

การยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี
TECHNOLOGY ACCEPTANCE ON LOAN REPAYMENT MACHINE AFFECTING
TO DECISIONS OF CUSTOMERS OF GOVERNMENT HOUSING BANK,
SINGBURI BRANCH

อาภากร หงษ์เฝือก¹ ภิญญาดา รื่นสุข²
Apakorn Hongpuekt¹ Pinyada ReunSuk²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกู้ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี 2) การยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกู้ ซึ่งประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมากทุกด้าน การตัดสินใจใช้บริการเครื่องชำระเงินกู้ อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกู้เมื่อพิจารณาเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ด้านความไว้วางใจ 2) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 3) ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเครื่องชำระเงินกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการรับรู้ประโยชน์ ผลการศึกษาไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี การตัดสินใจ

¹ นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เบอร์โทรศัพท์ 090-9595068 E-mail: apakornaph@gmail.com

Master of business administration Program.Faculty of Business administration and Information Technology.

Suvarnabhumi Business School. Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi,

² คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Faculty of Business administration and Information Technology.Rajamangala University of Technology

Suvarnabhumi

Abstract

The objectives of the study as follows. 1) The level of opinions towards technology acceptance on loan payment machine of customers of government housing banks, Singburi branch. 2) Technology acceptance on loan payment machine affecting customer decisions in using services of government housing banks, Singburi branch. The sample groups of the study were 400 customers of government housing banks, Singburi branch. The data collected using a questionnaire. Sample by purposive sampling. The data analysis has applied descriptive statistics comprise of Frequency, Percentage, Means, standard deviation. Besides, the data hypothesis tested by Multiple Regression Analysis. The study found that the level of opinions towards the technology acceptance on loan payment machine consists of perceived benefits, attitude for utility, perception of ease of use, and trust rated at a high level in all aspects. The decision to use the loan repayment machine is at a high level. The hypothesis testing of technology acceptance on loan payment machine considering prioritized from the most to the least as following. 1) The trust 2) Perception of ease of use 3) The attitude to use has affected the decision to use the loan payment machine in significantly statistical characteristic was at 0.05. In contrast, perceived benefits were not relevant to the objectives.

Keywords: Technology acceptance Decision

บทนำ

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นกลไกหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนและพัฒนาธุรกิจ ธุรกิจการเงินเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล “ไทยแลนด์ 4.0” ที่ได้ทำการส่งเสริมให้ภาคเอกชน สถาบันการเงิน ประชาชน สถาบันศึกษาและวิจัยต่างๆ นำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์นั้น ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีมีความรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องพัฒนาตามเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โดยการปรับเปลี่ยนวิธีในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น มีส่วนช่วยในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต่างๆ และยังเป็นการสร้างโอกาสในการแข่งขันในภาคธุรกิจมากยิ่งขึ้น (กมล ขวาลวิทย์, 2561)

ธนาคารอาคารสงเคราะห์เป็นสถาบันการเงินอีกหนึ่งองค์กรที่มีการพัฒนาและส่งเสริมการบริการในรูปแบบใหม่ๆ และตระหนักถึงการให้บริการรูปแบบสาขาตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อให้บริการอย่างทั่วถึงผ่านช่องทางที่มีความหลากหลายสามารถเชื่อมโยงถึงกันโดยใช้ Digital

Platform ในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ และใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนช่วยในการบริการ เช่น การฝากเงินผ่านเครื่องฝากเงินแบบพกพา การชำระหนี้เงินกู้ผ่านเครื่องรับชำระหนี้ ลูกค้ายส่วนใหญ่ของธนาคารอาคารสงเคราะห์อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X หรือ Gen X) เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มีรายได้ค่อนข้างมั่นคง และ เป็นช่วงอายุที่สามารถผ่อนชำระหนี้ระยะยาวได้ (Insuranger, 2019) แต่ลูกค้ากลุ่มนี้ยังมีความกังวลในระบบของ E-banking เช่น การใช้โมบายแบงก์กิ้ง การชำระหนี้ผ่านเครื่องชำระหนี้ต่างๆ จึงทำให้ยอดจำนวนการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่าการบริการในรูปแบบออฟไลน์หรือหน้าเคาเตอร์ เนื่องจากผู้ใช่มองว่าการชำระเงินด้วยตนเองผ่านเคาเตอร์เป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวกกว่า รวมถึงเรื่องของทัศนคติ ความเชื่อมั่นในการใช้งาน ความไม่คุ้นเคยต่อการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้มีความคิดว่ามีขั้นตอนการใช้งานยุ่งยากและซับซ้อน

