$) รองลงมา อายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.42$, $S.D.=0.52$) อายุ 30-39 ปี ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.30$, $S.D.=0.59$) อายุ 60-69 ปี ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.25$, $S.D.=0.37$) และอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=4.23$, $S.D.=0.48$) ตามลำดับ



ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และ ด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA)

การใช้บริการ Mobile Application Banking	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ด้านความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.214	4	0.804	3.104*
	ภายในกลุ่ม	83.616	323	0.259	
	รวม	86.830	327		
การใช้บริการ Mobile Application Banking	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ด้านความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	9.708	4	2.427	1.872
	ภายในกลุ่ม	418.694	323	1.296	
	รวม	428.402	327		
ด้านความเชื่อมั่น	ระหว่างกลุ่ม	2.077	4	0.519	1.780
	ภายในกลุ่ม	94.198	323	0.292	
	รวม	96.275	327		

* $p < .05$

จากตารางที่ 9 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ โดยรวม มีการใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



490626757

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และ ด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ พบความแตกต่างด้านความไว้วางใจ โดยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference)

การใช้บริการ Mobile Application Banking	ช่วงอายุ	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69
ด้านความไว้วางใจ	20-29		-0.003	-0.101	0.040	0.469*
	30-39			0.104	0.043	0.472*
	40-49				-0.061	0.368*
	50-59					0.429*
	60-69					

* $p < .05$

จากตารางที่ 10 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามช่วงอายุ พบความแตกต่างด้านความไว้วางใจ โดยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference) พบว่า

ด้านความไว้วางใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบว่า สาขาที่ใช้บริการในเขตระยองมีความแตกต่างกับสาขาอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



490626757

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคาร
อาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และ
ด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การให้บริการ Mobile Application Banking	ความไว้วางใจ			ความเสี่ยง			ความเชื่อมั่น		
	M	S.D.	ระดับ	M	S.D.	ระดับ	M	S.D.	ระดับ
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.19	0.47	มาก	2.62	0.98	ปานกลาง	4.21	0.44	มากที่สุด
15,001 – 30,000 บาท	4.45	0.48	มากที่สุด	2.11	1.10	น้อย	4.36	0.54	มากที่สุด
30,001 – 45,000 บาท	4.38	0.51	มากที่สุด	2.63	1.32	ปานกลาง	4.37	0.47	มากที่สุด
45,001 – 60,000 บาท	4.46	0.52	มากที่สุด	2.35	0.84	น้อย	4.24	0.65	มากที่สุด
60,001 – 75,000 บาท	4.32	0.39	มากที่สุด	2.86	0.71	ปานกลาง	4.04	0.08	มาก
มากกว่า 75,001 บาท	4.02	0.86	มาก	3.11	0.89	ปานกลาง	4.04	0.87	มาก
โดยรวม	4.39	0.51	มากที่สุด	2.39	1.14	น้อย	4.31	0.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม พบว่า ด้านความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด (M=4.39, S.D.=0.51) ด้านความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.31, S.D.=0.54) และด้านความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด (M=2.39, S.D.=1.14) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด (M=4.46, S.D.=0.52) รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.45, S.D.=0.48) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.38, S.D.=0.51) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.32, S.D.=0.39) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=4.19, S.D.=0.47) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 75,001 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนฐานน้อยที่สุด (M=4.02, S.D.=0.86) ตามลำดับ

ด้านความเสี่ยง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 75,001 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด (M=3.11, S.D.=0.89) รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=2.86, S.D.=0.71) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=2.63, S.D.=1.32) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (M=2.62, S.D.=0.98) รายได้

เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=2.35$, $S.D.=0.84$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=2.11$, $S.D.=1.10$) ตามลำดับ

ด้านความเชื่อมั่น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($M=4.37$, $S.D.=0.47$) รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.36$, $S.D.=0.54$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.24$, $S.D.=0.65$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.21$, $S.D.=0.44$) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=4.04$, $S.D.=0.08$) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 75,001 บาท มีค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุด ($M=4.04$, $S.D.=0.87$) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA)

