

The Study of Factors Affecting on Fintech Adoption of Cooperatives Members of XYZ Savings and Credit Cooperative Limited

Keetapat Chawewong^{1*}

Received: 21/01/2022, Revised: 22/06/2022, 25/07/2022, Accepted: 29/07/2022

Abstract

Digital technology is the key important mechanism in many organizations which has been applied to the whole process from the bottom to the top as the final value delivery to customers. It's also contributed the competitiveness strategy and productivity improvement to the operational management. The purpose of this article was to study the influence of components of financial technology adoption of XYZ Savings Cooperative Limited. 136 useable data were used to formulate the hypothesis testing. The multiple regression analysis was utilized to test the proposed hypotheses. The article demonstrates the positive influences of both attitude and perceived trust but the negative impact of perceived risk toward to fintech adoption at the level of significant .05 ($p < .05$). The findings of the study suggest that cooperatives should focus more on developing an image, trust including the communication of risks from using financial technology to build users' trust in the efficiency of financial technology.

Keywords: The technology acceptance model; Financial technology; Perceived risk; Perceived trust; attitude

¹ Cooperative Promotion Office in Bangkok Area 2, Cooperative Promotion Department

Corresponding author, E-mail address: keetapat.c@kkumail.com

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด

คีตภัทร ฉวีวงศ์^{1*}

วันรับบทความ: 21/01/2565, วันแก้ไขบทความ: 22/06/2565, 25/07/2565, วันตอบรับบทความ: 29/07/2565

บทคัดย่อ

เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญที่ทุกองค์กรนำมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานตั้งแต่หน้าที่พื้นฐานขององค์กรจนถึงการส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างกลยุทธ์ด้านการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 136 ราย ที่เคยทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ทักษะคิดและการรับรู้ความเชื่อมั่นมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ดังนั้นสหกรณ์ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับสร้างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น รวมถึงการสื่อสารถึงความเสี่ยงจากการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อสร้างให้ผู้ใช้งานเกิดความเชื่อถือในการเพิ่มประสิทธิภาพของเทคโนโลยีทางการเงิน

คำสำคัญ: ตัวแบบการยอมรับเทคโนโลยี; เทคโนโลยีทางการเงิน; การรับรู้ความเสี่ยง; การรับรู้ความเชื่อมั่น; ทักษะคิด

¹ สำนักงานส่งเสริมสหกรณ์กรุงเทพมหานคร พื้นที่ 2, กรมส่งเสริมสหกรณ์

* ผู้ประพันธ์บทความ, ติดต่ออีเมล keetapat.c@kkumail.com

บทนำ

จากแนวทางการพัฒนาภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้เปลี่ยนผ่านประเทศไทยสู่การเป็น “ไทยแลนด์ 4.0” โดยมีเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ส่งผลให้เทคโนโลยีกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันประเทศให้ก้าวผ่านกับดักรายได้ปานกลางสู่การเป็นประเทศที่มีรายได้สูง รวมถึงช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตของประชาชน (Office of the National Economics and Social Development Council, 2016) เมื่อวิถีชีวิตผู้คนเปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยี ธุรกิจและสถาบันการเงินต่างต้องปรับกระบวนการคิดและการบริหารงานเพื่อก้าวให้ทันกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้สหกรณ์ออมทรัพย์ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำธุรกรรมทางการเงิน (Cooperative Promotion Department, 2021) จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานด้วยการนำเทคโนโลยีทางการเงินเข้ามาอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและเกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Pehunhachinda, 2017)