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัญหาที่สำคัญของธนาคารอาคารสงเคราะห์เรื่องการนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เข้ามาใช้ คือ จำนวนของลูกค้าที่เข้ามาใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่น้อยอย่างที่ธนาคารคาดหวัง การที่จะทำให้ลูกค้าเกิดการยอมรับในการใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จึงจำเป็นต้องมีการสร้างการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานทางด้านระบบสารสนเทศ การบริการ การเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ รับรู้ถึงความง่าย ทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจในการใช้บริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารซึ่งสอดคล้องกับ Davis (1989) กล่าวว่า ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model หรือ TAM) เป็นการตัดสินใจของแต่ละบุคคล โดยประกอบด้วยทัศนคติจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ และความง่ายในการใช้งาน และสอดคล้องกับธมนธรณ์ บุญเรือง (2563) กล่าวว่า ความไว้วางใจเป็นส่วนประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจ และแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีมีส่วนประกอบคือการรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และความน่าเชื่อถือได้ในการรับรู้ ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อการใช้งานอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระหนี้เงินกู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี เพื่อจะช่วยนำเสนอการให้บริการอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ของธนาคารแก่ลูกค้าในเขตพื้นที่สิงห์บุรี ได้รับทราบข้อคิดเห็นจากผู้ใช้บริการเครื่องชำระหนี้เงินกู้ และยังถือเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการนำเสนอข้อควรปรับปรุง หรือพัฒนาต่อไปในอนาคตทั้งในด้านการบริการ การสื่อสารของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าด้านการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องมือชำระหนี้เงินกู้ที่ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ รับรู้ประโยชน์ ทัศนคติต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องมือชำระเงินกู้ ที่ประกอบด้วยการรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิดต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีด้านรับรู้ประโยชน์ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีด้านทักษะคิดต่อการใช้งานส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

สมมติฐานที่ 4 การยอมรับเทคโนโลยีด้านความไว้วางใจส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าเงินกู้ของธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขาสิงห์บุรี จำนวน 400 คนโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. พื้นที่ที่วิจัย ธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขาสิงห์บุรี

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรต้นการยอมรับเทคโนโลยีได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ทักษะคิดต่อการใช้งานการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความไว้วางใจ

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการเครื่องมือชำระเงินกู้ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้ายกยู่ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี โดยการสุ่มแบบเจาะจง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ลูกค้ายกยู่ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนการเข้าใช้บริการได้ชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของW.G Cochran (Cochran, 1953) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

เครื่องมือการวิจัย

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ลักษณะบ้านที่ขอสินเชื่อ อุปกรณ์เทคโนโลยีที่ใช้เป็นประจำ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ทศนคตต่อการใช้งานการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความไว้วางใจ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการเครื่องชำระเงินยกยู่ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ลักษณะปลายเปิด

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา

สถิติใช้บรรยายคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และสถิติสำหรับวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard deviation)

สถิติเชิงวิเคราะห์

1. การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
2. การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ ทศนคตต่อการใช้งานการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เครื่องชำระเงินยกยู่

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี มีสถานะสมรส ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนต่ำกว่า 20,000 บาท ลักษณะการขอสินเชื่อบ้านเดี่ยว เทคโนโลยีที่ใช้ในชีวิตประจำวันคือ โทรศัพท์มือถือ

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ ทักษะติดต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความไว้วางใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ด้านการรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($B = 0.14, p < 0.05$) ปฏิเสธสมมติฐาน

ด้านทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($B = 0.14, p < 0.05$) ยอมรับสมมติฐาน

ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($B = 0.17, p < 0.05$) ยอมรับสมมติฐาน

ด้านความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($B = 0.37, p < 0.05$) ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ ทักษะติดต่อการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความไว้วางใจ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การรับรู้ประโยชน์ไม่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นวัตกรรมใหม่มีผลต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการ การสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ ความสะดวกสบาย ไม่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการได้ และอายุของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถอธิบายผลการทดสอบสมมติฐานได้ แบ่งออกเป็น 3 ช่วงอายุคือ 1.อายุต่ำกว่า 21 และ 21-30 ปี ลูกค้าในกลุ่มช่วงอายุนี้อาจจะยังไม่ได้ทำการขอสินเชื่อปลุกบ้านของตนเอง แต่การเข้ามาใช้บริการของกลุ่มนี้คือมากระทำการแทนผู้ปกครอง หรือมีการฝากมาจากคนที่รู้จัก 2.อายุ 31-40 ปี เป็นกลุ่มที่เข้ามาขอสินเชื่อปลุกบ้านจึงมีความสนใจช่องทางการชำระเงินในรูปแบบต่างๆที่เหมาะสมกับตนเอง 3. ช่วงอายุ 41-50 ปีและ 51 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นลูกค้าที่มีความกังวลต่อการใช้งานด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์จึงมีการกังวลและไม่มั่นใจต่อการใช้งาน ซึ่งลูกค้าจากกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3 รวมกันมีมากกว่ากลุ่มที่ 2 จึงส่งผลให้ค่า t-test ดำทำให้เกิดปฏิเสธสมมติฐาน สอดคล้องกับ เกวรินทร์ ละเอียดตินันท์ (2557) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ไม่ได้คำนึงถึงการรับรู้ประโยชน์ เนื่องจากการตัดสินใจของผู้บริโภคมาจาก

