

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ศึกษาถึง “การยอมรับเทคโนโลยี RFID ของลูกค้าธนาคารออมสิน” ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ 3 แนวทางซึ่งประกอบด้วย

1) แนวคิดและทฤษฎีด้านการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี RFID ที่มาประยุกต์ใช้ในการบริการลูกค้า (Lee et al., 2008)

2) แนวคิดและทฤษฎีด้านการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมธนาคารซึ่งแสดงให้เห็นถึงนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างธนาคารกับลูกค้า

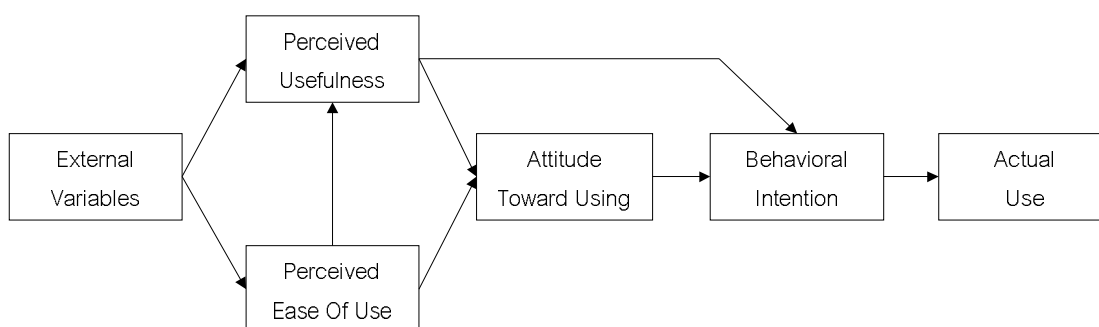
3) แนวคิดและทฤษฎีด้านเทคโนโลยี RFID ซึ่งจะชี้ให้เห็นถึงสิ่งที่ธนาคารได้รับการนำเทคโนโลยี RFID มาประยุกต์ใช้ในการบริการแก่ลูกค้าคือเพิ่มมูลค่าให้กับธนาคารในด้านที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาสถานลูกค้า เนื่องจากเทคโนโลยี RFID สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการ โดยเทคโนโลยี RFID สามารถช่วยลดเวลาที่ใช้ในการดำเนินการให้น้อยลง การเก็บข้อมูลในการดำเนินการสามารถทำได้ง่าย สามารถควบคุมเวลาที่ใช้ในการดำเนินการได้ สามารถติดตามและตรวจสอบได้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านการยอมรับเทคโนโลยี

Lee et al. (2008) พบว่าการนำเทคโนโลยี RFID เข้ามาสนับสนุนในส่วนของการบริการลูกค้าสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรในด้านที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาสถานลูกค้า แต่ต้องให้ความสำคัญในส่วนของการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้า ถึงจะประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ Davis et al. (1989) ได้ศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยี โดยสร้างแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) ซึ่งแบบจำลองนี้พัฒนามาจาก Theory of Reasoned Action (TRA) ของ Fishbein and Ajzen (1975) โดยเป้าหมายของแบบจำลอง TAM คือเพื่อหาคำอธิบายถึงการตัดสินใจและปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน

ภาพที่ 2.1

Technology Acceptance Model: TAM



ที่มา: Davis et al. (1989)

และนอกเหนือจากการศึกษาดังกล่าวข้างต้น Davis (1989) ได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ของการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลโดยตรงกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน การที่ผู้ใช้งานจะให้การยอมรับเทคโนโลยีนั้น เกิดจากเหตุผลเพียงไม่กี่ข้อคือเทคโนโลยีต่างๆ ที่นำเข้ามาประยุกต์ใช้นั้นต้องถูกออกแบบมาเพื่อผู้ใช้งาน และการใช้งานเทคโนโลยีเหล่านั้นง่ายหรือยาก แม้ว่าการใช้งานที่ยากจะทำให้การยอมรับในด้านของควมมีประโยชน์ลดน้อยลงได้ แต่เทคโนโลยีที่ใช้งานง่ายก็ไม่สามารถทดแทนความไม่มีประโยชน์ของเทคโนโลยีได้ จึงทำให้เห็นได้ว่าการรับรู้ถึงประโยชน์มีความสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีมากกว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการออกแบบระบบ และมีอิทธิพลอย่างมากต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานและเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามในการออกแบบระบบให้ประสบความสำเร็จ

องค์ประกอบของแบบจำลอง TAM ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ จำนวน 5 ปัจจัยด้วยกัน ซึ่งนอกจาก Davis (1989) แล้วคณะผู้วิจัยอื่นๆ (Wang et al., 2003; Pikkarainen et al., 2004; Curran & Meuter, 2005; Eriksson et al., 2005; Lee et al., 2006; Chen, 2008; Rigopoulos et al., 2008; Singer et al., 2008; Parveen & Sulaiman, 2008) ต่างก็ให้คำนิยามของปัจจัยต่างๆ ไว้เป็นแนวทางเดียวกันคือ

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึงระดับของผู้ใช้งานที่เชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในงานของตน ซึ่งคณะผู้วิจัยส่วนใหญ่ให้สรุปว่าการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลอย่างมากต่อการยอมรับเทคโนโลยีผู้ใช้งาน ยกเว้น Wang et al. (2003)

พบว่าผู้ใช้งานให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมากกว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ แต่จากการวิเคราะห์ทางสถิติกลับพบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้มากกว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ในกรณีศึกษาถึงการยอมรับการใช้งาน Internet Banking (Wang et al., 2003)

