



ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน  
ผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์  
: ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี

Technology Acceptance Factors Affecting Intentions of Using Financial  
Transactions through an Application on Smartphone of the Baby  
Boomer Group: Government Savings Bank, Suphanburi Branch

ปฐมพงศ์ กุกแก้ว<sup>1</sup> และ สุภินัน แสงนิล<sup>2</sup>  
Pathompong Kookkaew<sup>1</sup> and Supinan Sangnil<sup>2</sup>

Article History

Receive: May 5, 2020

Revised: May 24, 2022

Accepted: May 25, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ลูกค้าย่อยกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี จำนวน 350 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอย พบว่า ระดับการยอมรับเทคโนโลยีและระดับความตั้งใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ของธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน และการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งาน โดยธนาคารออมสินสามารถนำผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน และพัฒนาการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี ; ความตั้งใจ ; ธุรกรรมทางการเงิน ; แอปพลิเคชัน ; เบบี้บูมเมอร์

<sup>1</sup> อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ Undergraduate student, Department of General management, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi



## ABSTRACT

The objectives of this research were to study the level of technology acceptance and intentions and the technology acceptance factors that affected the intentions of using financial transactions through an application on smartphone of the baby boomer group: Government Savings Bank, Suphanburi branch. This study was quantitative research. The samples of this study were 350 baby boomer customers using non-probability sampling by purposive sampling method. A questionnaire was used the research tool. The data was analyzed using percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis using the enter selection method. The results of this research indicated that the level of technology acceptance and the level of intentions overall were at a high level, and the technology acceptance factors that affected intentions of using financial transactions through an application on smartphone of the baby boomer group: Government Savings Bank, Suphanburi branch consisted of perceived ease of use, perceived trust of use and perceived self-efficacy. The results of this study can be applied to create an understanding of financial transactions through an application and appropriately develop technology operations to meet the needs of the baby boomer customers' group in Government Savings Bank.

**Keywords :** Technology Acceptance ; Intentions ; Financial Transactions ; Application ; Baby Boomer

## บทนำ

ธนาคารหรือสถาบันการเงิน เป็นแหล่งเงินทุนที่มีกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมการจัดหาเงินทุน และการทำธุรกรรมทางการเงิน มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนารูปแบบการให้บริการทางการเงินแนวใหม่ และอำนวยความสะดวกให้กับทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ (Dechanubeksa, 2018) ขณะเดียวกันวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไปของสังคมปัจจุบันที่มีความต้องการความง่าย ความสะดวก และความรวดเร็วในการดำเนินชีวิต ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินจากรูปแบบเดิมด้วยการไปติดต่อที่สถาบันการเงิน ปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบการให้บริการทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และในช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มุ่งเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งอาจเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยจากสถิติในช่วงระหว่างที่มีการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 แสดงให้เห็นว่า มีการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking และ e-Wallet ร้อยละ 73.0 (Kasikorn Research Center, 2020) ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน หรือ Mobile Banking Application ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการให้บริการทางการเงินที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากสถิติรายงานเกี่ยวกับการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking ในไตรมาสที่ 3 ปี 2563 พบว่า มีจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ ทั้งสิ้น 65,891,157 บัญชี มีจำนวนปริมาณการทำรายการ ทั้งสิ้น 2,548,565,000 แยกเป็นรายการการโอนเงินและชำระเงิน จำนวน 2,435,468,000 รายการ ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 17.03, 82.34 และ 83.32 ตามลำดับ (Bank of Thailand, 2021)

ธนาคารออมสิน ได้นำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาการบริการสำหรับลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสมาร์ตโฟน ภายใต้บริการที่ชื่อว่า MyMo by GSB และมีการพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง เพื่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกเพศ ทุกวัย (Natwattanakul and Thanompolkarn, 2017) จากข้อมูลลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ปัจจุบันมีลูกค้าที่สมัครใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo จำนวนมาก และพบว่ามี ความแตกต่างกันในเรื่องอายุ หรือเจนเนอเรชั่น ซึ่งอาจส่งผลต่อการยอมรับและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะกลุ่มเจนเนอเรชั่น B หรือกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ โดย Hajiyevev and Chang (2017) ได้กล่าวว่า อายุถือเป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับของผู้ใช้เทคโนโลยี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะที่ผ่านมามีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงมาหลายรูปแบบ จึงนิยมใช้บริการผ่านช่องทางที่คุ้นเคย และการเปลี่ยนมาใช้บริการธนาคารผ่านสมาร์ตโฟน ต้องมีการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จึงคิดว่าเป็นเรื่องที่ยุ่นยากและยุ่งยาก (Siamrath Online, 2020) แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ส่วนหนึ่ง