การใช้บริการ Mobile Application Banking	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ด้านความไว้วางใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.220	5	0.644	2.480*
	ภายในกลุ่ม	83.610	322	0.260	
	รวม	86.830	327		
ด้านความเสี่ยง	ระหว่างกลุ่ม	24.586	5	4.917	3.921*
	ภายในกลุ่ม	403.816	322	1.254	
	รวม	428.402	327		
ด้านความเชื่อมั่น	ระหว่างกลุ่ม	2.620	5	0.524	1.802
	ภายในกลุ่ม	93.655	322	0.291	
	รวม	96.275	327		

* $p < .05$

จากตารางที่ 12 การเปรียบเทียบการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม มีการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจ และด้านความเสี่ยง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบความแตกต่าง โดยทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference)

การให้บริการ Mobile Application Banking	รายได้	น้อยกว่า 15,000	15,000 - 30,000	30,001- 45,000	45,0001- 60,000	60,001 – 75,000	มากกว่า 75,001
ด้านความไว้วางใจ	น้อยกว่า 15,000		0.261*	-0.1901	-0.269*	-0.127	0.171
	15,001 – 30,000			0.071	-0.008	0.134	0.432*
	30,001 – 45,000				-0.079	0.064	0.361*
	45,001 – 60,000					0.142	0.440*
	60,001 – 75,000						0.298
	มากกว่า 75,001						
ด้านความเสี่ยง	น้อยกว่า 15,000		0.505*	-0.012	0.263	-0.244	-0.489
	15,001 – 30,000			-0.517*	-0.242	-0.750*	-0.994*
	30,001 – 45,000				0.275	-0.233	-0.477
	45,001 – 60,000					-0.507	-0.752
	60,001 – 75,000						-0.244
	มากกว่า 75,001						

* $p < .05$

จากตารางที่ 13 การเปรียบเทียบการให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยรวม มีการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Fisher's Least Significant Difference) พบว่า

ด้านความไว้วางใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่ม พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 75,001 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทุกด้าน ยกเว้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001-60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความเสี่ยง เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่ม พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท รายได้เฉลี่ย 15,001-30,000 บาท มีความแตกต่างกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001-75,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 75,001 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



490626757

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เรื่องปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อมั่น และเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก เพื่อทราบถึงพฤติกรรมปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ และสามารถนำไปปรับปรุง พัฒนาแอปพลิเคชันให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอเป็น 3 ส่วน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก จำแนกตามสาขานานาชาติสาขาที่ใช้บริการ ช่วงอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก สรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1. การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

ผู้ให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 52.74 ซึ่ง ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 49.39 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.43 สถานภาพส่วนใหญ่โสด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 30.48 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.76 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ บริการ Mobile Application Banking มากกว่า 6 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 33.84 ส่วนใหญ่ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ประเภทโอนเงิน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 36.89 ช่วงวันที่เลือกใช้บริการมากที่สุดวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 88.71 ส่วนใหญ่ช่วงเวลา que เลือกใช้บริการ 15.01-18.00 น. จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 33.23 ส่วนใหญ่ใช้บริการ Mobile Application Banking ธนาคาร GHB ALL จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 38.27 และสาขาที่ใช้บริการมากที่สุดสาขาระยอง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 23.47

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่นการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก

การใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยรวมในการใช้บริการ Mobile Application Banking อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($M=3.70$ $S.D.=0.48$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความไว้วางใจมี ระดับมากที่สุด ($M=4.39$ $S.D.=0.51$) รองลงมาด้านความเชื่อมั่น ($M=4.31$ $S.D.=0.54$) และด้าน ความเสี่ยง มีระดับความน้อยที่สุด ($M=2.39$ $S.D.=1.14$)

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก จำแนกตาม สาขาที่ใช้บริการ ช่วงอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคาร อาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และ ด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขาในเขตระยองที่ใช้บริการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาความไว้วางใจ พบว่า สาขาบ้านฉางแตกต่างกับสาขาเซนทรัลฯ สาขาตราด และสาขาอื่น ๆ แตกต่างกับสาขาในเขตระยอง ด้านความเสี่ยง พบว่า สาขานิคมแตกต่างกับสาขาเซนทรัลฯ สาขาปลวกแดง สาขาจันทบุรี สาขาตราด สาขาอื่นๆ เช่นเดียวกับสาขาระยองที่แตกต่างกันเพิ่มอีก 1 สาขา คือ สาขาบ้านฉาง สาขาบ้านฉางแตกต่างกับสาขานิคมฯ และสาขาจันทบุรี สาขาเซนทรัลฯกับสาขาปลวกแดงแตกต่างกับสาขาจันทบุรี สุดท้ายสาขาจันทบุรีแตกต่างกับสาขาตราด และด้านความเชื่อมั่น พบว่า สาขานิคมฯแตกต่างกับสาขาเซนทรัลฯ สาขาตราด สาขาบ้านฉาง กับสาขาปลวกแดงแตกต่างกับสาขาตราด และสาขาอื่น ๆ แตกต่างกับสาขาในเขตระยอง

การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามอายุ ด้านความไว้วางใจมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณา ช่วงอายุ 60-69 ปี แตกต่างกับช่วงอายุ 20-29 ปี 30-39 ปี 40-49 ปี และ 50-59 ปี

การเปรียบเทียบการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านความไว้วางใจกับด้านความเสี่ยง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาพบว่า ด้านความไว้วางใจ รายได้มากกว่า 75,001 บาท แตกต่างกับรายได้ 15,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-45,000 บาท รายได้ 45,001-60,000 บาท รายได้ 45,001-60,000 บาท และรายได้ 15,001-30,000 บาท แตกต่างกับรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท ด้านความเสี่ยงรายได้ 15,001-30,000 บาท แตกต่างกับรายได้ 30,001-45,000 บาท 60,001-75,000 บาท มากกว่า 75,001 บาท และรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทแตกต่างกับรายได้ 15,001-30,000 บาท

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการ ในภาคตะวันออก ซึ่งมีรายละเอียดการอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก โดยรวมในการใช้บริการ Mobile Application Banking อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

การให้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก ด้านความไว้วางใจ มีประโยชน์เหมาะสมในการทำธุรกรรมทางการเงิน ที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลกับผู้อื่น มีขั้นตอนในการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อน แม้ไม่เคยใช้งานมาก่อน ด้านความเสี่ยง ทั้งในเรื่องของความสูญหายของเงินในขณะที่ใช้บริการหรืออาจมีบุคคลอื่นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเงินของท่านให้ไม่ปลอดภัย เมื่อเกิดความผิดพลาดจากการทำธุรกรรมทางการเงินธนาคารจะไม่ชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้น และธนาคารใช้เวลาในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นนาน ความรู้สึกของผู้ใช้ด้านความเสี่ยงอยู่ในระดับน้อย (ไม่มีความกังวล) และด้านความเชื่อมั่น ในการทำธุรกรรมทางการเงินมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ สามารถเก็บความลับและข้อมูลต่าง ๆ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ใช้บริการเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับ ธนภรณ์ แสงโชติ และอัญญา ฐานานท์ (2562) กล่าวว่า มิติคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) คือความเชื่อถือไว้วางใจและการตอบสนองต่อลูกค้า ทั้งในเรื่องความเป็นส่วนตัว มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ที่สนองต่อลูกค้าที่ถูกต้องและเข้าใจง่าย เป็นการตอบสนองที่รวดเร็วในการใช้บริการ เช่นเดียวกับ Lee, M.C. (2009) กล่าวว่า คุณลักษณะของการใช้งานที่ดีส่งผลให้อัตราการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินผ่านมือถือมีเพิ่มขึ้น จากการให้การยอมรับคุณภาพของระบบ ข้อมูล การให้บริการ และคุณลักษณะของแอปพลิเคชัน และพลิดา คัสตุลย์ และศรัณยธร ศศิธนากรแก้ว (2563) ที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การรับรู้ความเสี่ยง ล้วนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรการใช้แอปพลิเคชัน ที่สามารถใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาได้ไม่ยากเข้าใจง่ายที่สามารถตรวจสอบรายละเอียดก่อนตัดสินใจ และการรับรู้ความเสี่ยงที่ต้องทำการสมัครสมาชิกและกรอกข้อมูลรายละเอียดข้อมูลส่วนตัวเพื่อใช้ในการยืนยันตัวตนเวลาใช้งาน รวมไปถึงการกรอกข้อมูลบัตรเครดิตในการชำระเงิน ดังนั้นระบบความปลอดภัยของแอปพลิเคชันจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะมีผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้งาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความไว้วางใจ ความเสี่ยงนั้นขึ้นอยู่กับระบบความปลอดภัย การเก็บรักษาข้อมูล และความเชื่อมั่นมีผลต่อการใช้บริการ Mobile Application Banking ของผู้ให้บริการ

