

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

The Influence of Technology Acceptance on Financial Transaction Service Behavior through Mobile Phone Application

วสุธิดา นุริตมนต์ / Wasutida Nurittmont

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ / Faculty of Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

E-mail: Wasutida_9919@hotmail.com

ประวัติบทความ

ได้รับบทความ 26 มีนาคม 2562 แก้ไข 29 มีนาคม 2562 ตอบรับ 1 เมษายน 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 385 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผลการศึกษานี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาบริการ ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, พฤติกรรมการใช้บริการ, แอปพลิเคชัน

Abstract

The objective of this research was (1) to study the using service transaction behavior of consumer through application mobile phone. (2) to study the technology acceptance related to use service transaction behavior of consumer through application mobile phone in Pranakorn Sri Ayutthaya. This research was quantitative research with using 385 consumers as a user application mobile phone for transaction. The data were analyzed by using frequency, percentage, average, correlation coefficient, and multiple regression analysis. The results showed that technology acceptance related to using service transaction behavior of consumer through application mobile phone. The contribution of this research can be used as a guide for improving and developing the service for behavior of consumer and responding to user with service transaction through application mobile phone.

Keywords: Technology Acceptance, Using Service Behavior, Application

บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้การเชื่อมโยงถึงกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว สามารถติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันได้แม้ว่าจะอยู่กันคนละมุมโลก นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในสังคมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการดำเนินงานของธุรกิจ ที่สามารถติดต่อสื่อสารเจรจาทางธุรกิจผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร ซึ่งข้อมูลข่าวสารได้ส่งถึงกันอย่างรวดเร็ว ข้อมูลข่าวสารจำนวนมากเข้าสู่การรับรู้ของคนในสังคมอย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทางการสื่อสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Nurittamont, 2017: 29) นอกจากนั้นความก้าวหน้าทางด้านนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารทำให้การดำเนินธุรกิจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ประสบการณ์ พฤติกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ (Meehunek, 2017: 103) โดยเฉพาะบทบาทของการให้บริการของธุรกิจธนาคารที่สนับสนุนการดำเนินงานให้แก่ธุรกิจที่ซื้อขายผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าออนไลน์ (Online Shopping) และการประมูลสินค้าออนไลน์ (Online Auction) เป็นต้น รวมถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาใช้ในธุรกิจธนาคารเพื่อนำเสนอบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์แก่ลูกค้า เพื่อให้ธนาคารของตนเกิดความได้เปรียบในการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นความรวดเร็ว และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ค่อนข้างต่ำ (Kalakota and Whinston, 1997) ซึ่งเป็นแนวทางใหม่สำหรับการรักษาลูกค้าและนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่แก่ลูกค้า (Tan and Teo, 2000: 3) โดยธนาคารพาณิชย์ได้ให้ความสำคัญต่อการนำระบบธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-banking) ผ่านเครื่องมือสื่อสารที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ลดค่าใช้จ่าย ปรับปรุงการให้บริการ สร้างความพึงพอใจ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดของธนาคาร (Xue, Hitt and Chen, 2011: 291; Khalfan, et al, 2006: 156) รวมถึงการส่งเสริมให้บริการของธนาคารตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น (lu-cheung and Ming-te, 2004: 1559) และที่สำคัญยังเป็นการปรับตำแหน่งการแข่งขันให้กับธนาคารในการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี (Khalfan, et al, 2006: 156) ทั้งนี้ธนาคารหลายแห่งได้นำเสนอบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้ลูกค้าทำธุรกรรมทางการเงินแบบโต้ตอบได้อย่างรวดเร็ว (Aladwani, 2001: 214)

