



แนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

กิตติพงษ์ คะนึ่งคิด^{1*} สันทนี บังเกิด¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง ด้านประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีและคุณภาพของระบบสารสนเทศ และเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง จำแนกตามประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง จำนวน 100 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ Anova ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 20-35 ปี วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-35,000 บาท การให้ความสำคัญต่อแนวทางการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับรายด้าน พบว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีและด้านคุณภาพของระบบสารสนเทศอยู่ในระดับมาก สำหรับรายข้อ พบว่ามีบริการหลากหลายฟังก์ชันอยู่ในระดับมากที่สุด การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญต่อแนวทางการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง ด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความแตกต่างกัน ในขณะที่ด้านเพศและวุฒิการศึกษามีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การให้บริการธุรกรรมทางการเงิน โทรศัพท์เคลื่อนที่

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

*ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทรศัพท์ 081-762-1767 อีเมล: kittipong.k@irpc.co.th



Guideline for Financial Transactions Services through Mobile Banking of Bank of Ayudhya Public Company Limited

Kittipong Kanungkid^{1*} Santhanee Bangkerd¹

Abstract

This study aims to study guideline for financial transactions services through mobile banking of Bank of Ayudhya Public Company Limited in Rayong. This is done by considering demographic, marketing mix, innovation and technology acceptance, and information system quality. To compare use of financial transaction services according to demographic, samples are 100 financial transactions services users. The data is collected by questionnaires. The statistic is analyzed by percentage, mean, S.D., significant level, t-test, and ANOVA,. From the study, most of financial transaction services users are male who are 20-35 years old and obtain a bachelor degree. They work for private companies and the average income is 15,000-35,000 THB/month. Overall of the guidelines for financial services is high. Overall prioritizing of marketing mix, innovation and technology acceptance, and information system quality, and use of financial transaction services is high. Individually, it is highly in intelligible information, various functions i.e. payment service and the change of transaction can be tracked real-time by mobiles and transfer. There is no difference in the comparison of guidelines for using financial transaction services prioritizing mean in the edge, occupation, and monthly income at a significant level of .05. However, gender and the educational degree are different at the significant level of .05.

Keywords: Financial Transactions Services, Mobile Banking.

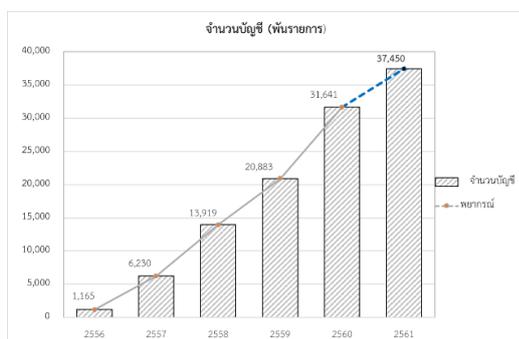
¹Master Student, Department of Industrial Business Administration

Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

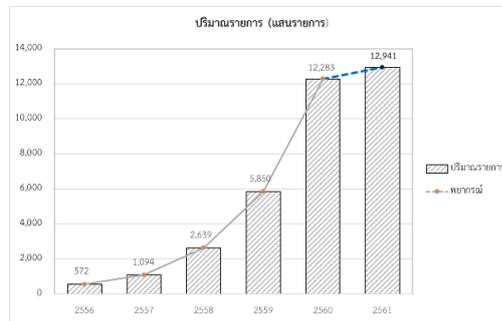
*Corresponding Author, Tel. 081-762-1767 E-mail: kittipong.k@irpc.co.th