เทคโนโลยีทางการเงิน หรือฟินเทค เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในประเทศไทยเมื่อ 3 ปีที่ผ่านมา (Bank of Thailand, 2019) ทุกภาคส่วนธุรกิจต่างให้ความสนใจเพราะเปรียบเสมือนเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างการเงิน (Finance) และเทคโนโลยี (Technology) (Jampangoen, 2019) โดยเฉพาะสถาบันการเงินของไทยมีความตื่นตัวที่จะนำฟินเทคเข้ามาปรับปรุงขั้นตอน วิธีการดำเนินงาน และรูปแบบธุรกิจเพื่อเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาขีดความสามารถของตนให้สามารถแข่งขันในยุคดิจิทัล รวมถึงเป็นการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงและขยายฐานลูกค้าเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Bank of Thailand, 2019) ซึ่งแตกต่างกับขบวนการสหกรณ์ที่มีปริมาณเงินหมุนเวียนในระบบกว่า 2.3 ล้านล้านบาท (Bank of Thailand, 2021) แต่สหกรณ์เป็นระบบปิดและการดำเนินงานยังคงความเป็นเอกลักษณ์ในความเป็นตัวตนของระบบส่งผลให้การปรับเปลี่ยนเข้าสู่การเป็นดิจิทัลต้องเปลี่ยนแปลงอย่างค่อยเป็นค่อยไป อย่างไรก็ตามได้มีสหกรณ์ออมทรัพย์จำนวนไม่มากที่ปรับตัวเข้าสู่การเป็นสหกรณ์ดิจิทัล (Royal forest department savings and credit cooperative limited, 2020) สหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ถือเป็นสหกรณ์ที่เริ่มปรับเปลี่ยนการดำเนินงานสู่การเป็นสหกรณ์ดิจิทัลในช่วงปี 2563 แต่ผลตอบรับจากการทำธุรกรรมทางการเงินของสมาชิกผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลยังมีปริมาณการทำธุรกรรมอยู่ในระดับที่ยังไม่สูงมากนัก (Royal forest department savings and credit cooperative limited, 2020) แสดงให้เห็นว่าสมาชิกยังยึดติดกับวิธีการใช้บริการของ

สหกรณ์แบบดั้งเดิม โดยอาจจะยังมีความกังวลเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยของข้อมูลและไม่เข้าใจขั้นตอนการทำธุรกรรมผ่านระบบดิจิทัล

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยหน่วยงานสามารถนำไปใช้กำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาระบบเทคโนโลยีทางการเงินของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพ ระบบปฏิบัติการที่มั่นคงและมีความปลอดภัย และปรับปรุงรูปแบบเทคโนโลยีทางการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของธุรกิจสหกรณ์ต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

1. เทคโนโลยีทางการเงินหรือฟินเทค (Financial technology or Fintech)

เทคโนโลยีทางการเงินหรือฟินเทคเป็นนวัตกรรมทางการเงินที่เกิดจากการนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการจัดการข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาระบบการเงิน โดยเกิดจากการรวมคำ 2 คำ คือ “การเงิน (Finance)” และ “เทคโนโลยี (Technology)” หมายถึง การนำเทคโนโลยีมาใช้อำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา และลดค่าใช้จ่าย ดังนั้นฟินเทคจึงเป็นกระแสที่น่าจับตามองสำหรับทุกภาคส่วนธุรกิจ (Saengchote & Distanont, 2018) เพราะไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจเท่านั้น แต่ฟินเทคยังเกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งในแง่ของคุณประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย ดังนั้นการเตรียมความพร้อมรับมือสำหรับการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจการเงินของประเทศไทยในอนาคตจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะต้องสามารถตอบสนองต่อการทำธุรกรรมของผู้บริโภคที่ผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (Jampangoen, 2019) ทั้งนี้ตัวอย่างหนึ่งที่ได้เห็นได้ชัดถึงพัฒนาการของฟินเทค คือ การใช้คิวอาร์โค้ดเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นการเพิ่มช่องทางการชำระค่าบริการที่สะดวกและรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องพกเงินสด รวมถึงช่วยลดต้นทุนให้แก่ผู้ประกอบการและร้านค้า (Bank of Thailand, 2021) โดยสรุปจะเห็นได้ว่าการที่ธุรกิจนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน รวมถึงการสร้างนวัตกรรมความคิดย่อมส่งผลต่อการเพิ่มผลิตภาพแก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี (Jampangoen, 2019)

2. ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM)