ปัจจัยอื่นๆ รวมถึงความไม่แน่ใจว่าได้รับประโยชน์ว่าเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์จริงหรือช่วยพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ได้อย่างแท้จริง แสดงให้เห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากการรับรู้ประโยชน์ไม่ได้มีส่วนช่วยในการช่วยสร้างความมั่นใจและไว้วางใจในการใช้บริการ

ด้านทัศนคติต่อการใช้งานมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเป็นการเพิ่มช่องทางในการชำระเงินกู้มากขึ้น มีความเหมาะสมในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับนันท์ธิดา ทองดี (2561) ศึกษาเรื่องอิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การพัฒนานวัตกรรมใหม่มีผลต่อการยอมรับของผู้ใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานจะทำให้ผู้ใช้มีทัศนคติที่ดีและตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับกานต์ ภักดีสุข (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมทำให้เกิดเป็นทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ แสดงให้เห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านทัศนคติต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเกิดจากการความรู้สึกรู้สึก ความประทับใจ ความเหมาะสมในการใช้ในชีวิตประจำวันและเชื่อในคุณภาพของอุปกรณ์เทคโนโลยีของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า เครื่องชำระเงินกู้สามารถตอบสนองการใช้งานได้ในเวลาที่รวดเร็ว และสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ (2559) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การจัดหมวดหมู่การใช้งานทำให้ง่ายต่อการสืบค้นข้อมูลตามที่ต้องการโดยใช้ระยะอันสั้น สอดคล้องกับ ภาวินีย์ หึงห้อย (2561) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook พบว่า การใช้บริการบนตลาดออนไลน์ทำให้การเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการไม่ยาก ขั้นตอนไม่ซับซ้อน ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการ แสดงให้เห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เนื่องจากการเรียนรู้การใช้งานที่ง่าย สามารถทำได้ด้วยตนเอง มีความซับซ้อนที่น้อย ทำให้ผู้ใช้บริการมีรู้สึกที่ดีในการใช้บริการ

ด้านความไว้วางใจมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้าและพัฒนาอย่างรวดเร็ว ดังนั้นผู้ใช้บริการจึงมีความ

กังวลด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับ ภาวินีย์ หิงห้อย (2561) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook พบว่า ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ สามารถอธิบายการส่งสินค้า การชำระเงินได้เข้าใจง่ายทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจในการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับ ธมนธณ์ บุญเรือง (2563) ศึกษาเรื่อง พบว่า เมื่อผู้ให้บริการเกิดความเชื่อมั่นจึงเกิดเป็นความไว้วางใจซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมาก แสดงให้เห็นว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ เกิดจากความน่าเชื่อถือของธนาคารอาคารสงเคราะห์เปิดให้บริการมาเป็นเวลานาน และที่ให้บริการที่มีการผิดพลาดที่น้อย ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากการศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องชำระเงินกึ่ง กระจายข้อมูลเพื่อสามารถตอบข้อสงสัยของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างชัดเจน

1.2 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ควรให้ความสำคัญคุณภาพการให้บริการออกแบบระบบการใช้งานที่ง่ายโดยไม่ต้องมีความรู้ทางด้านเทคโนโลยีมากนัก และใช้งานได้ในเวลาอันสั้น

1.3 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของเครื่องชำระเงินกึ่ง สามารถจดจำรายละเอียดการใช้งานและการบริการของเครื่องชำระเงินกึ่ง เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุดและลดความกังวลในการใช้งานเครื่องชำระเงินกึ่ง

1.4 การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสิงห์บุรีเท่านั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัดใกล้เคียงและเขตภาคกลางเพื่อให้ผลการศึกษาที่มีความหลากหลายทางประชากร เพื่อทราบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับคามเหมือนหรือแตกต่าง และเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีเครื่องชำระเงินกึ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้เสนอแนะความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 อุปกรณ์เทคโนโลยีมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในอนาคต จึงควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ และนำข้อมูลมาปรับปรุงและกำหนดแนวทาง สร้างการรับรู้ประโยชน์จากการนำเทคโนโลยีมาใช้มีส่วนช่วยในการตัดสินใจใช้งานอุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ ในอนาคต

บรรณานุกรม

- กมล ขวาลวิทย์. (2561). การพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงิน. [ออนไลน์] สืบค้นจาก :
<https://thaipublica.org/2018/05/kkp-financial-literacy-18>. [2562, 23 ธันวาคม]
- กานต์ ภัคดีสุข. (2561) ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกรวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2559) การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชวิศา พุ่มดนตรี. (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธมนธรณ์ บุญเรือง. (2563) ความไว้วางใจ ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนแทคเลนส์ผ่านทางออนไลน์ ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นันท์ธิดา ทองดี. (2561) อิทธิพลภาพลักษณ์องค์กร การยอมรับเทคโนโลยี และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ , มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภาวินี หึงห้อย. (2561) การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook. ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley and Sons. Inc.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. 13(3) : 319 – 340.
- Insuranger. (2019) *How to invest at every age* [Online], available :
<https://aomoney.com/stories/insuranger>. [7 June]