1. บทนำ

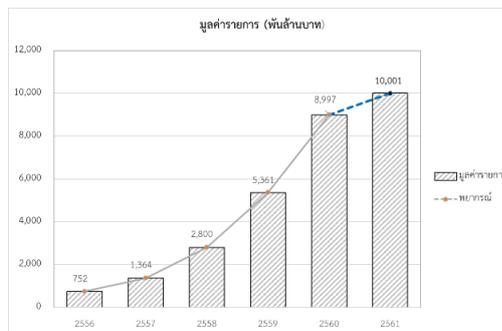
ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในยุคโลกาภิวัตน์ กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและสามารถเชื่อมต่อกันได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ จึงทำให้ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ Mobile/Internet Banking เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจมากขึ้นแทนการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบเดิม ดังนั้น ทางธนาคารพาณิชย์ จึงได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินครบวงจรได้ทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน หรือต้องการทำธุรกรรมทางการเงินเมื่อใดก็สามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ได้ง่าย ๆ เพียงใช้บริการผ่าน Mobile/Internet Banking เป็นหลัก ให้บริการผ่านสาขาเป็นรอง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าและลดต้นทุนการดำเนินงาน



รูปที่ 1 จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)



รูปที่ 2 ปริมาณธุรกรรมใช้บริการผ่าน Mobile Banking (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)



รูปที่ 3 มูลค่ารายการ Mobile Banking (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

ทั้งนี้ จากรูปที่ 1, 2 และ 3 แสดงรายงานข้อมูลการให้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารแห่งประเทศไทยที่แสดงข้อมูลสถิติตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2556 จนถึง พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมาและข้อมูลปี พ.ศ. 2561 ที่ได้จากเทคนิคการพยากรณ์ด้วยการวิเคราะห์หอนุกรมเวลา (Time Series Analysis) พบว่า ยอดการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารพาณิชย์ผ่าน Mobile Banking จากจำนวนบัญชีผู้ใช้บริการ ปริมาณธุรกรรมใช้บริการ และมูลค่ารายการได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง [3]

จะเห็นได้ว่าสมาร์ทโฟนได้กลายเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงการติดต่อสื่อสารและเป็นช่องทางระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค โดยสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านการเชื่อมต่อผ่านระบบแอปพลิเคชันและอินเทอร์เน็ตไร้สายและนอกจากนั้นสมาร์ทโฟนก็ได้กลายเป็นสื่อและช่องทางสำคัญสำหรับนักการตลาดในการสื่อสารข้อมูลไปหาผู้บริโภคในรูปแบบการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Marketing) หมายถึง การทำการตลาดทุกอย่างผ่านสื่อโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ว่าจะเป็นการส่งภาพข้อความ สัญญาณ คลิป วิดีโอ โดยปัจจัยที่ทำให้ นักการตลาดนิยมทำการตลาดในช่องทางนี้เพราะเป็นช่องทางที่สามารถตรงเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน [6]

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและพึงพอใจที่จะใช้บริการของธนาคาร

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และคุณภาพของระบบสารสนเทศ

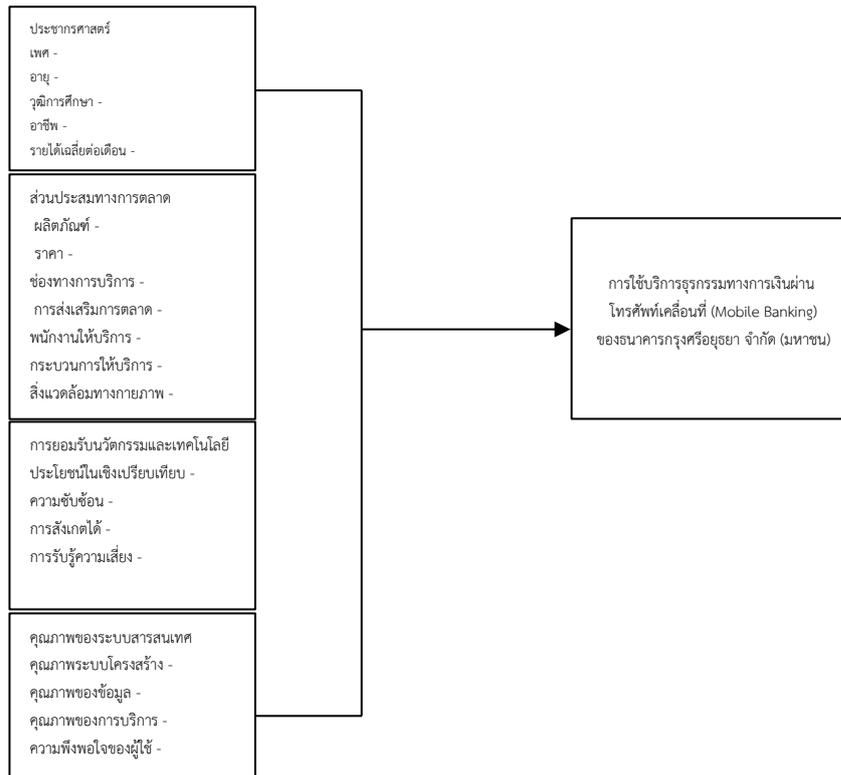
2.2 เพื่อเปรียบเทียบการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำแนกตามประชากรศาสตร์

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตจังหวัดระยองซึ่งมีจำนวนมาก ทางผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร [4] โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 ทั้งนี้เนื่องจากการจัดทำรายงานวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาจำกัด คือ เดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2562 จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยในแบบสอบถามมีข้อคำถามคัดกรอง (Screening Question) ว่าท่านเคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

(Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) หรือไม่

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. ประโยชน์ของการวิจัย

5.1 เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุง “กรุงศรีโมบายแอป” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในด้านภาพรวมของแอปพลิเคชัน ลักษณะการให้บริการ และรูปแบบการใช้งานเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะประชากรและพฤติกรรมการใช้งาน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

5.2 เพื่อนำผลจากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้ปรับปรุงและพัฒนา การให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและพึงพอใจที่จะใช้บริการของธนาคารต่อไป

6. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

6.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ Philip Kotler [9] เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการบริการ (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านพนักงานให้บริการ (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (Physical Environment)

6.2 แนวคิดการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่นิยมใช้ในการอธิบายพฤติกรรม การยอมรับเทคโนโลยีของคุณคอลลอยด์แพร่หลาย โดยเฉพาะในระบบสารสนเทศและถูกประยุกต์ใช้ในกระบวนการทางธุรกิจ [7]

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง ทัศนคติ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่งเพื่อให้เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีจากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง เป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งาน ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการ

เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติ [8]

6.3 แนวคิดคุณภาพของระบบสารสนเทศ

คุณภาพของระบบสารสนเทศ (Information System Quality) หมายถึง คุณภาพของระบบสารสนเทศที่เหมาะสมกับการใช้งานตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ดังนั้นคุณภาพของระบบสารสนเทศ พิจารณาได้จาก ประโยชน์ใช้สอย ความง่ายในการใช้งาน ความง่ายในการเข้าถึง ความมีเสถียรภาพและเวลาในการตอบสนองของระบบสารสนเทศ (Systems Quality) คุณภาพของระบบสารสนเทศ มีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งาน

6.4 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคคิดว่า จะสามารถสนองความต้องการได้ โดยการหาซื้อ การหาผลิตภัณฑ์มาใช้สอย การประเมินผล และการบริการ [10]

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคได้มีการตัดสินใจซื้อและมีการใช้สินค้า หรือบริการที่ได้จ่ายเงินซื้อมาแล้ว ดังนั้น กระบวนการนี้จึงรวมไปถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและการใช้บริการ [11]

7. วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยทบทวนข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) จากนักวิชาการที่หลากหลาย นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย สรุป

องค์ประกอบของแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง นำมาสร้างเป็นข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม และทำการปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน [2] สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าระดับความสำคัญ การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test, Anova และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

8. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	76	76.00
เพศหญิง	24	24.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน จำแนกตามเพศพบว่าส่วนใหญ่เป็น เพศชาย จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคือ เพศหญิง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-35 ปี	58	58.00
36-50 ปี	36	36.00
51 ปีขึ้นไป	6	6.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 20-35 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา ได้แก่ อายุ 36-50 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และอายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	33.00
ปริญญาตรี	63	63.00
ปริญญาโท	4	4.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่วุฒิการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 รองลงมา ได้แก่ วุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และวุฒิการศึกษาปริญญาโท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพอิสระ/เจ้าของธุรกิจ	2	2.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	7.00
พนักงานบริษัทเอกชน	91	91.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 91.00 รองลงมา ได้แก่ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และอาชีพอิสระ/เจ้าของธุรกิจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละของสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	7	7.00
15,000–35,000 บาท	39	39.00
35,001–55,000 บาท	18	18.00
55,000 บาท ขึ้นไป	36	36.00
รวม	100	100.00

