

บทคัดย่อ

ชื่อรายงานการวิจัย : ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของ
ผู้บริโภคร : การวิเคราะห์ทอภิมาน

ชื่อผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนิดา สุวรรณนิพนธ์

ปีที่ทำการวิจัย : 2560

.....

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์การวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่มาใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์มีระดับความสำคัญมากที่สุด และตัวแปรที่มีความสำคัญในรองลงมาตามลำดับ คือ ทศนคติต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย คุณภาพของการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคุณภาพของเว็บไซต์ การรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคุณภาพของเว็บไซต์ และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย ความไว้วางใจต่อการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าการบริการธนาคาร

อิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ ทักษะคิดต่อการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย รวมทั้ง ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากความไว้วางใจต่อการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากความไว้วางใจต่อการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากทัศนคติต่อการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้ประกอบการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ควรคำนึงถึงการพัฒนาคุณภาพของเว็บไซต์ โดยเน้นให้มีคุณภาพในด้านเนื้อหา การออกแบบ ความง่ายในการใช้งาน การได้รับประโยชน์ และความไว้วางใจได้ ซึ่งจะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของลูกค้า และความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อ, ความตั้งใจซื้อ, ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์, การวิเคราะห์ห่อภิมาน

Abstract

Research Title : Knowledge Management for Tourism toward Online
Social Network in China Town, Bangkok
Author : Assistant Professor Dr. Wanida Suwunniponth
Year : 2016

.....

Abstract

The purpose of this research were to synthesize factors affecting acceptance of consumer electronic banking services. And study the relationship between the variables from the synthesized research. (1) the factors driving consumer intention to electronic banking including, website quality, perceived ease of use, perceived usefulness, trust, attitude and intention to electronic banking in the area of Bangkok. (2) the influence of the driving factors that affect the intention of consumers to electronic banking. (3) the strategic approach to support the intention of online shopping consumers in ASEAN. The researcher employed both quantitative and qualitative methods in carrying out this investigation. Insofar as the quantitative method is concerned, the researcher used a questionnaire to collect data from 350 consumers by using the purposive sampling from customer who purchase online shopping. The data collected were subsequently analyzed using techniques of descriptive statistics and path analysis. Regarding the use of qualitative methods, the researcher conducted in-depth interviews with administrators of online enterprises with the data collected subsequently being analyzed by the technique of content analysis. The findings revealed that the respondents focus on all the variables in the study is very important. By means of the perceived usefulness is the most significant. The other variables that are important in sequence is attitude towards online shopping, perceived ease of use, quality of website, intention to electronic banking and trust for online purchases respectively. The hypotheses testing from the model by using path analysis revealed the results that support what the researcher had expected. From the regression

coefficient of the variable and t-value, the direction of relationship of the variables was founded to accept the hypothesis assumptions as followings. The perceived ease of use had received positive influence from the quality of website. The perceived usefulness had received positive influence from the quality of website and the perceived ease of use. The trust for online purchases had received positive influence from the perceived ease of use and the perceived usefulness. The attitude for online purchases had received positive influence from the perceived ease of use and the perceived usefulness and the trust for online purchases. The intention for online purchases had received positive influence from the trust for online purchases and the attitude for online purchases. The study has suggested that entrepreneurs should take into account online sales development of the quality of websites which emphasis on the quality of the content, design, ease-of-use, usefulness and reliability. The trust for online purchases will affect the attitude of the customer for electronic banking and directly affect the intention to purchase online shopping.

Keywords : Factor affecting, Constopmer Intention, Electronic banking, Meta analysis