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึงระดับซึ่งผู้ใช้งานเชื่อว่าเทคโนโลยีที่ใช้จะต้องมีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความมานะพยายาม ซึ่งการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และมีการศึกษาจำนวนมากพบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ด้วย (Davis et al., 1989; Eriksson et al., 2005; McKechnie et al., 2006; Rigopoulos et al., 2008) ทั้งนี้ในการศึกษาบางชิ้นพบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลโดยตรงต่อการใช้งานของผู้ใช้อีกด้วย (Davis, 1989; Pikkarainen et al., 2004; Eriksson et al., 2005; Rigopoulos et al., 2008; Parveen & Sulaiman, 2008)

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) หมายถึงทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมที่มีต่อเทคโนโลยีนั้นๆ อาทิเช่น รู้สึกสนใจที่จะใช้งาน รู้สึกว่าระบบนั้นๆ ดีหรือไม่ดี รู้สึกชอบหรือไม่ชอบระบบนั้นๆ ซึ่งทัศนคติที่มีต่อการใช้งานจะได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Davis et al., 1989; Parveen & Sulaiman, 2008)

พฤติกรรมของผู้ใช้งาน (Behavioral Intention) หมายถึงพฤติกรรมของลูกค้านี้ที่มีต่อเทคโนโลยีนั้นๆ โดยพฤติกรรมดังกล่าวจะได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีและทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี แต่ Rigopoulos et al. (2008) พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้งานในการศึกษาของเขาได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งพฤติกรรมของผู้ใช้งานจะส่งผลโดยตรงต่อการใช้งานที่แท้จริงของผู้ใช้งาน (Actual Use)

และนอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้นพบว่าการใช้แบบจำลอง TAM ในการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันก็มีการใช้ปัจจัยหรือได้ผลของความสัมพันธ์ของปัจจัยที่แตกต่างกันไป เช่น

การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility) Wang et al. (2003) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือเป็นตัวสะท้อนถึงด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวในการที่จะยอมรับเทคโนโลยีนั้นๆ ซึ่งจากการศึกษา Wang et al. (2003) พบว่านอกเหนือจากการรับรู้ถึง

ประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแล้ว การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือก็มีอิทธิพลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้เช่นกัน

ความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer Self-Efficacy) Wang et al. (2003) กล่าวว่าความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์นั้นอธิบายถึงความสามารถที่จะใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการดำเนินการ ซึ่งรวมถึงการที่มีคู่มือสำหรับใช้อ้างอิงในการดำเนินการ มีผู้คอยให้ความช่วยเหลือก่อนดำเนินการ หรือสามารถสอบถามผู้อื่นได้ในกรณีที่เกิดปัญหาระหว่างการดำเนินการ

การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งาน (Perceived Enjoyment) Pikkarainen et al. (2004) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งานหมายถึงความรู้สึกเพลิดเพลินในการดำเนินการโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โดยที่การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในการใช้งานจะตรงกันข้ามกับการรับรู้ถึงประโยชน์ในแง่ที่ว่า การรับรู้ถึงประโยชน์จะเป็นแรงจูงใจภายนอก ในขณะที่การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินเป็นแรงจูงใจภายในในการใช้งาน

ปริมาณของข้อมูล Online Banking (Amount of information on online banking) Pikkarainen et al. (2004) กล่าวว่าปริมาณของข้อมูล Online Banking ได้รับการระบุว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งาน Online Banking เนื่องจากการให้บริการ Online Banking จัดว่าเป็นประสบการณ์ใหม่ๆ ของผู้ใช้หลายๆ คน ซึ่งการไม่รับทราบถึงข้อมูลหรือได้รับข้อมูลเพียงเล็กน้อยเป็นสาเหตุสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้บริการไม่ยอมรับการให้บริการ Online Banking

ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and privacy) Pikkarainen et al. (2004) กล่าวว่าความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกระบุไว้ในการศึกษาด้านการยอมรับเทคโนโลยีของการบริการ Online Banking ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับปัจจัยการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility)

คุณภาพของการเชื่อมต่อ Internet (Quality of internet connection) Pikkarainen et al. (2004) กล่าวว่าคุณภาพของการเชื่อมต่อ Internet ที่มีคุณภาพจัดว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการศึกษาถึงการยอมรับการบริการ Online Banking อีกทั้งในการศึกษาถึงการให้บริการ Online Banking บางชิ้นพบว่าคุณภาพของการเชื่อมต่อ Internet ส่งผลกระทบทต่อการยอมรับการใช้งานบริการ Online Banking ด้วย

การมีปฏิสัมพันธ์ที่จำเป็น (Need for Interaction) Curran and Meuter (2005) กล่าวว่า การมีปฏิสัมพันธ์ที่จำเป็นหมายถึงการตอบสนองหรือการให้บริการจากพนักงานในส่วนที่เทคโนโลยีไม่สามารถรองรับได้ อาทิเช่น การให้บริการที่ตรงตามความต้องการส่วนตัวของลูกค้า

ความเสี่ยง (Risk) Curran and Meuter (2005) กล่าวว่า ความเสี่ยงหมายถึงความรู้สึกหรือการรับรู้ที่มีต่อเทคโนโลยีว่าหากใช้เทคโนโลยีนั้นๆ จะช่วยให้มีความปลอดภัย มั่นใจ อีกทั้งเทคโนโลยีนั้นๆ จะช่วยให้การดำเนินการถูกต้องมากขึ้น หรือหากดำเนินการผิดขั้นตอนก็จะเกิดเป็นความเสียหายเพียงเล็กน้อย

ความไว้วางใจ (Trust) Eriksson et al. (2005) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นระหว่างความสัมพันธ์ของธนาคารกับลูกค้าของธนาคาร ซึ่งลูกค้าจะกังวลต่อความปลอดภัยของการใช้งาน Internet Banking มากกว่าการใช้บริการธุรกรรมธนาคารที่หน่วยให้บริการ โดยการวัดถึงความไว้วางใจจะวัดในด้านทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของธนาคาร

การรับรู้ถึงความสะดวกในการดำเนินการ (Perceived Transaction Convenience) Chen (2008) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความสะดวกในการดำเนินการหมายถึงขอบเขตที่ผู้ใช้บริการคาดหวังถึงการให้บริการที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ

การรับรู้ถึงความรวดเร็วในการดำเนินการ (Perceived Transaction Speed) Chen (2008) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความรวดเร็วในการดำเนินการหมายถึงขอบเขตที่ผู้ใช้บริการคาดหวังถึงการให้บริการที่ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการใช้บริการ

ความกังวลด้านความปลอดภัย (Security Concerns) Chen (2008) กล่าวว่า ความกังวลด้านความปลอดภัยหมายถึงขอบเขตที่ผู้ใช้บริการมีความกังวลเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยในการใช้บริการ อาทิเช่น การเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการและสามารถเข้าถึงได้เฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy Concerns) Chen (2008) กล่าวว่า ความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวหมายถึงขอบเขตที่ผู้ใช้บริการมีความกังวลเกี่ยวกับด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการ อาทิเช่น การเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่มากเกินไป การป้องกันและเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ความถูกต้องของข้อมูล สามารถเข้าถึงข้อมูลได้เฉพาะผู้ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น

การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) Chen (2008) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความเสี่ยงหมายถึงขอบเขตที่ผู้ใช้บริการคาดการณ์ถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้บริการ

ความเข้ากันได้ (Compatibility) Chen (2008) กล่าวว่าความเข้ากันได้หมายถึงรูปแบบการบริการที่สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมธนาคาร

Moutinho and Meidan (1989) รวบรวมนวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ของธนาคาร โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.2.1. Office/Home Banking เป็นการให้บริการทางเครื่องคอมพิวเตอร์จากที่ทำงานหรือที่อยู่อาศัยโดยใช้ระบบโทรคมนาคมเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร
- 2.2.2. Electronic Letter of Credit เป็นการบริการที่พัฒนามาเพื่อใช้ในการเปิดหรือแก้ไข Letter of Credit จากที่ทำงานได้โดยทันที
- 2.2.3. Provision of Financial Information เป็นการให้บริการข้อมูลทางการเงินที่มีการปรับปรุงบ่อยครั้งซึ่งจะส่งไปยังเทอร์มินอลของผู้ใช้บริการผ่านทางสายเคเบิล เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราดอกเบี้ย
- 2.2.4. Global Cash Management เป็นบริการที่เป็นช่วยอำนวยความสะดวกต่อบริษัทข้ามชาติที่ใช้บัญชีธนาคารแบบ Worldwide ในการทำธุรกรรม โดยใช้ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม
- 2.2.5. Self-service Bank เป็นบริการที่ให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้ด้วยตนเองผ่านระบบอัตโนมัติ ซึ่งการให้บริการดังกล่าวมีขึ้นเพื่อทดแทนจำนวนพนักงานที่มีจำกัดได้
- 2.2.6. ATM Cash Dispenser เครื่องถอนเงินอัตโนมัติสามารถให้บริการถอนเงินได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งในปัจจุบันเครื่องถอนเงินอัตโนมัติมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มความสามารถในการให้บริการอื่นๆ ด้วย
- 2.2.7. EFTPoS คือบริการที่ช่วยให้ลูกค้าที่ไม่มีเงินสดติดตัวสามารถซื้อสินค้าและชำระค่าสินค้าได้ ณ สถานที่ซื้อสินค้า โดยบัญชีของผู้ซื้อถูกหักค่าสินค้าและผู้ขายจะได้รับค่าสินค้าในเวลาเดียวกัน
- 2.2.8. Smart Card เป็นการใส่บัตรที่มีหน่วยความจำทั้งแบบที่เป็นแถบแม่เหล็ก และแบบที่เป็น Micro-chip ในการทำรายการต่างๆ

2.2.9 A Total Systems Approach เป็นบริการการเงินเฉพาะบุคคล เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า รวมถึงการให้คำปรึกษาเฉพาะบุคคลด้วย ซึ่งจัดว่าเป็นบริการที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและธนาคารมากที่สุด

นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ข้อ 2.2.1-2.2.8 ทำให้เกิดผลกระทบต่อลูกค้าของธนาคารตามมาคือลูกค้าจะลดการติดต่อโดยตรงกับธนาคาร ความมีส่วนร่วมของลูกค้ากับธนาคารน้อยลง ความจงรักภักดีต่อธนาคารของลูกค้าน้อยลง อีกทั้งยังทำให้ธนาคารมีความยุ่งยากในการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งทำให้ธนาคารต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีการแบ่งส่วนตลาดอย่างระมัดระวัง ลดจำนวนสาขาลงแต่เพิ่ม “Cross-Selling” ในสาขาเพื่อจูงใจให้ลูกค้าใช้ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคารเพิ่มขึ้น เพิ่มคุณสมบัติให้กับเครื่อง ATM เป็นต้น

และจากการศึกษาของ Ahmad (2005) ได้แบ่งการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับธนาคารแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและเทคโนโลยีของธนาคารในกรณีของการใช้บริการผ่านเครื่องบริการ Self-service และระบบ Online Service ต่างๆ (ข้อ 2.2.1-2.2.8)

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและธนาคารในกรณีของการใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์ให้บริการ และบริการการเงินเฉพาะบุคคล (ข้อ 2.2.9)

และปฏิสัมพันธ์ที่เป็นแบบผสมผสาน เช่นในกรณีที่ลูกค้าประสบปัญหาในการใช้บริการและตัวแทนของธนาคารช่วยแก้ไขปัญหาไม่ว่าจะผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ ให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์ เข้ารับการแก้ไขปัญหาจากพนักงานที่สาขาเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดการรักษาฐานลูกค้า

2.3 แนวคิดและทฤษฎีด้านเทคโนโลยี RFID

เทคโนโลยี RFID เกิดจากการผสมผสานของเทคโนโลยีคลื่นวิทยุและเรดาร์ โดยแรกเริ่มเทคโนโลยี RFID ถูกนำมาใช้ในการทหาร เพื่อใช้ในการแยกแยะ ระบุและติดตามอุปกรณ์ทางการทหาร และในช่วงทศวรรษที่ 80 ได้มีพัฒนาเพื่อลดต้นทุนการผลิต ลดขนาดให้เล็กลง การใช้พลังงาน รวมถึงระยะในการสื่อสาร ซึ่งเป็นผลให้เทคโนโลยี RFID ก้าวเข้าสู่ตลาด จนกระทั่งในปี 1999 เทคโนโลยี RFID ถูกนำไปใช้ในกระบวนการต่างๆ อาทิเช่น ใช้ในการเก็บค่าธรรมเนียมเป็นบัตรผ่านทาง และการตรวจเช็คสินค้า โดย เทคโนโลยี RFID ได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในระบบเก็บเงินอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรก จากนั้นมาได้มีการนำเทคโนโลยี RFID มาใช้ในกิจการ

ต่างๆ เพิ่มขึ้น อาทิเช่น ใช้ในการกีฬา และได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันอย่างช้าๆ เพราะคุณสมบัติที่สามารถอ่านข้อมูลได้โดยไม่ต้องอาศัยการสัมผัส หรือต้องเห็นวัตถุนั้นๆ โดยใช้คลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า และสามารถบันทึกข้อมูลไว้ภายในได้ โดย Lai et al. (2005) ได้กล่าวไว้ว่าเป้าหมายของเทคโนโลยี RFID คือไม่ว่าสภาพแวดล้อมจะเป็นอย่างไรก็สามารถระบุ ติดตาม และตรวจสอบได้ว่าเป็นอะไร อยู่ที่ไหน ไปไหนมาบ้าง ในทุกวันนี้มีการใช้เทคโนโลยี RFID อยู่ในชีวิตประจำวันโดยที่บางคนอาจจะไม่ทันรู้ตัว อาทิเช่น ใช้ในการชำระค่าธรรมเนียมทางพิเศษ ใช้ในที่ทำงาน ในโรงพยาบาล ในห้องสมุด ซึ่งเทคโนโลยี RFID ช่วยอำนวยความสะดวก เพิ่มความรวดเร็วในการทำธุรกรรม อีกทั้งยังสามารถระบุถึงที่อยู่ได้อีกด้วย

และจากการศึกษาของ Lee et al. (2008) ที่ได้ศึกษาถึงการนำเทคโนโลยี RFID เข้ามาสนับสนุนในส่วนของการบริการลูกค้า โดยได้ศึกษาถึงธุรกิจบริการที่นำเทคโนโลยี RFID มาประยุกต์ใช้โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ใช้สำหรับการบริหารจัดการสินค้าคงคลังหรือทรัพย์สินขององค์กร เช่น ธุรกิจค้าปลีกอย่าง Wal-Mart และใช้สำหรับการบริหารจัดการข้อมูลให้แก่ผู้เข้ารับบริการ เช่น ธุรกิจสนามบินแข่งรถ ห้องสมุดสาธารณะ และธุรกิจโรงพยาบาล เป็นต้น

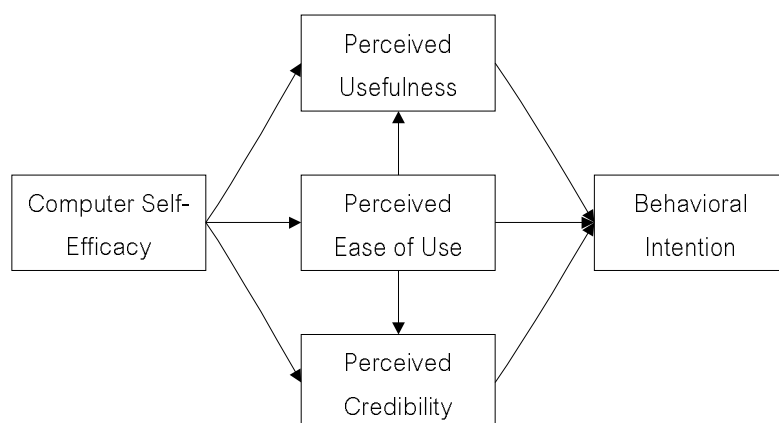
โดยประโยชน์ของการนำเทคโนโลยี RFID มาใช้สำหรับการบริหารจัดการสินค้าคงคลังคือลดต้นทุนโดยผ่านการวางแผนและควบคุมการไหลเวียนของวัตถุดิบจากผู้ผลิตสินค้าผ่านคลังสินค้าจนกระทั่งมายังสถานที่ขายสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถทำให้ Wal-Mart ประสบความสำเร็จ ส่วนการนำเทคโนโลยี RFID มาใช้สำหรับการบริหารจัดการข้อมูลให้แก่ผู้เข้ารับบริการคือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการ โดยเทคโนโลยี RFID สามารถช่วยลดเวลาที่ใช้ในการดำเนินการให้น้อยลง การเก็บข้อมูลในการดำเนินการสามารถทำได้ง่าย สามารถควบคุมเวลาที่ใช้ในการดำเนินการได้ สามารถติดตามและตรวจสอบได้ อีกทั้งยังช่วยลดจำนวนพนักงานหรืออุปกรณ์ในการให้บริการได้ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรในด้านที่เป็นนามธรรม อาทิเช่น ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาฐานลูกค้า โดยในส่วนของการนำเทคโนโลยี RFID มาใช้สำหรับการบริหารจัดการผู้เข้ารับบริการ Lee et al. (2008) กล่าวว่าต้องให้ความสำคัญในส่วนของการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าจึงจะประสบความสำเร็จ