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000–35,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมา ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รายได้เฉลี่ย

ต่อเดือน 35,001–55,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดระยอง

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดจำแนกเป็นภาพรวม และรายด้าน

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวม	4.09	0.43	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	0.54	มาก
ด้านราคา	4.21	0.73	มาก
ด้านช่องทางการบริการ	4.20	0.52	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.65	0.71	มาก
ด้านพนักงานให้บริการ	3.99	0.55	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.15	0.54	มาก
ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.27	0.50	มาก

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับส่วนประสมทาง

การตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.43) ส่วนเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี จำแนกเป็นภาพรวม และรายด้าน

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ภาพรวม	4.13	0.42	มาก
ด้านประโยชน์ในเชิงเปรียบเทียบ	4.28	0.50	มาก
ด้านความซับซ้อน	4.26	0.45	มาก
ด้านการสังเกตได้	4.39	0.49	มาก
ด้านการรับรู้ความเสี่ยง	3.60	0.84	มาก

จากตารางที่ 7 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.42) ส่วนเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของระบบสารสนเทศ จำแนกเป็นภาพรวม และรายด้าน

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
คุณภาพของระบบสารสนเทศ ภาพรวม	4.25	0.52	มาก
คุณภาพระบบโครงสร้าง	4.22	0.51	มาก
คุณภาพของข้อมูล	4.38	1.36	มาก
คุณภาพของการบริการ	4.12	0.54	มาก
ความพึงพอใจของผู้ใช้	4.28	0.50	มาก

จากตารางที่ 8 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของระบบสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.52) ส่วนเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) จำแนกเป็นภาพรวม และรายด้าน

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ระดับ
การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ภาพรวม	3.93	0.67	มาก
1. โอนเงิน	4.68	0.53	มากที่สุด
2. ชำระค่าสินค้าหรือบริการ	4.25	0.91	มาก
3. เติมเงิน	3.66	1.27	มาก
4. เช็คยอดกองทุน	3.73	1.13	มาก
5. สแกน QR Code	3.65	1.12	มาก
6. สมัครสินเชื่อเครดิต	3.08	1.32	มาก
7. เปิดบัญชี	3.42	1.11	มาก
8. เช็คยอดเงินคงเหลือ	4.48	0.69	มาก
9. เช็ครายการเคลื่อนไหว	4.38	0.69	มาก

จากตารางที่ 9 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.67) ส่วนเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และมากตามลำดับ

ตารางที่ 10 ตารางแสดงค่าสถิติใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามข้อมูลประชากรศาสตร์

ข้อมูลประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ		แปลผล
	P	สถิติ	
1. เพศ	0.01*	T-test	มีผล
2. อายุ	0.31	F-test	ไม่มีผล
3. วุฒิการศึกษา	0.01*	F-test	มีผล
4. อาชีพ	0.29	F-test	ไม่มีผล
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.37	F-test	ไม่มีผล

จากตารางที่ 10 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านเพศ มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

โดยทดสอบความแตกต่างด้วย วิธี T-Test พบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile banking) ในรายการ โอนเงิน เปิดบัญชี เช็คยอดเงินคงเหลือ และเช็ครายการเคลื่อนไหว มากกว่าเพศชาย กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลด้านวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย วิธี Scheffe พบว่า มีความแตกต่างจำนวน 1 คู่ ได้แก่ ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี มีการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ในรายการชำระค่าสินค้าหรือบริการ มากกว่าผู้ที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

