

การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง
สู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
Perception of Corporate Image and Acceptance of Change Towards Virtual Banking Among Individuals
Working-Age Individuals in Bangkok and Metropolitan Region

จूरรัตน์ จันทรเอียค

สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Jureerat Junied

E-mail: 6514154020@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking

Ramkhamhaeng University Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑลซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการสถาบันการเงิน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency), ร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ใช้สถิติทดสอบ T-test , สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1)ปัจจัยบุคคลที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยบุคคลที่มีเพศ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการธนาคารดิจิทัล ต่างกันส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ไม่แตกต่างกัน(2)การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ด้าน

วิธีการดำเนินงาน และด้านบุคลากร ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ วัฒนธรรมองค์กร และกิจกรรมด้านสังคม ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้ สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (3)การยอมรับเทคโนโลยี ทุกด้าน ได้แก่ การรับรู้ ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน การรับรู้ทัศนคติต่อการใช้งาน การรับรู้ ความตั้งใจในการใช้งาน และการรับรู้ความเชื่อมั่นและความปลอดภัย ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำสำคัญ การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร, การยอมรับเทคโนโลยี, การยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคาร พาณิชย์ไร้สาขา

Abstract

The objectives of this study were: (1) Study the acknowledge of Virtual Banking innovation on working-age people in Bangkok and Metropolitan Region classified by personal factors, (2) Study the perception of corporate image to the acceptance of change towards Virtual Banking among individuals working-age people in Bangkok and Metropolitan Region, and (3) Study the acceptance to technology factors with effect to change towards Virtual Banking among individuals working-age people in Bangkok and Metropolitan Region. The sample consisted of 400 financial institution service users. An online questionnaire was used as a data collection tool. The data were analyzed using SPSS software to find statistical values including Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. For hypothesis testing, the researcher used T-test statistics, One-Way ANOVA analysis, with LSD method for pairwise comparisons when differences were found, and Multiple Regression Analysis.

In conclusion the survey showed as that the following: (1) The differences of age, status, education level, and average income affected to different acceptance of change towards Virtual Banking among individuals working-age people in Bangkok and Metropolitan Region, (2) Perception of corporate image in terms of operational methods and personnel affected the acceptance of change towards Virtual Banking among individuals working-age people in Bangkok and Metropolitan Region, (3) The acceptance of technology aspects are consisting of the benefit of usage, ease of use feature, attitudes of user and the confident in safety will concern with change towards Virtual Banking among individuals working-age people in Bangkok and Metropolitan Region.

Keywords: Corporate image perception, Technology acceptance, Acceptance of change towards Virtual Banking system

บทนำ

บริการทางการเงินได้เปลี่ยนแปลงอย่างมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโควิดที่เร่งการปรับตัวสู่โลกดิจิทัล เกิดการเปลี่ยนจากการทำธุรกรรมที่สาขาธนาคารมาสู่การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือ อย่างไรก็ตาม ยังมีคนอีกหลายกลุ่มที่เข้าถึงบริการทางการเงินได้ไม่เหมาะสม เช่น ผู้มีเงินออมน้อย หรือผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ไม่มีเอกสารรายได้เพียงพอในการขอสินเชื่อ และการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลในระบบธนาคารก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ เช่น การเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางมากขึ้น การปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ง่ายขึ้น การเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ ความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น และบริการธนาคารที่ปรับให้เหมาะกับแต่ละบุคคลมากขึ้น คาดว่าในกลางปี 2569 จะมีธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาเริ่มดำเนินการในไทย ธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual Bank) ธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาจะให้บริการเหมือนธนาคารพาณิชย์ทั่วไป แต่ไม่มี ATM ไม่มีเครื่องรับฝากอัตโนมัติ และไม่มีสาขาในอาคาร โดยลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทั้งหมดผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ด้วยการยืนยันตัวตนผ่านระบบออนไลน์หรือเทคโนโลยี Biometrics ซึ่งจะเปลี่ยนภูมิทัศน์การแข่งขันในภาคการเงินธนาคาร โดยมีประเด็นสำคัญคือ การแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นจะนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ ที่หลากหลายและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ รวมถึงผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่มีความยืดหยุ่นและข้อเสนอที่ดีกว่าเดิมประโยชน์ของธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา คือการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น และด้วยการลดต้นทุนด้านสถานที่ พนักงาน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ จึงสามารถลดค่าธรรมเนียมและค่าบริการให้ต่ำลง อีกทั้งยังกระตุ้นให้ธนาคารพาณิชย์ทั่วไปต้องปรับตัวเพื่อแข่งขันกัน