Davis et al. (1989) ได้พัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ทดสอบการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ที่คิดค้นโดย Fishbein and Ajzen (1975) ได้เสนอมุมมองเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เกิดจากการใช้เหตุผลประกอบการตัดสินใจก่อนที่จะลงมือทำหรือตัดสินใจจะไม่ทำอะไร โดยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีจะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจเลือกใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 2 ประการ ที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน (Perceived ease of use) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานรับรู้ได้ว่าตัวระบบของเทคโนโลยีสามารถใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการเข้าใช้งานมากนัก และการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน (Perceived usefulness) หมายถึง การที่ผู้ใช้งานรับรู้ถึงประโยชน์ของตัวระบบเทคโนโลยีว่าสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตน เมื่อผู้ใช้เทคโนโลยีเกิดการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานและรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานย่อมส่งผลต่อทัศนคติของผู้ใช้งาน (Attitude) และเกิดความตั้งใจที่จะทำหรือแสดงออกเชิงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง (Hu et al., 2019) ดังนั้น การยอมรับเทคโนโลยีในความหมายของการศึกษารั้งนี้ คือ การยอมรับเทคโนโลยีที่สหกรณ์ใช้เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด

จากงานวิจัยในอดีต พบว่า มีนักวิจัยได้นำทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีไปประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทของการยอมรับการซื้อสินค้าผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน (Hubert et al., 2017) ความตั้งใจยอมรับการซื้อบริการท่องเที่ยวออนไลน์ (Koundinya, 2019) การยอมรับการซื้อรถยนต์อัตโนมัติ (Zhang et al., 2019) และการยอมรับหุ่นยนต์บริการในอุตสาหกรรมโรงแรม (Zhong et al., 2021) เป็นต้น

3. ทัศนคติ (Attitude)

Hu et al. (2019) ได้นิยามทัศนคติว่าเป็นการตัดสินใจตามอัตวิสัยของผู้ใช้งานและแนวโน้มเฉพาะบุคคลที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องกับบางสิ่งบางอย่าง รวมถึงความตั้งใจที่จะทำหรือแสดงออกเชิงพฤติกรรมเฉพาะอย่างในการศึกษาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ทัศนคติดีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ (Barakat and Hussainey, 2013; Ng and Kwok, 2017) อย่างไรก็ตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีถือว่าทัศนคติบางอย่างของผู้ใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีไปใช้ซึ่งได้รับการยืนยันอย่างกว้างขวาง เช่น Aboelmaged and Gebba (2013) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับ

เทคโนโลยีทางการเงินของธนาคารผ่านการทดสอบทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีและทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินของนักศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปของมหาวิทยาลัยในรัฐดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และ Shaikh and Karjaluoto (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของธนาคาร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ทศนคติเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดของความตั้งใจที่จะใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว

4. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk)

Chen and Aklikokou (2020) ได้นิยามการรับรู้ความเสี่ยงเป็นความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวังหรือความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งของผู้บริโภค ทั้งนี้ได้มีนักวิจัยหลายท่านนำการรับรู้ความเสี่ยงมาวัดประสิทธิภาพการยอมรับหรือความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี เช่น Ryu (2018) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในประเทศเกาหลี ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อความตั้งใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในประเทศเกาหลี โดยการศึกษาครั้งนี้วัดการรับรู้ความเสี่ยงในด้านการเงิน กฎหมาย ความปลอดภัยและการดำเนินงาน Hubert et al. (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของการซื้อสินค้าผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟน ผลการศึกษาพบว่า ความเสี่ยงทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์ของการซื้อสินค้าผ่านสมาร์ทโฟน และ Zhang et al. (2019) ได้ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์อัตโนมัติ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยมีผลเชิงลบต่อความไว้วางใจที่จะซื้อรถยนต์อัตโนมัติ

5. การรับรู้ความเชื่อมั่น (Perceive trust)

Siau and Wang (2018) ได้นิยามความเชื่อมั่นเป็นระดับของความเชื่อใจในตัวบุคคลที่มีให้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ได้มีนักวิจัยหลายท่านนำปัจจัยด้านความเชื่อมั่นมาศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี เช่น Chuang et al. (2016) ได้ใช้ความเชื่อมั่นทดสอบความตั้งใจใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต ผลการศึกษาพบว่า ความเชื่อมั่นมีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stewart and Jürjens (2018) ที่พบว่าความเชื่อมั่นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของธนาคารในประเทศเยอรมนี โดยความเชื่อมั่นถูกวัดด้วยหลายปัจจัยของการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ความถูกต้อง