ที่ยอมรับและมีความตั้งใจในการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งอาจจะเป็นผู้ที่ต้องการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อปรับตัวให้เข้ากับยุคสังคมออนไลน์ หรือเกิดการรับรู้ประโยชน์จาก การใช้งาน และสามารถรับรู้ถึงความสามารถของตนเองในการใช้เทคโนโลยี เห็นว่าสามารถใช้งานได้จริง มีความสะดวก ง่ายต่อ การใช้งาน และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจากงานวิจัยของ Boonprasert (2017) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ แอปพลิเคชันไลน์ของผู้สูงอายุ คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชัน ความสะดวกสบายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน และจากการงานวิจัยของ Kongthong and Saengarun (2020) พบว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันผู้สูงอายุหรือกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์ มีความเข้าใจในการใช้และตั้งใจใช้เทคโนโลยีหรือแอปพลิเคชันต่างๆ มากขึ้น

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาภายใต้แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจใช้เทคโนโลยีใน การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งหมายถึงการตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีแอปพลิเคชันบนสมาร์ต โฟนไปใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างเต็มที่ โดยการยอมรับของบุคคลนั้นๆ เริ่มตั้งแต่การได้สัมผัสกับเทคโนโลยี และ นำไปสู่การตัดสินใจและยืนยันการปฏิบัติ (Rogers, 2003 as cited in Chouyboonchoo et al., 2019) และการปฏิบัติของ บุคคลจะส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมยอมรับเทคโนโลยีและมี การใช้งานจริง ซึ่งทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมความตั้งใจของผู้ใช้บริการ และจากการ ที่มีความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ผู้ใช้จะเกิดพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีต่อไปในอนาคต (Kongmaneechachwan and Suwannoi, 2019)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรม ทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้จะ ศึกษาจากลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์ ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo เกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ความง่าย ในการใช้งาน การรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน และการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งาน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผล ต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน และนำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะที่ได้รับไป พัฒนาระบบ และปรับปรุงการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ให้มีคุณภาพ เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์สามารถปรับตัวและเรียนรู้การใช้งานได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและความมั่นใจในใช้บริการ รวมถึง การเพิ่มจำนวนการใช้งานของลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์ให้มากขึ้นในอนาคต

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน บนสมาร์ตโฟนของลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี

### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ของลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน สมาร์ตโฟนของลูกค้ายุคเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ทฤษฎี และแนวคิดที่สำคัญ ดังนี้

#### ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี เป็นทฤษฎีที่ได้พัฒนาต่อจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) และมีการพัฒนาต่อกันมาอย่างมากมายและได้รับการขยายเพิ่มเติมโดย Davis ในปี ค.ศ.1985 สาเหตุเนื่องจาก เห็นว่าบุคคลที่มีความตั้งใจที่มุ่งมั่นอาจมีการแสดงพฤติกรรมออกมาโดยไม่คำนึงถึงทัศนคติใดๆ จึงมีการปรับเปลี่ยนจาก



รูปแบบเดิม โดยการเพิ่มความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นตัวแปรใหม่ที่มีอิทธิพลโดยตรงจากการรับรู้ว่ายากต่อการใช้ (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) (Ahmad, 2018) มีจุดประสงค์เพื่อเป็นแบบแผนในการทำนายการยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้น ทฤษฎี TAM ถือเป็นพื้นฐานทฤษฎีสำหรับการศึกษากลับการยอมรับแบบจำลองการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในอนาคต (LE et al., 2020) ต่อมา ได้มีการพัฒนาทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ (MTAM) จากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เพื่อแก้ปัญหาในการศึกษาที่เกิดการใช้เทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน ทั้งประเภทและความซับซ้อนของการใช้งาน และเพื่อให้มีทฤษฎีการยอมรับในลักษณะเฉพาะเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยหนึ่งในองค์ประกอบที่เพิ่มขึ้นจาก TAM คือ การรับรู้ความไว้วางใจ (Ooi and Tan, 2016) และนอกจากนี้ Lew et al. (2020) ระบุว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองสามารถเสริมองค์ประกอบของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเทคโนโลยีหลักได้ เนื่องจากการรับรู้ความสามารถของตนเองของแต่ละบุคคลทำหน้าที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจงได้ดีที่สุด

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีองค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งาน

#### แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness: PU)

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลการใช้งานของระบบเทคโนโลยี และประโยชน์โดยรวมของผู้ใช้งานในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับการยอมรับของผู้ใช้งาน (Tahar et al., 2020) ดังนั้นการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี จึงเป็นปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการบริการที่ตนจะได้รับ หากผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีที่ตนจะได้รับ ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี (Nurittmont, 2020)

#### แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEU)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง การรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นใช้งานง่าย และสะดวก ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการใช้งาน ไม่มีความซับซ้อน และมีความเป็นไปได้มากที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งาน (Phusiri et al., 2019) และเป็นระบบที่ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ในการทำคามการเข้าใจที่จะใช้ระบบ และยอมรับในระบบนั้น ดังนั้นการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็น ปัจจัยกระตุ้นที่สำคัญสำหรับการตั้งใจใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค Davis, 1989 (as cited in Sasithanakornkaew et al., 2020)

#### แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน (Perceived Trust of Use: PTU)

การรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน เป็นความไว้วางใจที่สามารถนิยามไว้ในฐานะความเชื่อ หรือความเชื่อมั่นที่ได้รับอิทธิพลจากความคิดเห็นของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญบางประการของเทคโนโลยี (Jaradat et al., 2018) โดยความไว้วางใจเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญของเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และโทรศัพท์มือถือ มีบทบาทสำคัญในการทำธุรกรรมออนไลน์เนื่องจากช่วยลดความไม่แน่นอน ดังนั้น ความไว้วางใจจึงได้รับการยอมรับมากขึ้นว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้บริการการทำธุรกรรมออนไลน์ (Al-Sharafi et al., 2018)

#### แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งาน (Perceived Self-efficacy of Use: PSU)

การรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งาน หมายถึง การที่บุคคลเชื่อมั่นว่าตนมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมที่แตกต่างกับบุคคลอื่นๆ และอาจเป็นความสามารถเฉพาะ (Nurittmont and Charoenkitthanap, 2018) ซึ่งปัจจัยการรับรู้ความสามารถของตนเองมีบทบาทสำคัญในบริบทของการใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศ (Isaac et al., 2017)

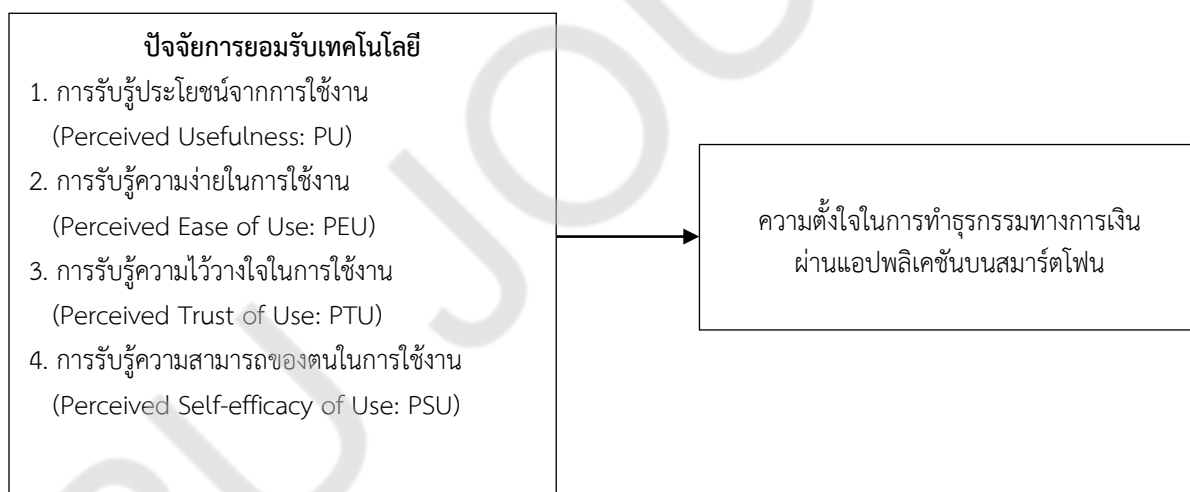
#### แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Intention to Use Technology)

ความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีเป็นระดับที่ผู้ใช้ต้องการใช้เทคโนโลยีในอนาคต ซึ่งความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีเป็นพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ โดยได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติของบุคคล (Joo et al., 2018) ซึ่งการยอมรับเป็นการรับรู้เชิงบวกจะส่งผลให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดี จากนั้นทัศนคติที่ดีของบุคคลนั้นจะส่งอิทธิพลให้เกิดความตั้งใจใช้ และสุดท้ายความตั้งใจใช้จะนำไปสู่พฤติกรรม