2.4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Wang et al. (2003) ได้ศึกษาถึงการมุ่งเน้นหาปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้หรือลูกค้ายอมรับการใช้งาน Internet Banking ในประเทศไต้หวันโดยใช้แบบจำลอง TAM ในการศึกษาวิจัย มีการนำปัจจัยใหม่เข้ามาในนอกเหนือไปจากการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานคือ การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะสะท้อนถึงการรักษาความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัวในการใช้งาน Internet Banking เข้าไปด้วย เนื่องจาก Wang et al. (2003) เห็นว่าแบบจำลอง TAM ไม่สามารถที่จะอธิบายถึงพฤติกรรมของผู้ใช้งานได้อย่างครบถ้วนในเรื่องของเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ อย่างเช่น Internet Banking ได้นอกเหนือไปจากนี้ยังวิเคราะห์ถึงความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์อีกด้วย โดยสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Internet Banking



ที่มา: Wang et al. (2003)

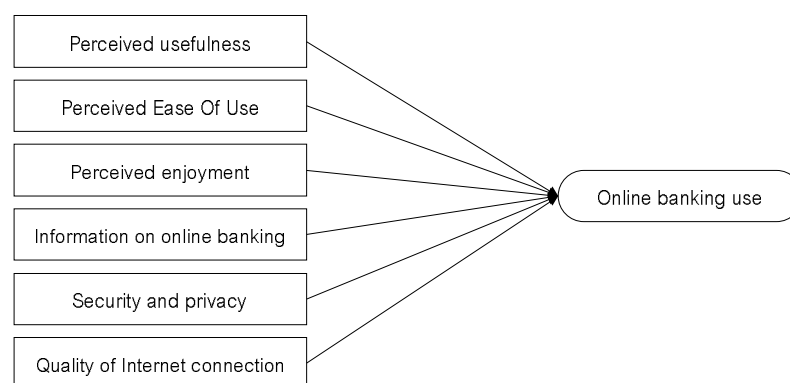
ผลของการศึกษาพบว่าปัจจัยทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่จะใช้งาน โดยจัดลำดับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่จะใช้งานมากที่สุดถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่จะใช้งานน้อยที่สุดดังนี้ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ถึงประโยชน์ นอกเหนือไปจากนี้ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือตามลำดับอีกด้วย

การศึกษาชิ้นนี้ได้ผลสรุปว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์จะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ หากแต่การศึกษาชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ Internet Banking นั้น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้มากที่สุด ถึงแม้ว่าผู้ใช้จะให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์มากกว่าก็ตามที่

Pikkarainen et al. (2004) ได้ศึกษาถึงการยอมรับ Online Banking ในประเทศฟินแลนด์ โดยมีการพัฒนาแบบจำลองสำหรับศึกษาการยอมรับ Online banking โดยยึดถือจากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 4 คนในภาคการธนาคาร โดยนอกเหนือไปจากปัจจัยหลักๆ ของแบบจำลอง TAM อย่างการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆ อีก 4 ปัจจัยดังนี้ การรับรู้ถึงความเพลิดเพลิน (Perceived enjoyment) ปริมาณของข้อมูล Online Banking (Amount Information on online banking) ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and privacy) และคุณภาพของการเชื่อมต่อ Internet (Quality of internet connection) โดยจากปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Online Banking



ที่มา: Pikkarainen et al. (2004)

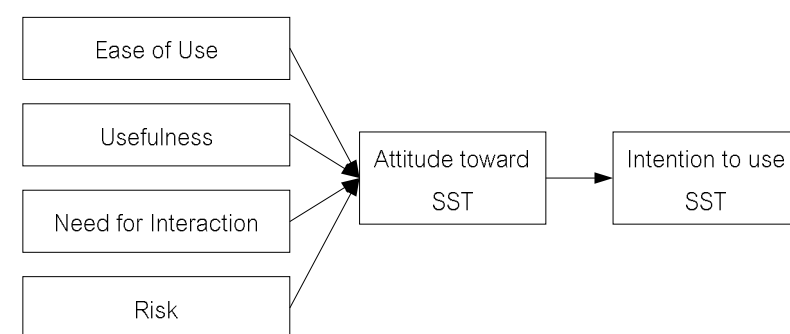
ผลของการศึกษาพบว่ามีเพียง 5 ปัจจัยที่ถูกระบุว่ามีผลกระทบต่อการยอมรับของ Online Banking คือการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความเพลิดเพลิน ปริมาณของข้อมูล Online Banking และความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ส่วน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุดคือการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นลำดับต่อมาของการศึกษานี้คือ ปริมาณของข้อมูล Online Banking

Curran and Meuter (2005) ได้ศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีของระบบการบริการด้วยตัวเองของธนาคารจำนวน 3 ระบบด้วยกันคือ ATM, Bank by Phone และ Online Banking โดยต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับระบบต่างๆ ที่กล่าวไว้ข้างต้นของผู้ใช้บริการ ซึ่ง Curran and Meuter (2005) เห็นว่านอกเหนือไปจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งานแล้ว การมีปฏิสัมพันธ์ที่จำเป็น (Need for Interaction) และความเสี่ยง (Risk) ก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเช่นเดียวกัน โดยสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Self Service