จากการเปลี่ยนแปลงของระบบธนาคารสู่รูปแบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขานั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของภาพลักษณ์องค์กร เนื่องจากธนาคารพาณิชย์เดิมมีภาพลักษณ์ที่ผูกติดกับความมั่นคง น่าเชื่อถือ ผ่านการมีอาคารสำนักงานและสาขาที่เป็นรูปธรรม การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบไร้สาขาจึงเป็นความท้าทายในการรักษาและสร้างภาพลักษณ์ในรูปแบบใหม่ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้เป็นทั้งโอกาสและความท้าทายสำหรับธนาคารพาณิชย์ ในแง่ของการลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ก็ต้องเผชิญกับความท้าทายในการสร้างการยอมรับจากลูกค้า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงนี้สอดคล้องกับนโยบาย National e-Payment และแผนพัฒนาระบบการเงินของประเทศไทย ที่มุ่งสู่สังคมไร้เงินสด อีกทั้งกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้บริการทางการเงิน และมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี แต่การศึกษาการยอมรับของกลุ่มนี้จะช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยบุคคล
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นคณวิทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑลซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการสถานบันการเงิน โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่เป็นคณวิทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑลซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการสถานบันการเงิน ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรวม ความถี่ในการใช้บริการธนาคารดิจิทัล การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ผลิตกัณฑ์และบริการ วิธีการดำเนินงาน วัฒนธรรมองค์กร บุคลากร และกิจกรรมทางด้านสังคม การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความยากง่ายในการใช้งานทัศนคติต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน ความเชื่อมั่นและความปลอดภัย และตัวแปรตาม (dependent Variable) คือ การยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

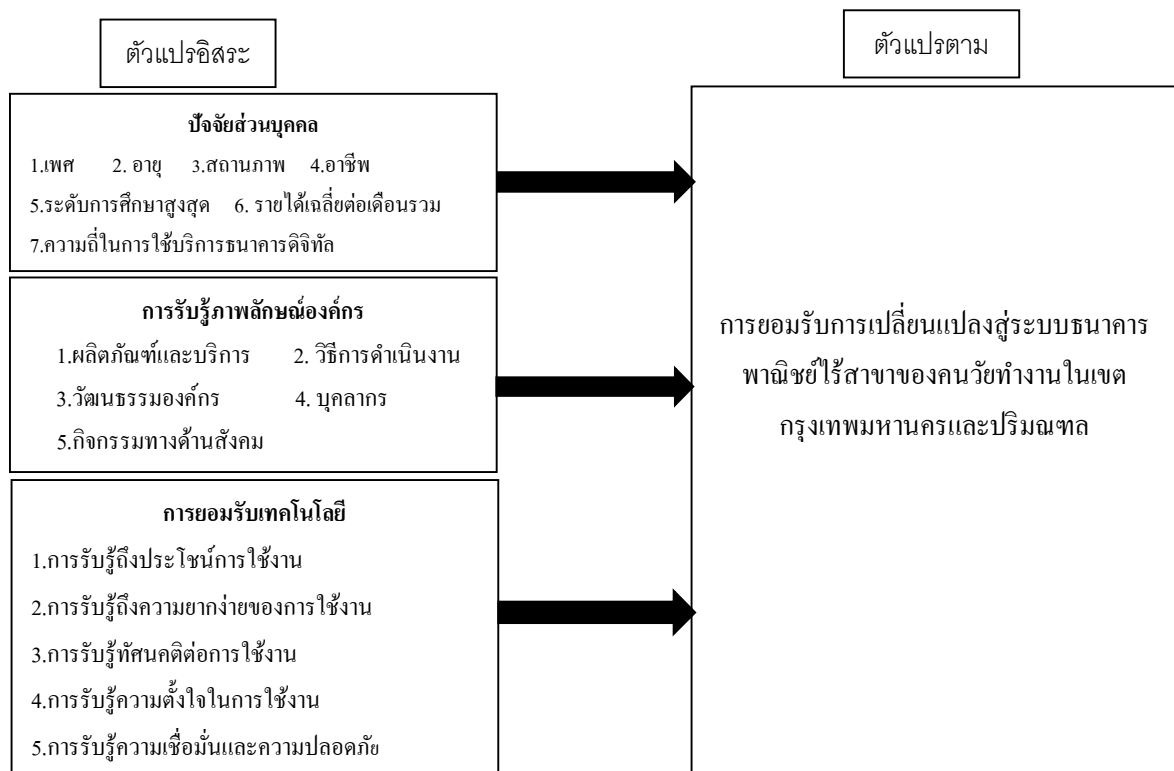
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี
2. ทำให้ทราบถึง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาบริการให้ตอบสนองความต้องการได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงวางแผนการสื่อสารและให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม

4.สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารและพัฒนาบริการของธนาคารพาณิชย์ไว้

สาขา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไว้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรมีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไว้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไว้สาขาของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลง

Ungkana Kerttongmee (2024) ในทางจิตวิทยา การยอมรับหมายถึงการเข้าใจความรู้สึกและความคิดของตนเองและผู้อื่นโดยไม่ตัดสินหรือพยายามเปลี่ยนแปลง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร

โบลดง (อ้างถึงใน ปิยนุช ขำดี, 2558, หน้า 11) กล่าวว่า องค์ประกอบของภาพลักษณ์ อาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงแล้ว องค์ประกอบทั้งสี่ส่วน จะมีความเกี่ยวข้องของเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกเป็นส่วน ๆ ได้อย่างเด็ดขาดดังนี้ 1.องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกต โดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ (Cues) สิ่งที่ถูกรับรู้ นั้นอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของ 2.องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ (Cognitive Component) ประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะและความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ก็ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้ไว้ 3.องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) เป็นภาพลักษณ์เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับความรู้สึกยอมรับ 4.องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Behavior Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความ เจตนาหรือความมุ่งหมายที่จะใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติตอบโต้สิ่งที่เรานั้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Davis et al. (1989) การยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model-TAM ทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในด้านเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการศึกษาวิจัยเพื่อทำนายพฤติกรรมกรยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน ถูกพัฒนาขึ้นโดย เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในแง่มุมต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับที่จะก่อให้เกิดใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งจะช่วยให้ผู้พัฒนาสามารถสร้างสรรค์ผลงานสารสนเทศได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภัสสร พงษ์วิเชียร (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์องค์กรและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ เครื่องรับบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (EDC) ของธนาคารออมสิน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 105 คน เลือกใช้เครื่องรับบัตรอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารออมสินที่มีผลต่อด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านองค์ประกอบทางกายภาพ

ณรงค์ฤทธิ์ ฟองอากาศ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual Bank) ของผู้รับบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า (1) ผู้รับบริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีความตั้งใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual Bank) ไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ 2 การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน ความไว้วางใจของผู้ใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการ ธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual Bank) ของผู้รับบริการในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนั้นปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัด

จำหน่าย และด้านส่งเสริมการขาย มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual Bank) ของผู้รับบริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

กันตา แสงศักดิ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่มี อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่า สินค้าผ่านสมาร์ทโฟน แตกต่างกัน ในบางขั้นตอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 และพบว่าการยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

1.ระเบียบการวิจัย

เป็นการนำเสนอผลงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ใช้วิธีการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ใช้บริการสถาบันการเงิน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสารทางวิชาการ รายงาน บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนองานวิจัยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ที่เรียกว่า SPSS

2.ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการสถาบันการเงิน ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากร จึงทำการสุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) และเลือกวิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling)

3. ขั้นตอนการสร้างและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า และพัฒนาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา และสร้างเครื่องมือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษา

3.2 ได้ทำการศึกษาค้นคว้า เอกสารทางวิชาการ บทความ ทฤษฎี และผลการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหลักการและวิธีการสร้างแบบสอบถาม

3.3 นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อให้ความหมาย ของตัวแปรต่างๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจน รวมถึงสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์ กับนิยามศัพท์ของ ตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการดำเนินการวัดผล

3.4 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถามฉบับร่างประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจรายการ (Check List) ให้เลือกคำตอบเดียว จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรวม และความถี่ในการใช้บริการธนาคารดิจิทัล

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของหน่วยงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ วิธีการดำเนินงาน วัฒนธรรมองค์กร บุคลากร และกิจกรรมด้านสังคม มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 25 ข้อ ซึ่งมีหัวข้อคำถามประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ (Rating Scale) (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของหน่วยงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน การรับรู้ทัศนคติต่อการใช้งาน การรับรู้ความตั้งใจในการใช้งาน และการรับรู้ความเชื่อมั่นและความปลอดภัย มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ โดยมีหัวข้อคำถามประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ (Rating Scale) (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของหน่วยงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ โดยมีหัวข้อคำถามประกอบด้วยคำถามในลักษณะประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ (Rating Scale) (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรวม และความถี่ในการใช้บริการธนาคารดิจิทัล โดยใช้ร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