ซึ่งในปัจจุบันธนาคารต่าง ๆ ต่างพัฒนารูปแบบธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-banking) โดยนำโปรแกรมประยุกต์สำหรับการใช้งาน (Application) บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ใช้งานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยธนาคารสามารถได้รับประโยชน์จากต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำกว่าด้วยการให้บริการธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งใช้พนักงานน้อยลง และมีสาขาน้อยลง ส่วนมุมมองของลูกค้าจะได้รับประโยชน์จากความสะดวกรวดเร็วและบริการตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการนำเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้าอันจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ธนาคาร (Kalakota and Whinston, 1997) และยังเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ เพราะในปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้นกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย (Cheng, Lam and Yeung, 2006: 1559) และยังมีบทบาทในการสนับสนุน การซื้อขายสินค้าออนไลน์ (online shopping) การประมูลออนไลน์ (online auction) การซื้อขายหุ้น และการลงทุน

ทั้งนี้การให้บริการของธนาคารพาณิชย์ที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นมุ่งเน้นเพื่อสร้างความสะดวกสบายของลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า และยังมีข้อดีหลายอย่าง เช่น ความเร็วในการทำธุรกรรมที่รวดเร็วขึ้นและการลดค่าธรรมเนียม (Cheng, Lam and Yeung, 2006: 1556) จากข้อมูลที่ผ่านมา มีลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ใช้บริการธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพ (Huang, Hung and Yen, 2005: 316) จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษา พฤติกรรมของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทั้งนี้จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีความเติบโตทางเศรษฐกิจ และมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เนื่องด้วยมีนิคมอุตสาหกรรมถึง 5 แห่ง ซึ่งมีผู้บริโภคที่ใช้บริการของธนาคารต่าง ๆ จำนวนมาก รวมถึงมุ่งศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตด้วยแอปพลิเคชันที่ใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการ

บริการ และการออกแบบการให้บริการต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันที่ใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้เกิดประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทบทวนวรรณกรรม

การยอมรับเทคโนโลยี

ในการศึกษาที่ผ่านมาได้มีผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี โดยได้กล่าวถึง การที่บุคคลตัดสินใจที่จะนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ เพราะคิดว่าเทคโนโลยีนั้นเป็นวิธีการที่ดีกว่า และมีประโยชน์มากกว่า (จิรวรรณ วงศ์ชัย, 2014: 38) ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ทักษะที่มีต่อเทคโนโลยี และสามารถใช้งานได้ง่ายขึ้น (การยอมรับเทคโนโลยีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้เทคโนโลยี เพราะการได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ ความรู้ ทักษะ และความต้องการใช้งานเทคโนโลยี จากการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี คือ การที่บุคคลรับรู้ถึงความสำคัญของเทคโนโลยีในการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองในด้านต่าง ๆ ด้วยวิธีการหรือรูปแบบที่ดีกว่า นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะต่อการใช้งานเทคโนโลยี รวมถึงการใช้เทคโนโลยีนั้นยังก่อให้เกิดประสบการณ์แก่บุคคล ความรู้ ทักษะในการใช้งานให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยในการศึกษาที่ผ่านมาพบว่าได้มีการนำแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis, (1989: 320) มาใช้ในการศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งได้รับความนิยมและใช้กันอย่างแพร่หลาย และนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจออนไลน์และการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีได้นำเสนอระดับความเชื่อของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีนั้นๆว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนได้ Davis, (1989: 320) ได้นำเสนอองค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีไว้สององค์ประกอบคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Use Fullness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

-การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) คือ ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีนั้นๆ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี จึงเป็นปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการบริการที่ตนจะได้รับ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการแสดงพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ดังนั้น หากผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีที่ตนจะได้รับย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

-การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือ ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีว่าการใช้งานนั้นไม่ต้องการความพยายามในการใช้งาน นั่นคือ ใช้งานง่ายนั่นเอง นอกจากนั้น การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของแต่ละบุคคล ถ้าหากเทคโนโลยีที่ใช้สามารถใช้งานได้ง่าย มีกระบวนการขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ก็จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประโยชน์ต่องานไปด้วย ดังนั้นหากผู้บริโภคสามารถใช้งานบริการธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้โดยง่าย รวมทั้งผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้การใช้งานได้ง่าย ย่อมส่งผลต่อการใช้งานที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