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก ประกอบด้วย ด้านความไว้วางใจ ด้านความเสี่ยง และด้านความเชื่อมั่น จำแนกตามสาขาธนาคารที่ใช้บริการช่วงอายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้ พบว่า

สาขาธนาคารที่ใช้บริการ Mobile Application Banking ด้านความไว้วางใจแอปพลิเคชันที่มีความปลอดภัยกับผู้ให้บริการต้องมีประโยชน์ มีขั้นตอนการใช้งานที่เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อน และไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลกับผู้อื่น ถึงแม้ว่าไม่เคยใช้บริการมาก่อน ส่วนด้านความเสี่ยง การป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงในการใช้แอปพลิเคชัน เช่น ความปลอดภัยของสถาบันการเงินที่ใช้บริการ ไม่ตั้งรหัสที่คาดเดาง่าย หรือมาจากข้อมูลส่วนตัว หมั่นตรวจสอบประวัติการธุรกรรมอยู่เสมอ ตรวจสอบความถูกต้องและยืนยันตัวตนก่อนธุรกรรม ตั้งค่าจำกัดวงเงินในการทำธุรกรรม ทั้งนี้มีเพียงผู้ให้บริการอาจประมาณหรือมองข้ามเรื่องของความเสี่ยง อาจเพราะความง่าย ความสะดวกสบายของการธุรกรรมทางการเงินที่คุ้นเคยเป็นเหตุจนในบางครั้งละเลยสิ่งจำเป็นที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้มองข้ามในสิ่งที่ต้องทำ และห้ามทำ เพื่อความปลอดภัยและลดความเสี่ยงในการทำธุรกรรม และด้านความเชื่อมั่น ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ ความเข้าใจเบื้องต้นของแอปพลิเคชันที่มีความหลากหลายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน เช่น การโอนเงินต่างธนาคารที่มีความทันสมัย และรวดเร็ว การโอนเงินผ่านเบอร์โทรศัพท์ หรือ QR-CODE การจ่ายบิลต่างๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับพนักงานธนาคารแต่ละสาขามีการให้ข้อมูล ความรู้ การเข้าใจ ในการทำธุรกรรมอย่างถูกต้อง และครบถ้วน สอดคล้องกับ ปฐมาภรณ์ จันทรวีภาวิ (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมรวมถึงการให้บริการช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ และการรับรู้ความง่ายที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มีขั้นตอนในการใช้งานที่ง่ายสามารถใช้งาน และตรวจสอบข้อมูลทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือได้ตลอดเวลา เพื่อทำธุรกรรมที่ต้องการได้รวดเร็ว เช่นเดียวกับปวีตรา สอนดี (2560) ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งาน พบว่า ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน ความคาดหวัง การรับรู้ความง่ายต่อการใช้ อิทธิพลของสังคมในการใช้งานนวัตกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากเทคโนโลยีการใช้งาน และสนใจด้านอารมณ์การใช้งาน สอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ แก้วนิลประเสริฐ (2559) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในมุมมองของผู้บริโภคสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อผู้ให้บริการกล้าเสี่ยงที่จะใช้บริการ คือ การยอมรับ

คำแนะนำจากผู้ให้บริการและบุคคลรอบข้าง การยินดีให้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ การใช้บริการมาจากการตัดสินใจและความถี่ในการใช้บริการ ที่สร้างทัศนคติทางพฤติกรรมให้เกิดความเชื่อมั่น และ อัครเดช ปิ่นสุข และนิศนา ฐานิธรนกร (2559) และวิยะดา ไทยเกิด (2557) กล่าวโดยสรุปถึง ปัจจัยด้านคุณสมบัติในการยอมรับนวัตกรรมทางสมาร์ทโฟน ส่วนใหญ่เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากความสะดวกสบาย การรับรู้ความง่ายของเทคโนโลยีที่ทันสมัย พร้อมใช้งานส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดแรงจูงใจ และความต้องการที่ให้บริการเป็นประจำที่ไม่ส่งผลเสียต่อการใช้งาน