การยอมรับเมื่อบุคคลได้พิจารณาถึงผลที่จะได้รับจากการแสดงพฤติกรรมอย่างรอบคอบ (Payakkapong, 2017) ดังนั้นความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม จะพิจารณาก่อนเสมอว่าการกระทำของตนส่งผลกระทบอย่างไร จึงตัดสินใจว่าควรที่จะปฏิบัติพฤติกรรมนั้นหรือไม่ (Phuthong and Mangsungnoen, 2017) และ Sarfaraz (2017) ได้นำทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) มาใช้ในการทำนายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมสำหรับผลกระทบของการใช้เทคโนโลยี Mobile Banking ซึ่ง UTAUT เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และการกำหนดความตั้งใจของการนำเทคโนโลยี Mobile Banking มาใช้ ได้แก่ ความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ใช้งาน ความคาดหวังของผู้ใช้ในการลดความยาก เพิ่มความง่ายในการใช้เทคโนโลยี และเงื่อนไขของความสะดวกในการใช้เทคโนโลยี

### กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎี พบว่า ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีมีการพัฒนาต่อจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล โดย Davis ในปี ค.ศ.1985 เพื่อเป็นแบบแผนในการทำนายการยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยระบุว่า การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ และการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม นอกจากนี้ Isaac et al., (2017) และ Al-Sharafi et al., (2018) กล่าวเพิ่มเติมว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง และการรับรู้ความไว้วางใจ ก็เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในบริบทของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งการยอมรับเป็นการรับรู้เชิงบวกจะส่งผลให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ดี และจะทำให้เกิดอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี โดยที่ Fishbein and Ajzen (2010) ระบุว่า ความตั้งใจใช้งานเป็นความพยายามหรือความพร้อมของผู้ใช้งานที่จะแสดงพฤติกรรมการใช้งานด้วยความยินดี และเต็มใจ และยิ่งผู้ใช้งานมีความตั้งใจมากเท่าใด ก็จะแสดงพฤติกรรมการใช้งานมากเท่านั้น นอกจากนี้ Albayati, et al (2020) กล่าวว่า ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมเป็นการมุ่งเน้นวิธีการวัดหรือทำนายพฤติกรรม ซึ่งจะ เป็นแนวทางในการค้นหาคุณลักษณะเบื้องหลังของความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ผู้วิจัยสามารถเขียนกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ายกุ่มเบบปั้มเมอร์ที่ทำการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี จำนวน 2,652 คน (ข้อมูล ณ เดือนกันยายน 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้ายกุ่มเบบปั้มเมอร์ที่ทำการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี การกำหนดขนาดของตัวอย่างครั้งนี้ใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1973) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ระดับ  $\pm 5\%$  โดยขนาดตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 347.6 คน และเพื่อความสะดวกในการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 350 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีแบบเจาะจง



### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยพิจารณาจากกรอบแนวคิดและตัวแปรต่างๆ เพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบรายการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี แบ่งเป็น 4 ด้าน มีข้อคำถามจำนวน 20 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปลายปิด โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale 5 ระดับ

#### การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือแบบสอบถามโดยจัดทำร่างแบบสอบถามการวิจัยจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ได้จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ สำหรับการสังเคราะห์และพัฒนาข้อคำถามแต่ละด้าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แหล่งอ้างอิงการพัฒนาเครื่องมือการวิจัย

| ตัวแปร                                     | แหล่งข้อมูลอ้างอิง                                                 |
|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1. ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน       | Afshan et al., (2018); De Leon, (2019) and Hu et al., (2019)       |
| 2. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน        | Afshan et al., (2018); De Leon, (2019) and Hu et al., (2019)       |
| 3. ด้านการรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน    | Sánchez et al., (2018); De Leon, (2019) and Hu et al., (2019)      |
| 4. ด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งาน | Ozturk, (2016); Susanto et al., (2016) and Foroughi et al., (2019) |
| 5. ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน      | Afshan et al., (2018); Alalwan et al., (2018) and De Leon, (2019)  |

#### ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา ซึ่งจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาพบว่าค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ คือ  $IOC \geq .50$

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อยืนยันว่าแต่ละข้อคำถามเป็นตัวชี้วัดที่อยู่ในองค์ประกอบเดียวกันได้ จากการตรวจสอบพบว่าข้อคำถามมีค่าถ่วงน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.62-0.89 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Awang, 2015)

3. การตรวจสอบความความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของข้อคำถามและค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) จากการตรวจสอบพบว่าข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้มีค่าเท่ากับ 0.52-0.59 ซึ่งมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์ คือ  $AVE > 0.50$  (Awang et al., 2018)

4. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) โดยพิจารณาได้จากค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ จากการตรวจสอบพบว่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนกมีค่าเท่ากับ 0.72-0.77 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ (Awang et al., 2018)

5. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ชุด ซึ่งจากการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าอยู่ระหว่าง 0.79-0.90 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Wanichbancha, 2016)

6. การหาค่าอำนาจจำแนก (Power of Discrimination) เพื่อพิจารณาข้อคำถามว่าสามารถจำแนกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้หรือไม่ จากการตรวจสอบพบว่าค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 0.31-0.78 ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป จึงจะเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Ongiem, et al., 2018)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่มีผู้รวบรวมไว้ ได้แก่ หนังสือบทความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย และสื่อออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี จำนวน 350 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 โดยเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2563 ถึงเดือน พฤศจิกายน 2563

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการคัดเลือกเข้า (Enter Selection)

### ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี สามารถสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทั้งนี้เนื่องจากธนาคารออมสิน ได้พัฒนาระบบการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ให้มีความปลอดภัยในการเข้าสู่ระบบและความปลอดภัยของข้อมูลทางการเงิน เพิ่มความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมทางการเงินให้แก่ลูกค้ามากขึ้น และแอปพลิเคชัน MyMo ได้มีการพัฒนาการให้สามารถใช้งานได้ง่ายมากขึ้นสำหรับผู้ที่ไม่ค่อยมีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยีหรือไม่มีความรู้ในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ทำให้ลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์สามารถติดตั้งหรืออัปเดตแอปพลิเคชันและเรียนรู้การใช้งานได้ด้วยตนเอง จึงทำให้จำนวนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพิ่มขึ้น รวมถึงการเข้าระบบของแอปพลิเคชัน มีความสะดวกต่อการใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somdee (2017) ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี พบว่า ปัจจัยในการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้งานมองว่าการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน ช่วยให้มีความสะดวกยิ่งขึ้น และช่วยลดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร และการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน เป็นเรื่องที่ทำให้พึงพอใจได้ ถึงแม้ว่าอาจจะไม่เคยใช้มาก่อน สามารถทำธุรกรรมทางการเงินโดยไม่ติดขัด และไม่มี ความกังวลหรืออึดอัดใจในการทำธุรกรรมด้วยโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน

1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี พบว่า ความตั้งใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เมื่อลูกค้าทำการเข้าระบบการใช้งาน แสดงว่ามีความตั้งใจที่จะใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ทุกครั้ง รองลงมา คือ ลูกค้าจะมีการแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ในการทำ



ธุรกรรมทางการเงินอย่างแน่นอน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ลูกค้าจะใช้แอปพลิเคชัน MyMo ในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างสม่ำเสมอตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ของธนาคารออมสิน เห็นว่าการใช้แอปพลิเคชัน MyMo มีความสะดวกกว่าการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารหรือตู้ ATM จึงมีความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน MyMo ในการทำธุรกรรมทางการเงิน และเห็นว่าการใช้แอปพลิเคชัน MyMo มีความสำคัญในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Niyommangmee (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินด้วย QR Code ของผู้ค้ารายย่อย พบว่า ความตั้งใจใช้บริการรับชำระเงินโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ใช้บริการเห็นว่าการบริการมีความเหมาะสมกับการใช้ชีวิตประจำวัน และช่วยเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งเมื่อทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจะมีแนวโน้มในการตั้งใจใช้บริการต่อไป

จากนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย เนื่องจากตัวแปรอิสระไม่ควรมีความสัมพันธ์หรือควรเป็นอิสระต่อกัน เพราะจะทำให้เกิด Multicollinearity คือ ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกินไป จะทำให้ผลการวิเคราะห์มีความคลาดเคลื่อนสูง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

| ตัวแปร    | PU   | PEU    | PTU    | PSU    | VIF  | Tolerance |
|-----------|------|--------|--------|--------|------|-----------|
| $\bar{x}$ | 3.97 | 3.41   | 3.90   | 3.85   | -    | -         |
| S.D.      | 0.70 | 0.84   | 0.73   | 0.67   | -    | -         |
| PU        | -    | 0.54** | 0.73** | 0.63** | 2.33 | 0.43      |
| PEU       |      | -      | 0.58** | 0.67** | 1.92 | 0.52      |
| PTU       |      |        | -      | 0.72** | 2.88 | 0.35      |
| PSU       |      |        |        | -      | 2.62 | 0.38      |

\*\*ระดับนัยสำคัญ  $p < 0.01$ , \*ระดับนัยสำคัญ  $p < 0.05$  Durbin-Watson = 1.93