ของขั้นตอนการทำธุรกรรม ผลสำเร็จ ความปลอดภัย และความเสถียรของระบบขณะทำธุรกรรม การศึกษาเหล่านี้ล้วนบ่งชี้ได้ว่าเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในระบบของเทคโนโลยีทางการเงินแล้วย่อมส่งผลต่อการความตั้งใจใช้บริการในที่สุด

ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยกำหนดให้ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน ทักษะคติ การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ความเชื่อมั่น ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งแสดงดังภาพที่ 1 และผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

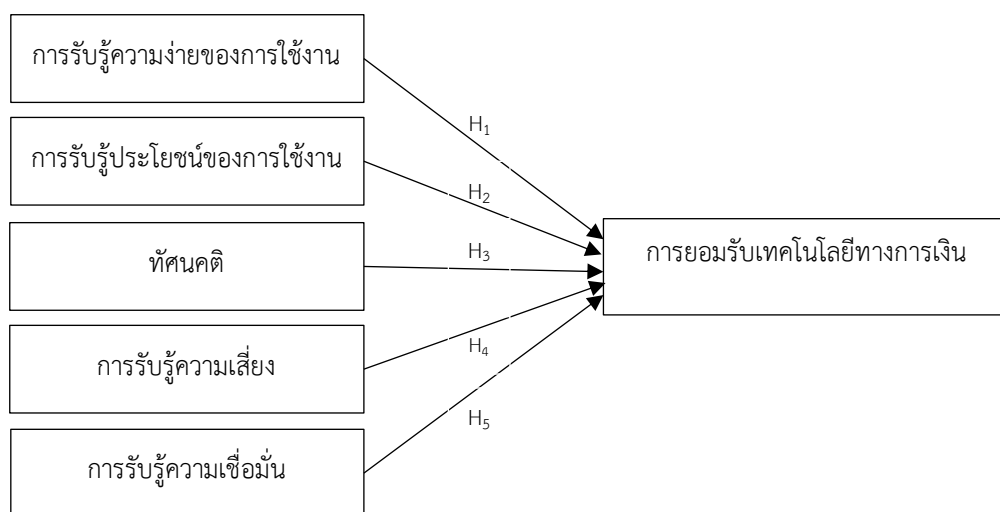
สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ความง่ายของการใช้งานมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

สมมติฐานที่ 3 ทักษะคติมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้ความเชื่อมั่นมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบภาคตัดขวาง เก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2564 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด โดยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ที่เคยทำธุรกรรมการเงินผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลกับสหกรณ์ ในรอบสิ้นสุดปีบัญชี 2563 พำนักอาศัยในประเทศไทย ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมา จำนวน 172 คน และผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนจำนวน 36 คน คงเหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 ซึ่งเป็นจำนวนที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) (Green, 1991) ผู้วิจัยสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling method)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ดัดแปลงจากการศึกษาที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยนำมาปรับปรุงและแปลเป็นภาษาไทยเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจอย่างชัดเจน โดยข้อคำถามประกอบด้วยมิติด้านการรับรู้ความง่ายของการใช้งาน จำนวน 4 ข้อ มิติด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน จำนวน 4 ข้อ โดยพัฒนามาจากงานวิจัยของ Wangyen (2020) มิติด้านทัศนคติ จำนวน 4 ข้อ โดยพัฒนามาจากงานวิจัยของ Thanabordeekij et al. (2020) มิติด้านการรับรู้ความเสี่ยง จำนวน 4 ข้อ และมิติด้านการรับรู้ความเชื่อมั่น จำนวน 4 ข้อ โดยพัฒนามาจากงานวิจัยของ Vaicondam et al. (2021) แต่ละคำถามมีคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งกำหนดค่าตามวิธีของ Likert มี 5 ระดับให้เลือก โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือวัด พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องของรายการทั้งหมดมีตั้งแต่ 0.74 ถึง 1.00 แล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบเบื้องต้น (Try out) เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือวัด โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ซึ่งพบค่าความเชื่อมั่นมีค่าอยู่ระหว่าง 0.70 – 0.86 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามของงานวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (Hair et al., 2010)