ช่วงอายุที่ใช้บริการ Mobile Application Banking พบว่า ด้านความไว้วางใจ ช่วงอายุ 60-69 ปี มีความแตกต่างกับทุกช่วงอายุ ผู้ที่มีช่วงอายุ 60-69 ปี ไม่ยอมรับ ไม่เปิดใจ ในนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้รับอิทธิพลทางสังคม ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านลบจึงทำให้เกิดความกลัว และกังวลในการที่จะใช้แอปพลิเคชัน เกิดจากความเสื่อมถอยของร่างกาย ความหลากหลายด้านรายได้ และการศึกษาที่อาจทำให้ไม่สามารถเข้าใจและใช้แอปพลิเคชันได้ มีความยึดติดการทำธุรกรรมแบบเดิม ๆ ซึ่งแตกต่างกับคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน สอดคล้องกับ ปองการ์ด เขียววัฒนา (2564) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ตามเป้าหมายที่วางไว้ส่งผลในทิศทางบวก (ไว้วางใจ) ต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการเงินเนอเรชั่น X และ Y ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากสามารถส่งคำสั่งการทำงานได้อย่างถูกต้อง เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และส่งผลต่อการตัดสินใจและธัญญธร ภิญโญพาณิชย์การ (2563) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการสตรีมมิ่งของ NETFLIX พบว่า ผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการตามสัญญาและข้อกำหนดที่ได้แจ้งต่อผู้ใช้บริการไว้ และมีการแจ้งผู้ใช้บริการล่วงหน้าหากมีการเปลี่ยนแปลงสามารถรองรับการใช้งานได้ในอุปกรณ์ที่หลากหลายที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจมากที่สุด เช่นเดียวกับ ธนภรณ์ แสงโชติ และอัญญา ดิฐานนท์ (2562) พบว่า องค์ประกอบความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) มีความหมายเกี่ยวกับการสร้างระบบเสถียรภาพ และมีการระบุตัวตนของผู้ใช้งานอย่างชัดเจน ซึ่งมีความเป็นส่วนตัว เพื่อให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี และการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) มีความหมายเกี่ยวกับการสร้างระบบที่มีความปลอดภัยทั้งข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลทางธุรกรรม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนด้านความไว้วางใจ พบว่า ผู้มีรายได้รายได้ได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีความไว้วางใจในการได้รับการให้บริการตามมาตรฐานของแต่ละสถาบันการเงิน เกณฑ์การพิจารณาช่วยเหลือผู้ที่มีรายได้ได้น้อยให้สามารถเข้าถึงธุรกรรมต่าง ๆ ของสถาบันการเงินได้มากขึ้น

ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันมีรายได้เฉลี่ยทั่วไปใกล้เคียงกัน และด้านความเสี่ยง ผู้ที่มีรายได้น้อยไม่มีความกังวลที่จะถูกโจรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งความเสี่ยงที่เกิดขึ้นนั้นมาจากผู้ใช้บริการมากกว่าแอปพลิเคชัน สอดคล้องกับ หนึ่งนุช ชีระรุจินนท์ (2558) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพที่ดีทางการเงินมาควบคู่กับความปลอดภัยทางการเงินเช่นกัน โดยการรักษาความลับข้อมูลลูกค้า ทั้งรหัสผู้ใช้งาน รหัสผ่าน รหัส OTP รหัสเทเลแบงก์ เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งทางธนาคารมีการพัฒนาระบบการใช้งานอย่างสม่ำเสมอและระบบการใช้งานสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้ทุกขั้นตอน จากการสื่อสารข้อมูลทางธนาคาร เว็บไซต์ หรือ Call Center ได้เช่นกัน เช่นเดียวกับ ปฐมาภรณ์ จันทรวีภาวิ (2564) ที่กล่าวว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) และการนำมาใช้ (Adoption) ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ปองกานต์ เขียววัฒนา (2564) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ในการตัดสินใจโดยรวมในการใช้บริการเนื่องจากมีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี มีเมนูการใช้งานที่สะดวก เรียกใช้งานได้อย่างรวดเร็ว มีระบบเมนูที่ครอบคลุมทุกฟังก์ชันการใช้งาน ผู้ใช้สามารถปรับเปลี่ยน ธีมพื้นหลังของแอปพลิเคชันตามความพึงพอใจ และส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน ที่มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ธนาคารควรมีการดูแลระดับให้มีความเสถียรในช่วงที่ผู้ใช้บริการเลือกใช้ เช่น ช่วงเวลา 12.01-21.00 น. ให้เกิดปัญหาน้อยที่สุด หรือเมื่อเกิดปัญหาควรรีบแก้ไขให้เร็วที่สุด เพื่อลดความเสียหายของธุรกิจ
2. ธนาคารควรมีการให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับแอปพลิเคชันกับผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะกับผู้สูงอายุ รวมทั้งควรให้ความสำคัญในการ Downloads Application และควรมีระบบป้องกันความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ หากธนาคารมีชื่อเสียง มีความมั่นคง และเป็นที่ยอมรับในวงกว้างก็จะช่วยทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ ธนาคาร
3. ธนาคารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบ Application ให้ดูดี มีความทันสมัย มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย และสามารถใช้งานได้ง่าย อาจมีการทำคู่มือ