1.2 การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ จะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาระดับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาระดับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตาม อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนรวม ความถี่ในการใช้บริการธนาคารดิจิทัล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อระดับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย การวิจัยเรื่อง การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรและการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สรุปได้ว่าคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มี อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาแตกต่างกัน ส่วนเพศ อาชีพ และความถี่ในการใช้บริการธนาคารดิจิทัล ที่ต่างกันมีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาไม่แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ด้านวิธีการดำเนินงาน และด้านบุคลากร จะส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนด้านผลิตภัณฑ์และบริการ วัฒนธรรมองค์กร และกิจกรรมด้านสังคม จะไม่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ผลการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ทศนคติต่อการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และความเชื่อมั่นและความ

ปลอดภัย ที่มีผลต่อ การยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปได้ว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านของการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

อภิปรายผลการวิจัย

การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรและการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุต่างกัน มีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาต่างกัน ดังนั้นช่วงอายุที่แตกต่างกันจะส่งผลให้มีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวนันท์ จันทน์น้อย(2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ ต่างกัน ทำให้การยอมรับการใช้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีสถานภาพต่างกัน มีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพียงขวัญ ศรีอาวุธ(2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในมุมมอง ผู้บริโภค โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาต่างกัน ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ จุฑามาศ ประกอบผล (2562) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมในการใช้บริการเทคโนโลยี5G ของผู้บริโภค กรณีศึกษาประชากร จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่าระดับการศึกษากับความพร้อมและการยอมรับเทคโนโลยี5G พบว่า ระดับการศึกษากับความพร้อม และการยอมรับเทคโนโลยี5G ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่งผลต่อความพร้อมและการยอมรับเทคโนโลยี5G แตกต่างกัน

1.4 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญขวัญ ศรีอาวูร (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจในมุมมอง ผู้บริโภค โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านวิธีการดำเนินงาน มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ชรรัตน์ นพวิจิตร (2565) ที่ศึกษา การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่าส่งผลกระทบต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมสินดิจิทัลของ เจ้าหน้าที่กรมชลประทาน (สามเสน) โดยพบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร ด้านวิธีการดำเนินงาน มีผลต่อความตั้งใจอ้อมผ่านการซื้อสลากออมสินดิจิทัลของเจ้าหน้าที่กรมชลประทาน (สามเสน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านบุคลากร มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับแนวคิดของ ปวีณา ทราชสมุทร (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่องอิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ และ ความเชื่อถือไว้วางใจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าภาพลักษณ์องค์กร และความเชื่อถือไว้วางใจ มีผลต่อ 2 ความตั้งใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALL ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณพวัฒน์ บุญบกแก้ว (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ (Cloud Storage) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ (Cloud Storage) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญขวัญ ศรีอาวุธ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อความพึงพอใจในมุมมอง ผู้บริโภค ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ระบบเทคโนโลยีทางการเงินที่สามารถเรียนรู้ ทำความเข้าใจ และใช้งานได้ง่าย ไม่มีขั้นตอนซับซ้อน มีผลต่อ ความพึงพอใจในมุมมองผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 การรับรู้ทัศนคติต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวก เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เบญจมาศ มุ่งอุ่นกลาง (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

3.4 การรับรู้ความตั้งใจในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของความตั้งใจใช้บริการส่งผลทางบวกต่อ การใช้งานจริงในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตราชบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 การรับรู้ความเชื่อมั่นและความปลอดภัย มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญ์ฐ์ สุริยันต์,รตวรรณ ทวีรักษากุล,พิษณุ พร้อมญาติและชนากานต์ ห้อยยี่ภู่ (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่องการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทยพบว่าปัจจัยด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญเชิงกลยุทธ์สำหรับธนาคารพาณิชย์ที่กำลังเปลี่ยนผ่านสู่ระบบไร้สาขา โดยธนาคารควร: กำหนดกลยุทธ์ที่แตกต่างสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน การออกแบบบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มรายได้ที่แตกต่างกัน พัฒนาและปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้มี

ประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นความโปร่งใส การตรวจสอบได้ และการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว พัฒนาบุคลากรให้มีทักษะด้านดิจิทัลและการให้บริการออนไลน์ แม้จะเป็นระบบไร้สาขา แต่บุคลากรยังคงมีความสำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับจากลูกค้า ให้ความสำคัญกับทุกมิติของการยอมรับเทคโนโลยี พัฒนาระบบให้มีประโยชน์ ใช้งานง่าย สร้างทัศนคติที่ดี ส่งเสริมความตั้งใจในการใช้งาน และสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัย สื่อสารประโยชน์ของระบบธนาคารไร้สาขาอย่างชัดเจน เนื่องจากการรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่งของการยอมรับเทคโนโลยี ในการดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยเพิ่มระดับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้ธนาคารประสบความสำเร็จในการดำเนินกลยุทธ์ดิจิทัล แต่ยังตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในการยอมรับเทคโนโลยีและหาแนวทางในการพัฒนาระบบที่ตอบสนองความต้องการของทุกกลุ่มอายุ
2. ศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยด้านวิธีการดำเนินงานและด้านบุคลากร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา และควรศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสู่ระบบธนาคารพาณิชย์ไร้สาขาที่มีต่อพนักงานธนาคาร ทั้งในแง่ของทักษะที่ต้องปรับเปลี่ยน ความพึงพอใจในการทำงาน และแนวทางในการพัฒนาบุคลากร
3. ควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความกังวลด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับระบบธนาคารไร้สาขา และแนวทางในการสร้างความเชื่อมั่น และควรนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น AI, Blockchain, หรือ Biometric Authentication มาใช้ในระบบธนาคารไร้สาขา
4. ควรศึกษาเกี่ยวกับการเข้าถึงระบบธนาคารไร้สาขาของกลุ่มคนที่มีข้อจำกัดทางร่างกายหรือข้อจำกัดทางดิจิทัล เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาระบบที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้

เอกสารอ้างอิง

กัญญ์ฐ์ สุริยันต์, รัตวรรณ ทวีรักษากุล, พิษณุ พร้อมญาติและชนากานต์ ห้อยยี่ภู่. (2566). การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้สกุลเงินดิจิทัลในประเทศไทย. วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
กันดา แสงศักดิ์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ QR Code ในการชำระค่าสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ.
สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

- จุฑามาศ ประกอบผล. (2562). การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อความพร้อมในการใช้บริการเทคโนโลยี5Gของผู้บริโภค. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณวัฒน์ บุญบกแก้ว. (2561). การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ประโยชน์และความปลอดภัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้คลาวด์ สตอเรจของผู้ใช้งาน. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณรงค์ฤทธิ์ ฟองอาภา. (2567). ความตั้งใจเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไร้สาขา (Virtual Bank) ของ ผู้รับบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เบญจมาศ มุ่งอุณกลาง. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok. สารนิพนธ์คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ปิยนุช ขำดี. (2558). การรับรู้ของประชาชนที่ต่อภาพลักษณ์การปฏิบัติงานของเทศบาลตำบลเมืองเพีย อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ปวีณา ทราชสมุทร. (2565). อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการบริการ และ ความเชื่อถือไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ ทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน GHB ALLของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ประภัสสร พงษ์วีเชียร. (2564). ภาพลักษณ์องค์กรและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ เครื่องรับบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (EDC) ของธนาคารออมสิน. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพียงขวัญ ศรีอาวูธ. (2563). พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้จ่ายแบบสังคมไร้เงินสด ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในมุมมองผู้บริโภค ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เพชรรัตน์ นพวิจิตร. (2563). การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กร และการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อความตั้งใจออมผ่านการซื้อสลากออมสินดิจิทัล ของเจ้าหน้าที่กรมชลประทาน (สามเสน). สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ศุวพันธ์ จันทรน้อย. (2563). การยอมรับการให้บริการชำระเงินด้วย QR Payment ผ่านสมาร์ตโฟน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). Technology, Acceptance Model (TAM). Retrieved July 7, 2023, from https://www.researchgate.net/figure/Illustration-of-the-Technology-Acceptance-Model-TAM_fig1_228631114.

Ungkana Kerttongmee. การยอมรับในจิตวิทยา: การพัฒนาทักษะการให้คำปรึกษาเบื้องต้นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น
และเข้าใจตนเอง. ค้นเมื่อ Jun 15, 2024. จาก <https://www.betteryoubypair.com/post/การยอมรับ> ใน
จิตวิทยาการพัฒนาทักษะการให้คำปรึกษาเบื้องต้นเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นและเข้าใจตนเอง