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านระบบออนไลน์ โดยแบบสอบถามส่วนแรกเป็นคำถามคัดกรองว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณสมบัติ (Potential respondent) ที่จะให้ข้อมูลได้ก่อนที่จะดำเนินการให้ข้อมูลในแบบสอบถาม เช่น ข้อมูลเบื้องต้นของสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด พฤติกรรมในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และมีประสบการณ์การทำธุรกรรมการเงินดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายลักษณะภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับความคิดเห็น และสถิติอนุมาน (Inferential statistics) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ระยะ 3-4 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และเคยทำธุรกรรมการเงินดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันกับสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด จำนวน 136 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสำคัญของแบบสอบถามเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรใดบรรจุอยู่ในองค์ประกอบ (Factor loading) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) วัดการแจกแจงความถี่ของข้อมูลอย่างต่อเนื่องด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบสอบถามด้วยความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) ของข้อมูล ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.50 และค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2019) ดังตารางที่ 1

จากตารางที่ 1 ผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค พบว่า มีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.73 - 0.89 ส่วนการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบสอบถามอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.61 - 0.93 ความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย มีค่าอยู่ระหว่าง 0.55 - 0.86 และความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.83 - 0.93 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (S.D. = 0.735) การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (S.D. = 0.688) การรับรู้ความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.74 (S.D. = 0.688) การรับรู้ความเชื่อมั่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (S.D. = 0.584) ทศนคติมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (S.D. = 0.619) และความตั้งใจที่จะใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (S.D. = 0.787)

ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นและวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบสอบถาม

หัวข้อ	Factor Loading	Skewness	Kurtosis	AVE	CR
การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน Cronbach Alpha = 0.87				0.73	0.91
ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	0.61	- 0.07	- 0.43		
ลดขั้นตอนในการทำธุรกรรม	0.93	- 0.16	- 0.65		
ช่วยให้การทำธุรกรรมรวดเร็วขึ้น	0.91	- 0.16	- 0.41		
ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรม	0.93	- 0.20	- 0.56		
การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน Cronbach Alpha = 0.89				0.75	0.92
ทำธุรกรรมได้ถูกต้อง	0.87	- 0.66	0.16		
มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจทำธุรกรรม	0.83	- 0.11	- 0.06		
ช่วยให้มีเวลาเพิ่มขึ้น	0.91	- 0.04	- 0.79		
เพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม	0.85	0.05	- 0.62		
การรับรู้ความเสี่ยง Cronbach Alpha = 0.73				0.55	0.83
มีความกังวลเรื่องการรักษาข้อมูลส่วนตัว	0.61	0.08	- 0.05		
มีความกังวลว่าจะถูกโจรกรรมทางการเงิน	0.71	2.29	- 0.16		
มีความกังวลว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น	0.83	0.24	- 0.48		
มีความกังวลว่าจะสูญเสียเวลาจากการเรียนรู้วิธีการใช้งาน	0.80	0.32	- 0.17		
ด้านกรรับรู้ความเชื่อมั่น Cronbach Alpha = 0.74				0.57	0.84
ให้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	0.73	0.91	- 0.50		
มีการอัปเดตข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา	0.77	- 0.09	0.56		
พร้อมในการให้บริการ ระบบไม่ขัดข้อง	0.71	0.16	- 0.62		
รักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน	0.80	0.06	- 0.05		
ด้านทัศนคติ Cronbach Alpha = 0.74				0.59	0.85
การใช้แอปพลิเคชันเป็นความคิดที่ดี	0.86	- 0.52	0.93		
การใช้แอปพลิเคชันเป็นความคิดที่ฉลาด	0.81	- 0.13	0.54		
การใช้แอปพลิเคชันเป็นสิ่งที่น่าพอใจ	0.75	- 1.02	1.51		

หัวข้อ	Factor Loading	Skewness	Kurtosis	AVE	CR
ไม่ปรารถนาที่จะใช้แอปพลิเคชัน	0.62	- 0.69	0.12		
ความตั้งใจที่จะใช้งาน Cronbach Alpha = 0.86				0.86	0.93
ตั้งใจจะใช้งานระบบต่อไปในอนาคต	0.93	- 0.19	- 0.84		
จะใช้งานระบบอย่างสม่ำเสมอ	0.93	- 0.50	0.38		