การสมัครและการใช้งานที่สามารถเข้าใจได้ง่าย มีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านเจ้าหน้าที่ธนาคาร และ สื่อต่างๆ ทำให้เกิดความคุ้นเคยในผลิตภัณฑ์ และดึงดูดให้มีการใช้งานผ่าน Mobile Application Banking ของธนาคารเพิ่มขึ้นจะทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการเพิ่มขึ้น

4. ธนาคารควรศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ Mobile Application Banking ในกลุ่มของผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป รวมถึงช่วงอายุอื่น ๆ ด้วย เนื่องจากทัศนคติมีความสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับการให้บริการ ความเชื่อต่อพฤติกรรม จึงควรทำการศึกษาด้านทัศนคติในการใช้บริการ Mobile Application Banking เมื่อมีทัศนคติที่ดี ความรู้สึกที่ดีต่อพฤติกรรมในการใช้บริการ ก็จะส่งผลต่อการไว้วางใจ และสร้างความเชื่อที่จะใช้บริการมากขึ้น

5. ธนาคารควรให้ความรู้กับผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 75,001 บาท ด้านความไว้วางใจ และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ในการใช้บริการ Mobile Application Banking ว่ามีความปลอดภัยของข้อมูล มีการป้องกันอาชญากรรมต่อผู้ใช้บริการเพื่อไม่ให้ถูกละเมิดข้อมูลส่วนบุคคล ธนาคารมีระบบเก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการเป็นความลับ เพื่อลดความเสี่ยงจากการถูกโจรกรรมข้อมูลจากการใช้แอปพลิเคชัน และลดความเสี่ยงจากการนำข้อมูลไปเปิดเผยจนเกิดความเสียหาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์
2. ควรศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน
3. ควรมีการศึกษาปัญหาการให้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหา และได้แนวทางสำหรับธนาคารนำไปปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- จารุวรินทร์ โอศถานุเคราะห์. (2553). แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในอุตสาหกรรม, *วารสารสุทธิปริทัศน์*, ปีที่ 24(72), 55-67.
- ภูมิพัฒน์ สมบัติธรรมกุล. (2452). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกิจธนาคารออมสินใน จังหวัดมุกดาหาร, *วารสารสหวิทยาการจัดการ: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, ปีที่ 8(1), 200-212
- นิตยา ฐานิตชนกล. (2554). การเลือกใช้บริการธนาคารกสิกรไทยผ่านทางมือถือ, *วารสารสุทธิปริทัศน์* ปีที่ 25(77), 87-105.
- ณัฐปภัสร คาราวงษ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมการเงินทางออนไลน์ ผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร, *วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, ปีที่ 1(1), 60-94
- วสุธิดา นุริตมนต์. (2562). อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ, *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, ปีที่ 8(1), 189-199.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2562). รูปแบบการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน “วงใน” ในกรุงเทพมหานคร, *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, ปีที่ 39(4), 121-136
- สุริย์พร เหมืองหลิ่ง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, การค้นคว้า อิสระ ปรินญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กัญญาภัทร จันทรโพธิ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคาร กรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเซ็นทรัลพลาซา จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- เกียรติภูมิ นาควรรณกิจ. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีความเป็นเอกลักษณ์และการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน TikTok. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- นันทกัฏญ์ แต่รุ่งเรือง. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการใช้แอปพลิเคชัน KMA ของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วรารัตน์ ชันคำ. (2553). การรับรู้ความเสี่ยงและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปภาณัน วงศ์กิตติชัยกุล. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน Krungthai NEXT ของกลุ่มวัยสี่เงินในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- จิรพร ศรีพลวัฒน์. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2563). *ประวัติธนาคาร*. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2563, สืบค้นจาก <https://www.ghbank.co.th/about/history>
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2563). *บริการอิเล็กทรอนิกส์*. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2563, สืบค้นจาก <https://www.ghbank.co.th/electronic-services/application/ghb-all>
- Roger, E. M. (1995). *The diffusion of Innovations*. New York, NY: Free Press.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usfulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13, 319-339.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-hall.
- Al-Hawari, M., & Ward, T. (2006). *The effect of automated service quality on Australian banks' financial performance and the mediating role of customer satisfaction*. *Marketing Intelligence and Planning*, 24(2), 127-147.

- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of Information technology*. MIS quarterly, 13(3), 319-340.
- Kolter, P., & Armstrong, G. (2006). Principles of marketing (11th ed.). New Jersey: Pearson education.
- Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques (3rd Edition). New York: John Wiley & Sons.
- Akbari, M. (2016). Studying impact of price satisfaction on loyalty: A case study in electric generating plant snowa. International Journal of Academic Research in Accounting, 3(4), 46–50.
- Aktepe, A., Ersoz, S., & Toklu, B. (2015). *Customer satisfaction and loyalty analysis with classification algorithms and Structural Equation Modeling*. Computers & Industrial Engineering, 86, 95–106.
- Almeida–Santana, A., & Moreno–Gil, S. (2018). *Understanding tourism loyalty: Horizontal vs. destination loyalty*. Tourism Management, 65, 245–255.
- Belanche, D., Casalo, L. V., & Guinaliu, M. (2011). Website usability, consumer satisfaction and the intention to use a website: The moderating effect of perceived risk. Journal of Retailing and Consumer Services, 19(4), 124–132.
- Brockman, P., Khurana, I. K., & Zhong, R. (2018). Societal trust and open innovation. Research Policy, 47(10), 2048–2065.
- Chong, A. Y. L., Chan, F. T. S., & Ooi, K. B. (2012). Predicting consumer decisions to adopt mobile commerce: cross country empirical examination between China and Malaysia. Decision Support Systems, 53(1), 34–43.
- Demirci Orel, F., & Kara, A. (2014). Supermarket self-checkout service quality, customer satisfaction, and loyalty: Empirical evidence from an emerging market. Journal of Retailing and Consumer Services, 21(2), 118–129.

El-Adly, M. I. (2018). Modelling the relationship between hotel perceived value, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 1–11.



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

ภาคผนวก



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / recv: 04072567 13:20:12 / seq: 9

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้

บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL): ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาค

ตะวันออก

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ของผู้ให้บริการในภาคตะวันออก โดยข้อมูลและความคิดเห็นของท่านจะถือเป็นความลับ และจะไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านและการทำงานของท่านแต่ประการใด

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 21-30 ปี

☐ 31-40 ปี

☐ 41-50 ปี

☐ 51-60 ปี

☐ 61 ปีขึ้นไป



3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ☐ ประถมศึกษา
- ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น
- ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
- ☐ อนุปริญญา/ปวส.
- ☐ ปริญญาตรี
- ☐ สูงกว่าปริญญาตรี
- ☐ อื่น ๆ

4. สถานภาพ

- ☐ โสด
- ☐ สมรส
- ☐ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

5. อาชีพ

- ☐ ข้าราชการ
- ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
- ☐ ผู้ประกอบการ/เจ้าของธุรกิจ
- ☐ อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป
- ☐ อื่น ๆ



490626757

6. รายได้ต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท
- ☐ 15,001-30,000 บาท
- ☐ 30,001-50,000 บาท
- ☐ 50,001-70,000 บาท
- ☐ 70,001-90,000 บาท
- ☐ มากกว่า 90,001 บาท