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบ พบว่า 1) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างค่าตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 0.54–0.73 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.8 (Hair et al., 2010) 2) ค่าองค์ประกอบความแปรปรวน (VIF) มีค่าระหว่าง 1.92–2.88 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 3) ค่า Tolerance มีค่าระหว่าง 0.35–0.52 ซึ่งมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และ 4) ค่า Durbin-Watson มีค่า 1.93 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 1.50–2.50 (Wanichbancha, 2016) ดังนั้น แสดงว่าคุณสมบัติของตัวแปรเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นจึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน

| ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี                        | Standardized Coefficients | t      | Sig  |
|-------------------------------------------------|---------------------------|--------|------|
|                                                 | $\beta$                   |        |      |
| 1.การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ( $X_1$ )       | 0.08                      | 1.70   | 0.09 |
| 2.การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ( $X_2$ )        | 0.12                      | 2.84*  | 0.01 |
| 3.การรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน ( $X_3$ )    | 0.16                      | 2.90*  | 0.00 |
| 4.การรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งาน ( $X_4$ ) | 0.54                      | 10.63* | 0.00 |

$R = 0.81$ ,  $R^2 = 0.66$ , Adjusted  $R^2 = 0.65$

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรีได้ร้อยละ 65.00 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.65 เมื่อพิจารณานำหนักของผลกระทบรายด้านของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี มากที่สุด ( $\beta = 0.54$ ) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน ( $\beta = 0.16$ ) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ( $\beta = 0.12$ ) ตามลำดับ

2. จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี สามารถสรุปและอภิปรายผล ดังนี้

2.1 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ( $Sig = 0.09$ ) เนื่องจากกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุค่อนข้างสูง ดังนั้นอาจมีลักษณะของการใช้งานสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินที่เป็นครั้งคราวหรือบางช่วงเวลา หรือมีการใช้งานเฉพาะสถานการณ์ที่มีความจำเป็นในการทำธุรกรรมทางการเงินเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวกับรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีบนอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ในงานวิจัยของ Surachman (2013) เพื่อการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน บรรทัดฐาน ความคล่องตัว และการใช้สถานการณ์ต่อความตั้งใจเฉพาะบุคคลในการใช้ M-LIBRARY พบว่า ตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานไม่ได้รับการพิสูจน์ว่ามีผลในเชิงบวกที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานเว็บบนอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่หากมีตัวแปรด้านบริบทหรือสถานการณ์ต่างๆ ของผู้ใช้งานก็จะสามารถช่วยเสริมให้เกิดการรับรู้ประโยชน์และความคล่องตัวในการใช้งานที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานเว็บบนอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่

2.2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ( $Sig = 0.01$ ) เนื่องจากการใช้แอปพลิเคชัน MyMo มีไม่มีความซับซ้อน ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้และใช้งาน สามารถการใช้บริการเพื่อให้เกิดความชำนาญได้ด้วยตนเอง และช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Atikunthanin (2017) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของประชาชนในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษา กลุ่มคนที่มีประสบการณ์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งในกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง เนื่องจากหากลูกค้าสามารถหาข้อมูลที่ต้องการทราบได้ง่ายผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งจะทำให้ลูกค้ามีความกล้าที่จะตัดสินใจมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongkittichai (2019) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน Krungthai NEXT ของกลุ่มวัยสี่สิบในกรุงเทพมหานคร พบว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานโมบายแบงกิ้ง ซึ่งหมายความว่าเมื่อลูกค้าทราบเกี่ยวกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมากขึ้น ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้งานโมบายแบงกิ้งจึงมากขึ้นด้วย ดังนั้น ความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนจะเพิ่มขึ้นหากลูกค้ารับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้เพื่อการใช้งาน

2.3 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ( $Sig = 0.00$ ) เนื่องจากลูกค้ามีความมั่นใจถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวและทางการเงิน หากเกิดความผิดพลาดในระบบหรือขั้นตอนจะสามารถตรวจสอบได้ และจะได้รับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นทันที ทำให้ลูกค้าไม่มีความกังวลต่อการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kwanjaisakul (2017) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงกิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ พบว่า ความไว้วางใจในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้งานระบบโมบายแบงกิ้งและระบบโมบายเพย์เมนต์ ซึ่งเกิดจากลูกค้ามีความเชื่อถือต่อระบบว่ามีความปลอดภัยและถูกต้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Darapong (2017) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking พบว่า การรับรู้ความไว้วางใจมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความไว้วางใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบการยืนยันตัวตนที่ดีก่อนการใช้แอปพลิเคชัน ซึ่งหมายถึงความปลอดภัยของระบบการทำธุรกรรมทางการเงินที่ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจ และส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน

2.4 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ( $Sig = 0.00$ ) เนื่องจากลูกค้าสามารถเข้าสู่ระบบการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ในการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว มีความเข้าใจรายการต่างๆ ในการทำธุรกรรมได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sangyu (2018) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ของผู้บริโภคในพื้นที่ศูนย์การค้าสยามสแควร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ A ซึ่งหากต้องจัดการกับสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งผู้บริโภคย่อมต้องประเมินความสามารถของตนเอง



ก่อนว่าทำได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mostafa and Eneizan (2018) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบริการ Mobile Internet Banking ในประเทศกำลังพัฒนา พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการใช้ Mobile Internet Banking ซึ่งกล่าวได้ว่าหากผู้บริโภคพิจารณาแล้วว่าตนเองมีทักษะและความสามารถเพียงพอจะเกิดการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

### สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งาน ส่วนด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี โดยธนาคารออมสินสามารถนำผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน และพัฒนาการดำเนินงานด้านเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ได้อย่างเหมาะสม

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ดังนั้น ธนาคารควรมีการพัฒนาแบบแอปพลิเคชันให้มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการแสดงขั้นตอนหรือวิธีการใช้งานเพื่อให้ลูกค้าทราบถึงขั้นตอนที่สามารถทำได้โดยง่าย เพื่อเป็นการสนับสนุนการใช้งานของกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน และอาจมีกลุ่มลูกค้าใหม่มีความตั้งใจการใช้งานเพิ่มขึ้น
2. จากผลการวิจัย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความไว้วางใจในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ดังนั้น ธนาคารควรมีการสรุปรายงานข้อผิดพลาดที่เกิดจากการใช้แอปพลิเคชัน และวิธีการแก้ไขปัญหา เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้งาน และทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในการแก้ปัญหาและความรับผิดชอบของธนาคารที่มีต่อการบริการลูกค้า
3. จากผลการวิจัย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความสามารถของตนในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ดังนั้น ธนาคารควรมีการแนะนำวิธีการใช้ฟังก์ชันใหม่ๆ ที่พัฒนาขึ้นภายในแอปพลิเคชันที่มีส่วนในการส่งเสริมการใช้งาน และผู้ใช้สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ด้วยตนเอง เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงิน และสามารถใช้งานแอปพลิเคชันในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการศึกษาที่ทำให้ทราบถึงปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน หากธนาคารออมสินต้องการรักษาลูกค้าและจำนวนผู้ใช้บริการให้คงอยู่ต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างความจงรักภักดีต่อการใช้บริการ เพื่อนำผลจากการศึกษาไปกำหนดกลยุทธ์การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้แอปพลิเคชัน และนำไปสู่พัฒนาการบริการธุรกรรมทางการเงินให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป
2. เนื่องจากการวิจัยนี้ทำการศึกษาเพียงลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ของธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี เท่านั้น หากต้องการผลการศึกษที่ครอบคลุมถึงผู้ใช้บริการและเจาะกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ควรทำการศึกษาในลักษณะภาพรวมของธนาคารออมสินทั่วประเทศ เพื่อสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชัน MyMo ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและเป็นมาตรฐานเดียวกัน

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี ทราบถึงปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ เพื่อการพัฒนาศักยภาพของการบริการเทคโนโลยีทางการเงินให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

2. ธนาคารออมสิน สาขาสุพรรณบุรี สามารถนำผลการวิจัยไปวางแผน และปรับกลยุทธ์การบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และเตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมลูกค้าในยุคดิจิทัล

### ข้อจำกัดงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งหากมีระยะเวลามากกว่าครั้งนี้นักวิจัยสามารถดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อนำข้อมูลที่ได้มายืนยันและสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถขยายขอบเขตประชากรที่ใช้ในการศึกษาให้ครอบคลุมในระดับจังหวัดหรือระดับประเทศ เพื่อให้ผลการวิจัยมีประโยชน์และเป็นมาตรฐานเดียวกันที่ธนาคารออมสินสามารถนำไปใช้ได้เหมือนกันทุกสาขา