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน

ตัวแปร	PEOU	PU	PR	PT	ATT	ITU	VIF
Mean	3.71	3.70	2.74	3.58	3.79	3.93	
S.D.	0.735	0.688	0.688	0.584	0.619	0.787	
PEOU	1						5.284
PU	0.899**	1					5.711
PR	0.079	0.087	1				1.027
PT	0.653**	0.683**	-0.019	1			1.927
ATT	-0.032	-0.028	0.086	-0.051	1		1.010
ITU	0.558**	0.563**	-0.146	0.578**	0.091	1	

หมายเหตุ: การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน (PEOU) การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน (PU) การรับรู้ความเสี่ยง (PR) การรับรู้ความเชื่อมั่น (T) ทัศนคติ (ATT) ความตั้งใจที่จะใช้งาน (ITU) **p< 0.01

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Result
	Coefficients		Coefficients			
	β	Std. Error	Beta			
(ค่าคงที่)	0.716	0.500		1.434	0.154	
การรับรู้ความง่ายของการใช้งาน	0.223	0.161	0.208	1.383	0.169	Rejected
การรับรู้ประโยชน์ ของการใช้งาน	0.196	0.179	0.171	1.093	0.277	Rejected
ทัศนคติ	0.171	0.084	0.135	2.045	0.043*	Accepted
การรับรู้ความเสี่ยง	-0.208	0.076	0.182	2.745	0.007**	Accepted
การรับรู้ความเชื่อมั่น	0.442	0.123	0.329	3.611	0.001**	Accepted
R = 0.664, R ² = 0.441, Adjust R ² = 0.420, F = 20.549, N = 136, *p< 0.05, **p< 0.01						

R = 0.664, R² = 0.441, Adjust R² = 0.420, F = 20.549, N = 136, *p< 0.05, **p< 0.01

หมายเหตุ: ตัวแปรตาม คือ การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงการรับรู้ความง่ายของการทำงาน การรับรู้ประโยชน์ของการทำงาน ทศนคติ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ความเชื่อมั่น และความตั้งใจที่จะใช้งาน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง $-0.019 - 0.899$ และพิจารณาจากค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง $1.010 - 5.711$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าทุกตัวแปรของงานวิจัยนี้ไม่มีความสัมพันธ์ร่วมกันจนเกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษา พบว่า สมมติฐานที่ 1 มิติด้านการรับรู้ความง่ายของการทำงาน ($\beta = 0.223$, t-value = 1.383, $p > 0.05$) และสมมติฐานที่ 2 มิติด้านการรับรู้ประโยชน์ของการทำงาน ($\beta = 0.196$, t-value = 1.093, $p > 0.05$) ไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน อย่างไรก็ตามผลการศึกษาค้นพบว่า สมมติฐานที่ 3 มิติด้านทัศนคติ ($\beta = 0.171$, t-value = 2.045, $p < 0.05$) สมมติฐานที่ 4 มิติด้านการรับรู้ความเสี่ยง ($\beta = -0.208$, t-value = 2.475, $p < 0.01$) และสมมติฐานที่ 5 มิติด้านการรับรู้ความเชื่อมั่น ($\beta = 0.442$, t-value = 3.611, $p < 0.01$) มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งตัวแปรที่มีอิทธิพลทั้งสามร่วมกันสามารถอธิบายความผันแปรของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ได้ร้อยละ 44.1 ($R^2 = 0.441$) สามารถเขียนแสดงสมการพยากรณ์ของตัวแปรได้ ดังนี้

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน = $0.716 + 0.171$ (ทัศนคติ) - 0.208 (การรับรู้ความเสี่ยง) + 0.442 (การรับรู้ความเชื่อมั่น)

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า มิติด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงลบต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าจะมีกฎหมายหรือมาตรการป้องกันความเสี่ยงเกี่ยวกับการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ แต่สมาชิกยังพิจารณาปัจจัยด้านความเสี่ยงว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการตัดสินใจที่จะ

ไม่ใช้งานแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ryu (2018) ที่พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลเชิงลบต่อความเต็มใจยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในประเทศเกาหลีใต้

มิติด้านการรับรู้ความเชื่อมั่นมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า เมื่อสมาชิกสหกรณ์เกิดความเชื่อมั่นในระบบไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ระบบมีการอัปเดตข้อมูลที่ทันสมัยตลอดเวลา ระบบมีความพร้อมในการให้บริการ ไม่เกิดความขัดข้อง และมีการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัว ย่อมสร้างความมั่นใจให้แก่สมาชิกสหกรณ์ในการยอมรับที่จะทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koundinya (2019) ที่พบว่า ความเชื่อมั่นมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อตั๋วรถไฟผ่านบริการท่องเที่ยวออนไลน์ เนื่องจากความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยแรกในการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการยอมรับที่จะซื้อตั๋วรถไฟผ่านบริการท่องเที่ยวออนไลน์