7. สาขาที่ท่านใช้บริการมากที่สุด

- ☐ สาขาระยอง
- ☐ สาขาบ้านฉาง
- ☐ สาขานิคมพัฒนา
- ☐ สาขาเซ็นทรัลพลาซา ระยอง
- ☐ สาขาปลวกแดง
- ☐ สาขาจันทบุรี
- ☐ สาขาตราด
- ☐ อื่น ๆ



490626757

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน GHB ALL

1. ท่านมีความถี่ในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) เฉลี่ยกี่ครั้งต่อสัปดาห์

- ☐ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
- ☐ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
- ☐ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
- ☐ มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์

2. ท่านใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เงินฝาก
- ☐ โอนเงิน
- ☐ พร้อมเพย์
- ☐ สินเชื่อ
- ☐ ชำระเงินกู้
- ☐ ใบเสร็จ
- ☐ อื่น ๆ

3. ท่านใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ประเภทใดมากที่สุด

- ☐ เงินฝาก
- ☐ โอนเงิน
- ☐ พร้อมเพย์
- ☐ สินเชื่อ

- ☐ ชำระเงินกู้
- ☐ ไปเสิร์ฟ
- ☐ อื่น ๆ

4. ท่านใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ช่วงวันใดมากที่สุด

- ☐ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)
- ☐ วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์/นักขัตฤกษ์)

5. ท่านใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) ช่วงเวลาใดมากที่สุด

- ☐ 06.00-09.00 น.
- ☐ 09.01-12.00 น.
- ☐ 12.01-15.00 น.
- ☐ 15.01-18.00 น.
- ☐ 18.01-21.00 น.
- ☐ 21.01-24.00 น.
- ☐ 01.01-03.00 น.
- ☐ 03.01-05.59 น.

6. ท่านเคยใช้บริการ Mobile Application Banking ธนาคารใดบ้าง

- ☐ GHB ALL
- ☐ Krungthai next
- ☐ K Plus
- ☐ SCB EASY
- ☐ KMA หรือ Krungsri Mobile App
- ☐ Bualuang MBanking

☐ MYMO BY GSB

☐ อื่น ๆ

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)

คำชี้แจง โปรดเลือกให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงตัวเลือกเดียว

ข้อที่	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความไว้วางใจ					
1. ท่านคิดว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) มีประโยชน์ และมีความเหมาะสมในการทำธุรกรรมทางการเงิน					
2. ท่านสามารถทำธุรกรรมการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ได้ง่าย ถึงแม้ว่าท่านไม่เคยใช้มาก่อน					
3. ท่านคิดว่าในการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL) มีขั้นตอนในการใช้งานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน					
4. ท่านมีความคิดว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) จะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านกับผู้อื่น					
5. ท่านคิดว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) มีความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน					



490626757

BUU iThesis 63920031 independent study / rev: 04072567 13:20:12 / seq: 9

ด้านความเสี่ยง					
1. ท่านคิดว่าอาจเกิดความผิดพลาดของระบบระหว่างการใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)					
2. ท่านมีความกังวลว่า เมื่อเกิดความผิดพลาดจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารจะไม่ชดเชยค่าเสียหายที่เกิดขึ้นให้แก่ท่าน					
3. ท่านคิดว่า หากเกิดความผิดพลาดจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ธนาคารจะใช้เวลาในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนาน					
4. ท่านคิดว่าข้อมูลส่วนตัวของท่าน อาจจะไม่ปลอดภัยขณะใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)					
5. ท่านกังวลว่า อาจมีบุคคลอื่นที่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเงินของท่านผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) ได้					
6. ท่านคิดว่า อาจเกิดความสูญหายของเงินในขณะที่ใช้บริการ Mobile Application Banking (GHB ALL)					
ด้านความเชื่อมั่น					
1. ท่านเชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) ช่วยเพิ่ม					



490626757

ประสิทธิภาพให้กับการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน					
2. ท่านเชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) สามารถเก็บความลับ และข้อมูลทางการเงินของท่านได้					
3. ท่านเชื่อว่า ธนาคารออกแบบ Mobile Application Banking (GHB ALL) โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของท่านเป็นอันดับแรก					
4. ท่านเชื่อว่า Mobile Application Banking (GHB ALL) จะเก็บรักษาข้อมูลและไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของท่านกับผู้อื่น					
5. ท่านเชื่อว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Application Banking (GHB ALL) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ					

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....



490626757