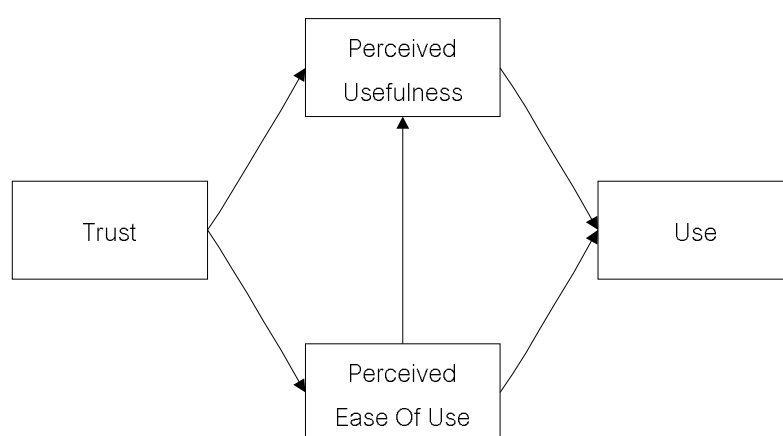
ที่มา: Curran & Meuter (2005)

ผลของการศึกษาพบว่าทัศนคติที่มีต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้งาน หากแต่ว่าในเทคโนโลยีที่แตกต่างกันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งานก็แตกต่างกันด้วย อาทิเช่น การใช้งานง่ายและความมีประโยชน์ต่างกันก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ATM ส่วนใน Bank by Phone กลับมีแค่ความมีประโยชน์เพียงปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และใน Online Banking พบว่าความเสี่ยงเป็นปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

Eriksson et al. (2005) ได้ศึกษาถึงการยอมรับ Internet Banking ของลูกค้าในเอสโตเนีย โดยในการศึกษาได้เพิ่มปัจจัยความไว้วางใจนอกเหนือไปจากการรับรู้ถึงประโยชน์ และ

การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการศึกษาของ Wang et al. (2003) เพียงแต่ในการศึกษานี้เห็นว่าความไว้วางใจ (Trust) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยที่ความไว้วางใจไม่ได้มีผลโดยตรงกับการใช้งาน โดยสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5
แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Internet Banking

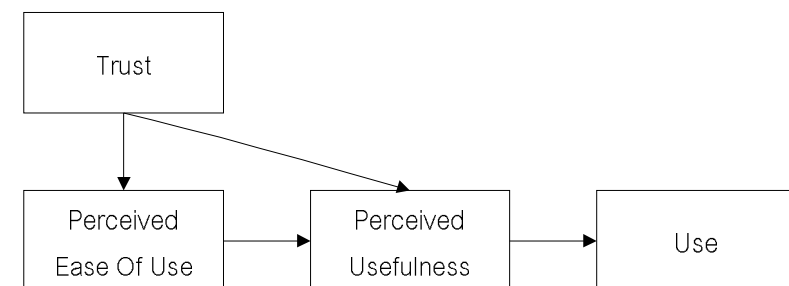


ที่มา: Eriksson et al. (2005)

ผลของการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์เป็นเหตุผลหลักในการใช้งานหรือการทำธุรกรรม การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ได้มีผลจากการใช้งานโดยตรงเพียงแต่จะนำไปสู่การรับรู้ถึงประโยชน์มากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้มีการใช้งานเพิ่มมากขึ้น โดยจากการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ มีลักษณะดังนี้ ความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์และรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานโดยตรงแต่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ ซึ่งสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.6

ภาพที่ 2.6

Technology acceptance model redefined to encompass internet banking in Estonia

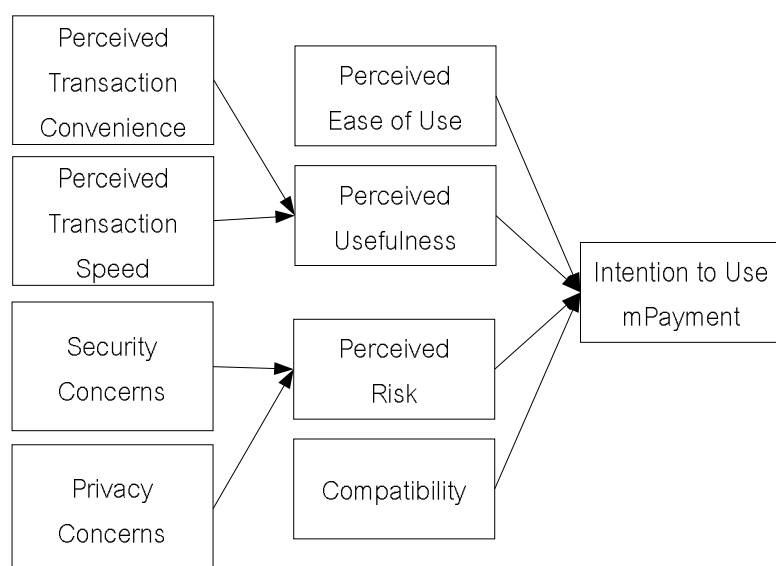


ที่มา: Eriksson et al. (2005)

Chen (2008) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้า Mobile Payment โดยรูปแบบที่ใช้ในการศึกษาสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.7

ภาพที่ 2.7

A model of consumer acceptance of m-payment



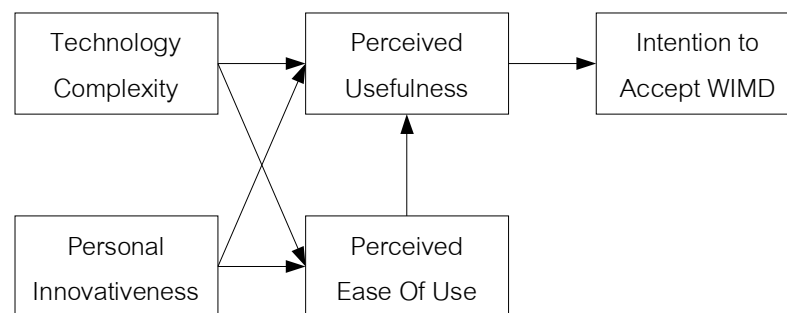
ที่มา: Chen (2008)

ผลของการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงความสะดวกในการดำเนินการและการรับรู้ถึงความรวดเร็วในการดำเนินการมีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่วนความกังวลด้านความปลอดภัยและความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวก็มีผลกระทบเชิงบวกต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงด้วยเช่นกัน อีกทั้งการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความเข้ากันได้ต่างก็มีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้งาน และในทางกลับกัน การรับรู้ถึงความเสี่ยงก็มีผลกระทบเชิงลบต่อความตั้งใจที่จะใช้งานด้วย

Parveen and Sulaiman (2008) ได้ศึกษาถึงการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยี Wireless ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ โดยในการศึกษารังนี้ยังศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความยุ่งยากของเทคโนโลยี (Technology Complexity) และปัจจัยด้านความชื่นชอบในเทคโนโลยีใหม่ๆ (Personal Innovativeness) ที่มีต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานด้วย โดยสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2.8

ภาพที่ 2.8

TAM for WIMD



ที่มา: Parveen & Sulaiman (2008)

ผลของการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยี Wireless ซึ่งการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ อีกทั้งความยุ่งยากของเทคโนโลยี และความชื่นชอบในเทคโนโลยีใหม่ๆ ต่างก็มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

Rigopoulos (2008) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยของแบบจำลอง TAM ในการวัดทัศนคติของผู้ใช้งานระบบช่วยในการตัดสินใจ (DSS) อาทิเช่น ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยด้านพฤติกรรมของลูกค้า และปัจจัยด้านการใช้งาน ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ซึ่งจากผลของการศึกษาสรุปออกมาได้ว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน โดยที่ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านพฤติกรรมต่อการใช้งานกับปัจจัยด้านการใช้งาน และยังพบอีกว่าปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการใช้งานด้วย

Singer et al. (2008) ได้ใช้แบบจำลอง TAM ในการศึกษาถึงการสร้าง Web Site สำหรับให้บริการ Online Banking เพื่อตอบสนองต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพราะการแข่งขันในตลาดโลกของการให้บริการ Online Banking อยู่ในระดับสูง ซึ่งการที่ธนาคารจะสามารถเข้าถึงหรือสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ในแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกันในด้านวัฒนธรรมได้นั้นขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

2.5 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

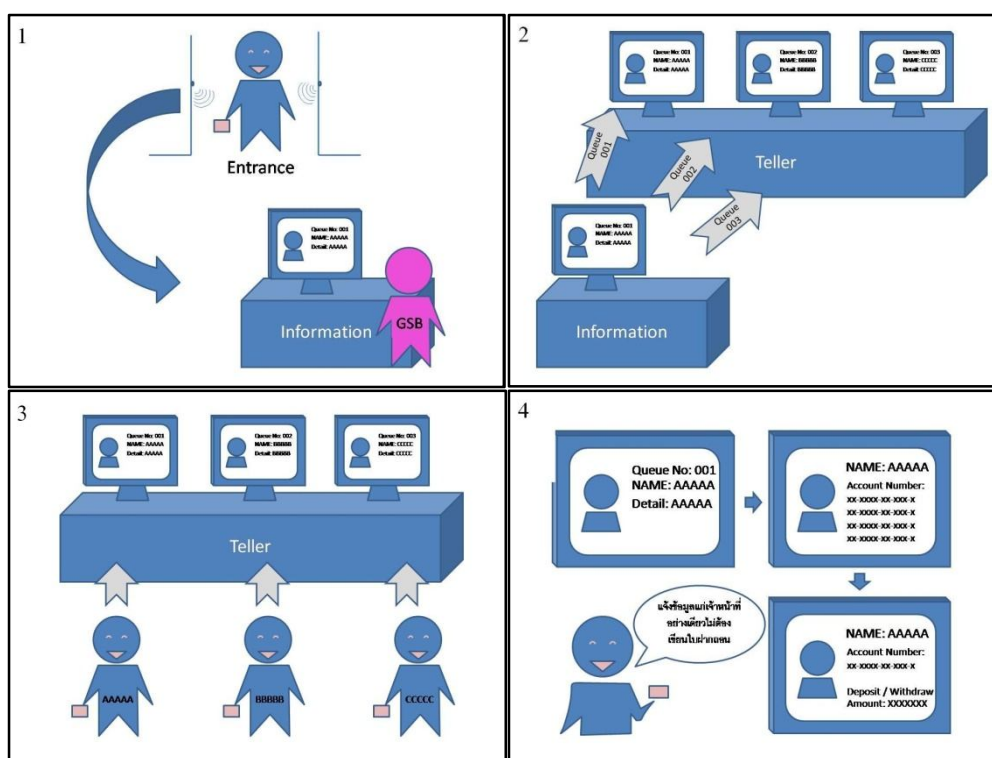
จากคุณสมบัติของเทคโนโลยี RFID และการนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจบริการที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าเทคโนโลยี RFID มีคุณสมบัติที่ตรงต่อความต้องการในการนำมาประยุกต์ใช้ในการบริการธุรกรรมของธนาคารออมสิน ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบระบบไว้ดังต่อไปนี้

1. ลูกค้าพก Smart Card ซึ่งได้รับจากธนาคารออมสิน โดย Smart Card ดังกล่าวเก็บข้อมูลรหัสของลูกค้าเพื่อใช้ในการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าคนนั้นๆ เมื่อลูกค้ามาทำธุรกรรมกับธนาคารออมสินเพียงแค่อ่านบัตรผ่านประตูเข้าไปนั่งคอยยังจุดให้บริการ
2. RFID Reader ที่ติดตั้งไว้ที่ประตูจะอ่านข้อมูลจาก Smart Card แล้วส่งไปค้นหาข้อมูลของลูกค้าคนนั้นๆ จากฐานข้อมูลของธนาคาร แล้วจึงส่งข้อมูลที่ได้อมายังเครื่องคอมพิวเตอร์ของพนักงานต้อนรับ ซึ่งพนักงานต้อนรับจะสามารถรับทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าที่มาใช้บริการ