นอกจากนั้นในการศึกษาของ Luarn and Lin (2005: 875) ได้นำเสนอปัจจัยสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภคการทำธุรกรรมเพิ่มเติมคือ การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ (Perceived credibility) และการรับรู้ความสามารถของบุคคลในการใช้เทคโนโลยี (perceived self-efficacy)

-การรับรู้ถึงความเชื่อมั่น (Perceived credibility) คือ ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ถึงความปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี ตลอดจนความเป็นส่วนตัวในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ดังนั้นหากผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรับรู้ถึงความเชื่อมั่น ย่อมส่งผลต่อการใช้งานที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น

-การรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี (perceived self-efficacy) คือระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ว่าตนสามารถใช้งาน ใช้บริการ หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหากผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการธุรกรรมทางการเงินจากแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรับรู้ถึงความสามารถของบุคคลในการใช้เทคโนโลยี ย่อมส่งผลต่อการใช้งานที่เพิ่มขึ้น ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น

พฤติกรรมการใช้บริการ

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (Consumer Behavior) มีความจำเป็นอย่างมากในการดำเนินงานทางการตลาดสำหรับธุรกิจ เพราะเป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมที่ซื้อหรือใช้บริการที่ลูกค้ามีต่อสินค้าหรือบริการใดบริการหนึ่ง รวมถึงการที่ผู้บริโภคมีการคิด และการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Kotler, 2012) จากแนวคิดการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคแสดงออกถึงการใช้บริการใดบริการหนึ่ง ลักษณะของการใช้ ความบ่อยในการใช้รวมถึงการแสดงออกในลักษณะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการนั้นๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Wang, Lin and Luarn (2006) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บริการต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ ซึ่งพบว่าหลายบริษัทได้ให้ความสนใจและได้ลงทุนเกี่ยวกับเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และยังเป็นการนำเสนอบริการใหม่ของธุรกิจให้แก่ลูกค้า โดยในการศึกษาได้เก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการต่าง ๆ ผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ในประเทศไต้หวัน ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานเทคโนโลยีบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ การรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคคล การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ

Nurittamont (2017) ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ของลูกค้าธนาคารที่ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

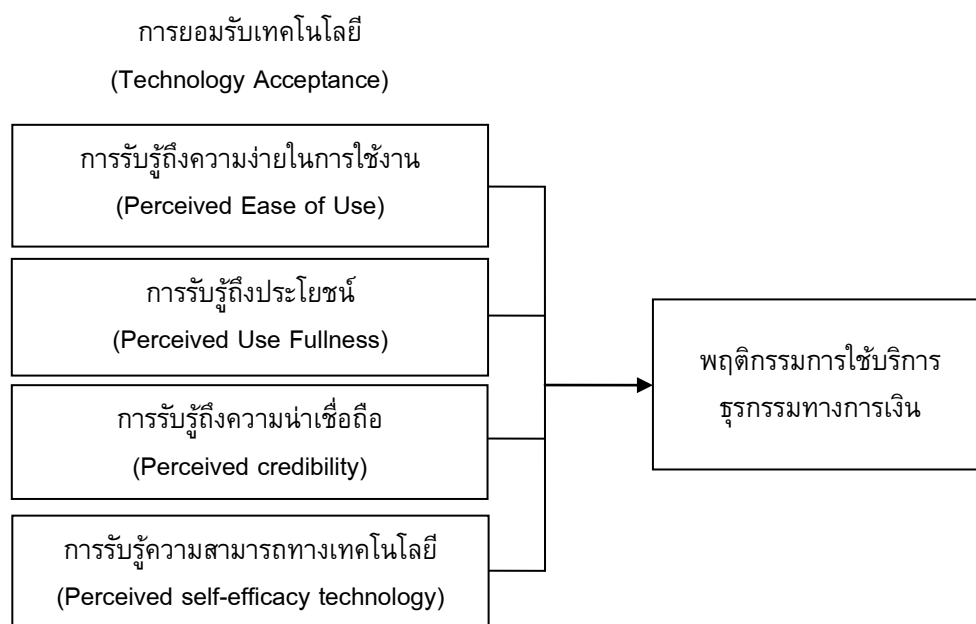
Jeong and Yoon (2013) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ บนพื้นฐานโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยได้ระบุ 5 ปัจจัย ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ การรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคคล และการรับรู้ต้นทุนทางการเงิน ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจาก 165 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ความถดถอย (Regression Analysis) ผลการศึกษา

พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของบุคคล มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งผลการศึกษานำไปใช้เป็นแนวทางและกลยุทธ์ในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ชมพู วิฑูรานุพงษ์ และคณะ (2016) ได้ศึกษาการรับรู้ทัศนคติสารสนเทศ การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการปฏิบัติงาน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ พยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในหอผู้ป่วยในโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช จำนวน 336 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การทดสอบไคสแควร์ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา โดยศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรม และการศึกษาทฤษฎีที่ สามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา และนำไปสู่การกำหนดสมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า



จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ผู้วิจัยสามารถกำหนดสมมติฐานสำหรับการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 4 การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

วิธีวิทยาการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง ซึ่งในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้นใช้สูตรในการคำนวณแบบไม่ทราบขนาดของกลุ่มประชากร กำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเจาะจงสอบถามเบื้องต้นคัดกรองก่อนเก็บข้อมูล เลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้แอปพลิเคชันของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการทำธุรกรรมทางการเงิน หลังจากนั้นใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ได้ทำการทดลองใช้แบบสอบถาม (Tryout) จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลมาทดสอบด้วยวิธีทางสถิติ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาชอัลฟา (Cronbach's alpha) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งพบว่าค่าที่ได้อยู่ระหว่าง 0.72-0.93 มากกว่าเกณฑ์พิจารณา 0.7 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษา สำหรับสถิติที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา

สำหรับการศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในครั้งนี้ พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.60 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.80 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.30 มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.80 ใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มาแล้ว 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.80 และใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 42.30 ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ	ลำดับที่
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	4.16	0.28	มาก	2
การรับรู้ถึงประโยชน์	4.27	0.41	มาก	1
การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ	4.09	0.44	มาก	4
การรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี	4.14	0.34	มาก	3
โดยรวม	4.17	0.53	มาก	

จากผลการศึกษาตารางที่ 1 พบว่าโดยรวมผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.53) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ เป็นลำดับที่ 1 มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. =

0.41) รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.28) ส่วนลำดับที่ 3 คือ ด้านการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.34) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ มีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.44)

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาคำเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่	4.17	0.34	น้อยมาก
	4.17	0.34	น้อยมาก

จากผลการศึกษารางที่ 2 พบว่าโดยรวมผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีพฤติกรรมการใช้บริการอยู่ในระดับน้อยมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.34)

ตารางที่ 3 ผลการศึกษากิจการของยอมรับเทคโนโลยี ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัย	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	1	0.59***	0.47***	0.66***	0.64***
(2) การรับรู้ถึงประโยชน์		1	0.42***	0.74***	0.77***
(3) การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ			1	0.66***	0.47***
(4) การรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี				1	0.71***
(5) พฤติกรรมการใช้บริการ					1

*** p<0.01

จากผลการศึกษารางที่ 3 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย (1)ด้าน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ($r=0.64$, $p<0.01$) (2)ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ($r=0.77$, $p<0.01$) (3)ด้านการรับรู้ถึง ความน่าเชื่อถือ ($r=0.47$, $p<0.01$) และ(4)ด้านการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ($r=0.71$, $p<0.01$) มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ ณ ระดับ 0.01

สำหรับการตรวจสอบเงื่อนไขเพื่อการวิเคราะห์ด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณนั้น พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างด้านของการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ด้านการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาครั้งนี้ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.42-0.74 ซึ่งมีไม่ค่าเกิน 0.80 แต่เมื่อพิจารณาร่วมกับค่า VIF พบว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.90-6.69 ซึ่ง ไม่เกิน 10 พิจารณาร่วมกับค่า Tolerance พบว่าค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.15-0.52 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0-1 และพิจารณา ร่วมกับค่า Durbin-Watson พบว่ามีค่า 2.02 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง 1.5-2.5 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า จากการตรวจสอบความเป็น อิสระของแต่ละด้าน ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยี ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิด ปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549)