9. อภิปรายและสรุปผล

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยจะได้นำมาอภิปรายเพื่อเป็นข้อยุติให้ทราบถึงข้อเท็จจริง ดังนี้

9.1 ส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) สอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วขวัญ [1] ในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย

9.2 การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) สอดคล้องกับงานวิจัยของของเมทินี [5] ในงานวิจัยเรื่องคุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจต่อการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย

9.3 คุณภาพของระบบสารสนเทศ มีผลต่อการให้ความสำคัญต่อแนวทางการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tam & Oliveira [12] ในงานวิจัยเรื่อง การศึกษาผลกระทบของการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคคล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของระบบข้อมูลและคุณภาพของการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยพบว่าเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีผลทำให้บุคคลที่ทำงานเกี่ยวข้องกับงานธนาคารมีความสะดวกสบายมากขึ้น

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ส่วนประสมทางการตลาด

10.1.1 ควรเพิ่มการจัดรายการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เช่น การสะสมคะแนนแลก

ของรางวัล หรือเป็นส่วนลดร้านค้าต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้มีการเข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

10.1.2 ควรมีการพัฒนาการใช้งานใหม่ ๆ อยู่เสมอ เช่น พัฒนาระบบส่งการด้วยเสียงเพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น เป็นต้น

10.1.3 บริการหลังการใช้บริการ ควรมีระบบแจ้งเตือนด้วย SMS หรือ Mail เมื่อมีการทำธุรกรรมกองทุน/หรือสินเชื่อทำให้เห็นการเคลื่อนไหวของธุรกรรมทางผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้ทันที และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น

10.1.4 พนักงานให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ควรพัฒนาระบบการติดต่อกับพนักงานด้วยการ chat หรือ online ที่สามารถติดต่อกับพนักงานได้ทันทีเมื่อเกิดปัญหาการใช้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกและความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking)

10.2 คุณภาพของระบบสารสนเทศ

10.2.1 ควรมีระบบตรวจสอบพนักงานที่มีส่วนในการอนุมัติเงินผ่านการใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยของสินทรัพย์ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

10.2.2 ควรพัฒนาระบบป้องกันการถูกโจรกรรมข้อมูลทางการเงิน เพื่อเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยของสินทรัพย์ลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น

10.3 การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ควรพัฒนาระบบการโอนเงิน ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการธุรกรรมทาง

การเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) มากยิ่งขึ้น

11. รายการอ้างอิง

- [1] แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒนบรร. (2559). *ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- [2] ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2561). *คัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 คน จากฐานข้อมูลทะเบียนผู้สมัครทดลองใช้บริการ “กรุงศรีโมบายแอป” ของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน).*
- [3] ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). [ออนไลน์]. *รายงานจำนวนธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking.* [สืบค้นวันที่ 10 มกราคม 2562]. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Pages/default.aspx>
- [4] ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS.* พิมพ์ครั้งที่ 17. นนทบุรี : เอส อาร์ พรินติ้ง.



- [5] เมทินี จันทร์กระแจะ. (2558). *คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [6] วรณพร หวลมานพ. (2558). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคมโบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)*. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [7] Aggelidis, P. and Chatzoglou, D. (2016). [serial online]. Using a Modified Technology Acceptance Model in Hospitals. *International Journal of Medical Informatics*. 78.
- [8] Hart, A.O., Nwibere, B.M. and Inyang, B.J. (2015). [serial online]. The Uptake of Electronic Commerce by SMEs: A Meta the Oretical Framework Expanding the Determining Constructs of TAM and TOE Frameworks. *Journal of Global Business Technology*. 6(1) : 1-27.
- [9] Kotler, P. and Fox, K. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- [10] Lamb, W. Charles, Joseph F. Hair and Carl McDaniel. (2004). *Marketing*. 7th ed. Ohio: SouthWestern College Publishing.
- [11] Schiffman, L. G. and Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- [12] Tam, C., & Oliveira, T. (2016). [serial online]. Understanding the impact of m-banking on individual performance: DeLone & McLean and TTF perspective. *Computers in Human Behavior*. Vol.61, 233-244.