มิติด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ถ้าสมาชิกมีทัศนคติที่ดีต่อแอปพลิเคชันจะส่งผลให้สมาชิกยอมรับและเลือกที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Koundinya (2019) ที่พบว่า ทัศนคติมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อตั๋วรถไฟผ่านบริการท่องเที่ยวออนไลน์ เนื่องจากทัศนคติเป็นกลไกสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ เพราะทัศนคติเกิดจากการผสมผสานกันระหว่างความเชื่อที่เกิดจากสติปัญญาและความรู้สึกทางอารมณ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้กระบวนการตัดสินใจง่ายขึ้นยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ

มิติด้านการรับรู้ความง่ายของใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการรับรู้ถึงความง่ายไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สมาชิกยอมรับ แต่อาจจะมีปัจจัยอื่นที่ทำให้สมาชิกยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน เช่น ทัศนคติ ความเชื่อมั่น และความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chong et al. (2010) ที่พบว่า การรับรู้ความง่ายของการใช้งานไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการใช้งานและการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของธนาคาร แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ส่วนใหญ่สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานแอปพลิเคชันได้ด้วยตนเอง และมองเรื่องความง่ายของการใช้งานแอปพลิเคชันไม่ใช่อุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

มิติด้านการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสมาชิกสหกรณ์อาจจะยังไม่เข้าใจประโยชน์ของการใช้งานและผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stewart and Jürjens (2018) ที่พบว่า การรับรู้

ประโยชน์ของการใช้งานไม่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์หรือการเพิ่มประสิทธิภาพใด ๆ ที่เกิดจากการใช้งาน จึงส่งผลให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำไปปฏิบัติ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร ดังนี้

1.1 ผู้บริหารสหกรณ์ควรสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินของสหกรณ์ให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยข้อมูลของสมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดความเชื่อมั่น และประชาสัมพันธ์การใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งาน

1.2 ผู้บริหารสหกรณ์ควรสนับสนุนการพัฒนาระบบเทคโนโลยีทางการเงินของสหกรณ์ให้มีขั้นตอนในการทำธุรกรรมที่ง่ายและไม่ซับซ้อน รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกเข้าใจและเห็นประโยชน์ที่จะได้รับการใช้งานอย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ XYZ จำกัด มีข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรศึกษาตัวแปรตัวตามเป็นการทำงานจริงของผู้ใช้บริการเพื่อที่จะสามารถวัดแนวโน้มการใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

2.2 ควรศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงจิตวิทยา ตัวแปรคั่นกลางหรือตัวแปรกำกับที่มีส่วนกระตุ้นให้สมาชิกสหกรณ์เกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงิน

2.3 ตัวแปรด้านการรับรู้ความเสี่ยงและการรับรู้ความเชื่อมั่นควรที่จะศึกษาในหลากหลายมิติ เพื่อทำให้งานวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินของสมาชิกสหกรณ์และบริบทอื่นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2(1), 35-50. <https://doi.org/10.24102/ijbrd.v2i1.263>
- Bank of Thailand. (2019). *The Overview of FinTech and Thai financial system*. Retrieved September 15th, 2021, from https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Documents//PhraSiam0362/CoverStory_FinTech.pdf
- Bank of Thailand. (2021). *Money supply and composition*. Retrieved September 15th, 2021, from https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=7&language=th
- Barakat, A., & Hussainey, K. (2013). Bank governance, regulation, supervision, and risk reporting: Evidence from operational risk disclosures in European banks. *International Review of Financial Analysis*, 30, 254–273. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2013.07.002>
- Chen, L., & Aklikokou, A. K. (2020). Determinants of E-government Adoption: Testing the Mediating Effects of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use. *International Journal of Public Administration*, 43(10), 850–865. <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1660989>
- Chong, A., Ooi, K., Lin, B., & Tan, B. (2010). Online banking adoption: An empirical analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 28(4), 267–287. <https://doi.org/10.1108/02652321011054963>
- Chuang, L.-M., Liu, C.-C., & Kao, H.-K. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences*, 3(7), 1-15.
- Cooperative Promotion Department. (2021) *Summary of cooperative business volume for the year 2021*. Retrieved September 15th, 2021, from https://drive.google.com/file/d/1YKbLk6xK3mzgQc_fVg9QU5hUy9qEB8Fb/view

- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison Wesley, Reading.
- Green, S. B. (1991). How Many Subjects Does It Take To Do A Regression Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 26(3), 499–510. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr2603_7
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis 7th ed.* Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis. 8th ed.* Andover, Hampshire.: Cengage Learning.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention of Fintech Services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model. *Symmetry*, 11(3), 340.
- Hubert, M., Blut, M., Brock, C., Backhaus, C., & Eberhardt, T. (2017). Acceptance of Smartphone-Based Mobile Shopping: Mobile Benefits, Customer Characteristics, Perceived Risks, and the Impact of Application Context: Acceptance Of Smartphone- Based Mobile Shopping. *Psychology & Marketing*, 34(2), 175–194. <https://doi.org/10.1002/mar.20982>
- Jampangoen, P. (2019). Fintech Stream to Techfin: Financial Regulatory Challenges Driven with Big Data of Thai Financial Industry. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 9(3), 573-583.
- Koundinya, C. (2019). Predicting Online Travel Adoption Intention of an Indian Consumer: A SEM-Neural Network Approach. *Theoretical Economics Letters*, 9(2), 348–375. <https://doi.org/10.4236/tel.2019.92026>
- Ng, A. W., & Kwok, B. K. B. (2017). Emergence of Fintech and cybersecurity in a global financial centre: Strategic approach by a regulator. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 25(4), 422–434. <https://doi.org/10.1108/JFRC-01-2017-0013>

- Office of the National Economics and Social Development Council. (2016). *The Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017-2021)*. Retrieved September 9th, 2021, from https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422.
- Pehunhachinda, P. (2017). Fintech: Towards Thailand 4.0. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning*, 7(1), 1-23.
- Royal forest department savings and credit cooperative limited. (2020). *CO-OP Digital 2020 To the new cooperative era...it's just your fingertips*. Retrieved September 15, 2021, from <https://www.025798899.com/news/1712>.
- Ryu, H.-S. (2018). *Understanding Benefit and Risk Framework of Fintech Adoption: Comparison of Early Adopters and Late Adopters*. Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences, Hilton Waikoloa Village, Hawaii, USA.
- Saengchote, T., & Distanont, A. (2018). FinTech Adoption of MyMo Mobile Banking in Government Saving Bank. *Suan Dusit Graduate School Academic Journal*. 15(3), 47-64
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003>
- Siau, K., & Wang, W. (2018). Building Trust in Artificial Intelligence, Machine Learning, and Robotics. *Cutter business technology journal*, 31(2), 47-53
- Stewart, H., & Jürjens, J. (2018). Data security and consumer trust in FinTech innovation in Germany. *Information & Computer Security*, 26(1), 109–128. <https://doi.org/10.1108/ICS-06-2017-0039>
- Thanabordeekij, P., Sudtasan, T., & Tanamee, D. (2020). Integrating trust into the technology acceptance model: the case of mobile banking adoption in Myanmar. *Panyapiwat Journal*, 12(3), 107-119.
- Vaicondam, Y., Jayabalan, N., Tong, C. X., Qureshi, M. I., & Khan, N. (2021). Fintech Adoption Among Millennials in Selangor. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(5), 1-14.

- Wangyen, S. (2020). *Factors affecting technology adoption used for processing accounting data a case study of the federation of thai industries officials*. [Master's thesis]. Dhurakij Pundit University
- Zhang, T., Tao, D., Qu, X., Zhang, X., Lin, R., & Zhang, W. (2019). The roles of initial trust and perceived risk in public's acceptance of automated vehicles. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 98, 207–220. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2018.11.018>
- Zhong, L., Zhang, X., Rong, J., Chan, H. K., Xiao, J., & Kong, H. (2021). Construction and empirical research on acceptance model of service robots applied in hotel industry. *Industrial Management & Data Systems*, 121(6), 1325–1352. <https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2019-0603>