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่

การยอมรับเทคโนโลยี	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	(Beta)		
ค่าคงที่	0.42	0.15		2.77	0.00
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.23	0.04	0.19	4.82	0.00***
การรับรู้ประโยชน์	0.37	0.04	0.36	8.04	0.00***
การรับรู้ความน่าเชื่อถือ	0.20	0.05	0.18	2.25	0.01**
การรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี	0.39	0.10	0.38	3.60	0.00***

R = 0.82 R² = 0.67 Adj.R² = 0.67

p< 0.05,* p< 0.01

จากผลการศึกษาในตารางที่ 4 พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี โดยร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้ร้อยละ 0.67 ซึ่งพิจารณาจากค่า Adjusted R² เท่ากับ 0.67 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ($\beta=0.19$) การรับรู้ถึงประโยชน์ ($\beta=0.36$) และ การรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี ($\beta=0.38$) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ($\beta=0.18$) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สรุปผลและอภิปรายผล

การศึกษครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งพบว่าผู้ใช้บริการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีระดับการใช้บ่อยมาก เพราะสามารถตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา โดยใช้งานได้หลากหลายตามความต้องการ เช่น การตรวจสอบการเดินรายการทางบัญชี การตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ การโอนเงิน การชำระค่าบริการต่างๆ การเติมเงินโทรศัพท์เคลื่อนที่ ฯลฯ และใช้บริการแทนการไปใช้บริการที่สาขาซึ่งมีช่วงเวลาในการให้บริการจำกัด

สำหรับการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเมื่อพิจารณาตามสมมติฐานพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 และ 4 สอดคล้องกับการศึกษาของชมพู วิพรรณพงษ์และคณะ (2016), Wang, Lin and Luarn (2006:) และ Jeong and Yoon (2013) ซึ่งพบว่า การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน รับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าการ

รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนั้นนำไปสู่การที่ผู้บริโภคจะใช้เทคโนโลยีในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของตน รวมถึงการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีทำให้ผู้ใช้งานเกิดความประหยัดและคุ้มค่ากว่าการทำธุรกรรมด้วยวิธีอื่นๆ นอกจากนั้นหากผู้บริโภคในปัจจุบันที่รับรู้ว่าคุณสมบัติการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะมองว่าไม่ใช่เรื่องยากหรือเป็นเรื่องที่ต้องใช้ทักษะมากนัก สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง ดังนั้นการที่ผู้บริโภคยอมรับในเทคโนโลยี โดยรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน รับรู้ถึงประโยชน์ และรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของตนจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Nurittamont (2017); Wang, Lin and Luarn (2006) และ Jeong and Yoon (2013) ซึ่งพบว่าการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ และการไว้วางใจต่อบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ทั้งนี้อาจเกิดจากการที่ผู้ใช้บริการให้ความไว้วางใจ เชื่อมั่น และมีความเชื่อถือต่อระบบการบริการทางการเงินของธนาคารอยู่แล้ว ว่ามีความเป็นส่วนตัว มีระบบความปลอดภัยทางการเงินที่ดี ดังนั้นไม่อาจจะเป็นบริการธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันจึงไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ข้อเสนอแนะ

1. ธนาคารควรให้ความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ โดยพยายามกระตุ้นให้ลูกค้า ใช้ทักษะที่มีอยู่ หรือส่งเสริมให้ลูกค้าเห็นถึงความสามารถของตนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นเรื่องที่คุณใช้บริการทุกคนสามารถทำได้หากมีการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยี
2. ธนาคารควรส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยเฉพาะทำให้ต้นทุนในการใช้ประหยัด และคุ้มค่ากว่าการทำธุรกรรมด้วยวิธีอื่นๆ
3. ธนาคารควรนำเสนอความง่ายในการใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การออกแบบหน้าจอให้ใช้งานได้ง่าย วิธีการใช้ที่ง่าย
4. ธนาคารหรือธุรกิจอื่นๆ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการใช้บริการแอปพลิเคชันซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่สามารถใช้ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยพยายามสร้างการรับรู้ การนำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้สามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง ทราบถึงประโยชน์ในการใช้งาน และความสะดวกสบายที่จะได้รับจากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และเป็นการนำเสนอบริการใหม่ให้กับลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางดังนี้

1. สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจศึกษายอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ควรเลือกศึกษาในแต่ละช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากในแต่ละกลุ่มอายุอาจมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีแตกต่างกัน ตลอดจนปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้ทราบผลการศึกษาในแต่ละกลุ่มวัย เพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการส่งเสริมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น
2. สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกเหนือจากการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้

บริการทางการเงินด้วยแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารในการนำผลการศึกษาไปใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ได้รับการสนับสนุนจากคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ในการดำเนินการวิจัย จนทำให้การศึกษานี้สำเร็จได้ด้วยดี รวมถึงได้รับความอนุเคราะห์จากผู้บริหารที่ทำงานในการตอบแบบสอบถามจากผู้ใช้ออปพลิเคชันของธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- จิรวรรณ วงศ์ธงชัย และ กาญจนา สุคันธสิริกุล. 2014. "ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเนอเรชันวาย." **Suranaree Journal Social Science** 8 (1): 37-54.
- ชมพู วิษณุพงษ์ และคณะ. 2559. "พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อปฏิบัติการพยาบาลโดยใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช." **วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ** 9 (31): 37-44.
- Aladwani, A. 2001. "Online banking: a field study of drivers, development challenges, and expectations." **International Journal of Information Management** 21 (3): 213-225.
- Cheng, T., Lam, D., and Yeung, C. 2006. "Adoption of Internet Banking: An Empirical Study in Hong Kong." **Decision Support Systems** 42: 1558-1572.
- Davis, F. 1989. "Perceived use fullness, Perceived ease of use and user acceptance of information technology." **Management information System Quarterly** 13 (3): 319-339.
- Huang, S., Hung, Y., and Yen, D. 2005. "A Study on Decision Factors in Adopting an Online Stock Trading System by Brokers in Taiwan." **Decision Support System** 40 (2): 315-328.
- Iu-cheung, C. and Ming-te, L. 2004. "Understanding Internet Banking Adoption and Use Behavior: A Hong Kong Perspective." **Global Information Management** 12 (3): 21-43.
- Jeong, B. and Yoon, E. 2013. "An Empirical on Consumer Acceptance of Mobile Banking Services." **Business and Management Research** 2 (1): 31-40.
- Kalakota, R. and Whinston, A. 1997. **Electronic commerce: A manager's guide**. Massachusetts: Addison Wesley.
- Khalfan, A., Yaqoub, S., AlRefaei, Y., Al-Hajery, M. 2006. "Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Oman: A Descriptive Case Study Analysis." **International Journal of Financial Services Management** 1 (2): 155-172.
- Kotler, P. 2012. **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Luarn, P. and Lin, H. 2005. "Toward an Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Banking." **Computers in Human Behavior** 21: 873-891.
- Meehunek. K. 2017. "Using Social Media Affectiin Lifestyle and Social Behaviors of Generation Y in Bangkok Metropolitan." **PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research** 6 (2): 103-110.

- Tan, M., and Teo, T. 2000. "Factors influencing the adoption of internet banking." **Journal of Mobile Communication** 8 (5): 507-527.
- Wang, Y., Lin, H., and Luarn, P. 2006. "Predicting Consumer Intention to Use Mobile Service." **Information System Journal** 16 (2): 157-179.
- Nurittamont, W. 2017. "Understanding the Role of Technology Acceptance Influence on Internet Banking Intention: An Empirical Study in Consumer of Commercial Bank." **International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems** 6 (2): 28-33.
- Xue, M., Hitt, L., and Chen, P. 2011. "Determinants and outcomes of internet banking adoption." **Management Science** 57 (2): 291-307.