3. เครื่องคอมพิวเตอร์ของพนักงานต้อนรับจะจัดลำดับการให้บริการและส่งต่อไปยังเคาน์เตอร์บริการที่พร้อมให้บริการ
4. พนักงาน ณ เคาน์เตอร์บริการเชิญลูกค้าเข้ารับบริการโดยสามารถตรวจสอบตัวตนของลูกค้าได้จากข้อมูลที่ต้นได้รับมา พร้อมทั้งสอบถามความต้องการของลูกค้า จัดพิมพ์เอกสารเพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบและลงนาม จากนั้นจึงรับ-จ่ายเงินให้แก่ลูกค้า

ภาพที่ 2.9

รูปแบบการดำเนินการของระบบบริการธุรกรรมของธนาคารที่นำเทคโนโลยี RFID มาประยุกต์ใช้



จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การนำเทคโนโลยี RFID มาประยุกต์ใช้ในการบริการลูกค้า สามารถช่วยในด้านการบริหารจัดการข้อมูลของลูกค้า โดยทำให้สามารถลดเวลาในการดำเนินการ เพิ่มความสะดวกในการติดต่อของลูกค้า และช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันให้เกิดความจงรักภักดีต่อธนาคารของลูกค้าเพิ่มขึ้น (Ahmad, 2005) หากแต่การนำเทคโนโลยีได้ก็ตามเข้ามาประยุกต์ใช้ในส่วนการให้บริการแก่ลูกค้า จำเป็นจะต้องศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีนั้นๆ ของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ

เทคโนโลยีของลูกค้าอย่างถูกต้อง ซึ่งแบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ถึงการยอมรับเทคโนโลยีพบว่าในหลายๆ การศึกษา แบบจำลองถูกพัฒนาจากเดิมทั้งในส่วนของการเพิ่มหรือลดปัจจัยต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมในการศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีแต่ละประเภท

โดยผู้วิจัยได้แจกแจงรายละเอียดของมุมมองในแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาของคณะผู้วิจัยอื่นๆ (Wang et al., 2003; Pikkarainen et al., 2004; Curran & Meuter, 2005; Eriksson et al., 2005; Lee et al., 2006; Chen, 2008; Rigopoulos et al., 2008) ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1

มุมมองของปัจจัยต่างๆ ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในธุรกิจบริการ (เกี่ยวกับธนาคาร)

มุมมองของแต่ละปัจจัย	Wang et al. (2003)	Pikkarainen et al. (2004)	Curran and Meuter (2005)	Eriksson et al. (2005)	Lee et al. (2006)	Chen (2008)	Rigopoulos et al. (2008)
การรับรู้ถึงประโยชน์							
ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ	X	X	X	X	X	X	X
ทำให้การใช้งานง่ายขึ้น	X		X	X		X	X
มีประโยชน์ต่อการดำเนินงาน	X	X	X		X	X	
ดำเนินการได้เร็วขึ้น		X					X
ช่วยเพิ่มประสิทธิผล		X			X	X	
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน							
เข้าใจได้ง่าย	X	X			X	X	X
ง่ายต่อการเรียนรู้	X	X		X	X	X	
ง่ายที่จะเกิดเป็นทักษะในการใช้	X	X	X			X	
ใช้งานง่าย	X	X		X	X	X	X
ง่ายที่จะทำในสิ่งที่ต้องการ		X	X		X		
ยืดหยุ่นในการใช้งาน		X	X				
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน							
รู้สึกว่ามีประโยชน์มากขึ้น					X		
รู้สึกว่าจะสนใจที่จะใช้งาน			X		X		
ใช้แล้วรู้สึกดี			X				
ใช้แล้วรู้สึกชอบ			X				
พฤติกรรมของลูกค้า							
ถ้ามีให้ใช้ก็มีความตั้งใจที่จะใช้	X		X		X		
มีความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคต	X				X		
คิดว่าการใช้เทคโนโลยีเป็นความคิดที่ดี							X
คิดว่าใช้แล้วได้ประโยชน์							X

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

มุมมองของแต่ละปัจจัย	Wang et al. (2003)	Pikkarainen et al. (2004)	Curran and Meuter (2005)	Eriksson et al. (2005)	Lee et al. (2006)	Chen (2008)	Rigopoulos et al. (2008)
มีความเข้าใจในการทำงาน							X
แนะนำต่อไปยังเพื่อน					X		
จะกลับมาใช้อีก					X		
การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ							
เก็บรักษาข้อมูลเป็นอย่างดี	X	X		X		X	
ปลอดภัยในการดำเนินการ	X	X	X	X		X	
เชื่อใจในการดำเนินการ		X	X			X	
การรับรู้ถึงความสะดวกในการดำเนินการ							
เชื่อว่าใช้แล้วจะสะดวก						X	
ไม่ต้องรบกวนผู้อื่นในการดำเนินการ						X	
สะดวกกว่าการดำเนินการแบบเดิม						X	

ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุมในส่วนที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา และในการศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยี RFID ของลูกค้าธนาคารออมสิน” จะเป็นการศึกษาถึงการยอมรับระบบการให้บริการที่นำเทคโนโลยี RFID เข้ามาประยุกต์ใช้ ซึ่งจะเป็นการออกแบบระบบการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคาร เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในความคิดเห็นของลูกค้า โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย

- การรับรู้ถึงความสะดวกในการดำเนินการ (Perceived Transaction Convenience: PTC)
- การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU)
- การรับรู้ถึงความง่ายในการทำงาน (Perceived Ease of Use: PEOU)
- การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived Credibility: PC)
- ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using: ATT)
- พฤติกรรมของผู้ใช้งาน (Behavioral Intention: BI)

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งได้สอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้ทำการทบทวนมาดังภาพที่ 2.10

ภาพที่ 2.10
กรอบแนวคิดในการวิจัย