### References

- Afshan, S., Sharif, A., Frooghi, R., and Nazneen, D.-S. (2018). *Internet banking in Pakistan: An extended technology acceptance perspective. International Journal of Business Information Systems.* 2, 223-254. DOI:10.1504/IJBIS.2018.089863.
- Ahmad, M. (2018). Review of the Technology Acceptance Model (TAM) in internet banking and mobile banking. *International Journal of Information Communication Technology and Digital Convergence.* 3(1), 23-41.
- Alalwan, A. A., Baabdullah, A. M., Rana, N. P., Tamilmani, K., and Dwivedi, Y. K. (2018). Examining adoption of mobile internet in Saudi Arabia: Extending TAM with perceived enjoyment, innovativeness and trust. *Technology in Society.* 55, 100-110. DOI: 10.1016/j.techsoc.2018.06.007.
- Albayati, H., Kim, S. K., and Rho, J. J. (2020). Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach. *Technology in Society.* 62,1-14. DOI: 10.1016/j.techsoc.2020.101320.
- Al-Sharafi A, M., Arshah, R. A., Alajmi, Q., Herzallah AT, F., and Qasem, Y. A. (2018). The Influence of Perceived Trust on Understanding Banks' Customers behavior to Accept Internet Banking Services. *Indian Journal of Science and Technology.* 11(20),1-9. DOI: 10.17485/ijst/2018/v11i20/91928
- Atikunthanin, N. (2017). *Patchai thi song phon to khwaamtangchai chai 'intoenet baengking khong prachachon nai Krung Thep Maha Nakhoṇ [Factors Affecting Intention to Use Internet Banking of People in Bangkok (Unpublished master's independent study)].* Bangkok University, Pathumtani, Thailand.
- Awang, Z. (2015). *SEM made simple: A gentle approach to learning Structural Equation Modeling.* Bandar Baru Bangi : MPWS Rich Publication.
- Awang, Z., Hui, L. S., and Zainudin, N. F. S. (2018). *Pendekatan mudah SEM-Structural equation modelling.* Bandar Baru Bangi : MPWS Rich Resources.
- Bank of Thailand. (2021). *Thurakam phap ruam rabop kanchamra ngoen [Payment System Overview].* Retrieved January 2021, from <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx>.



- Boonprasert, Ch. (2017). *Patchai thi mi 'itthiphon to kanyomrap kanchai 'aep phlikhechanlai khong phusung'ayu [Factors Influencing the Adoption of Line Application Using for Elderly Users (Unpublished master's independent study)]*. Chaingmai Rajabhat University, Chaingmai, Thailand.
- Chouyboonchoo, N. et al. (2019). Kanyomrap theknoloyi lae khunnaphap kan boikan thi mi 'itthiphon to khwam chongrakphakdi khong phuchai boikan thanakhon 'ilekthronik [Effects of Technology Acceptance and Service Quality on Customer Loyalty for Electronic Banking]. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*. 11(1),31-52.
- Darapong, N. (2017). *Patchai thi song phon to kanyomrap theknoloyi mobile banking [Factors affecting the acceptance of mobile banking technology]. (Unpublished master's independent study)*. Thammasart University, Pathumtani, Thailand.
- Dechanubeksa, P. (2018). Nawattakam theknoloyi thang kanngoen kap kan boikan thang kanngoen [FinTech Innovation and Financial Service]. *Rajabhat Maha Sarakham University Journal*, 12(2),185-191.
- De Leon, M. V. (2019). Factors influencing behavioural intention to use mobile banking among retail banking clients. *Jurnal Studi Komunikasi*. 3(2),118-137. DOI:10.25139/jsk.3i2.1469.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The reasoned action approach*. New York : Psychology Press.
- Foroughi, B., Iranmanesh, M. and Hyun, S.S. (2019). Understanding the determinants of mobile banking continuance usage intention. *Journal of Enterprise Information Management*. 32(6),1015-1033. DOI: 10.1108/JEIM-10-2018-0237
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7<sup>th</sup> Ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall.
- Hajiyev, J. and Chang, C.-T. (2017). Gen Y members' mobile banking adoption intention and actual use in Azerbaijan and Turkey : The technology acceptance model and social cognitive theory approach. *Journal of Internet Banking and Commerce*. 22(S7),1-33.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., and Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*. 11(3),340. DOI:10.3390/sym11030340
- Isaac, O., Abdullah, Z., Ramayah, T., and Mutahar, A. M. (2017). Internet usage within government institutions in Yemen: An extended technology acceptance model (TAM) with internet self-efficacy and performance impact. *Science International*. 29(4), 737-747.
- Jaradat, M. I. R. M., Moustafa, A. A., and Al-Mashaqba, A. M. (2018). Exploring perceived risk, perceived trust, perceived quality and the innovative characteristics in the adoption of smart government services in Jordan. *International Journal of Mobile Communications*, 16(4),399-439.
- Joo, Y. J., Park, S., and Lim, E. (2018). Factors influencing pre-service teachers' intention to use technology: TPACK, teacher self-efficacy, and technology acceptance model. *Journal of Educational Technology and Society*. 21(3),48-59.
- Kasikorn Research Center. (2020). Phruttkam Contactless Payment dan kanchai Mobile Banking lae e - Wallet toeptotoung thamklang kan khengkhan thi khemkhon [Contactless Payment behavior driving mobile banking and e-Wallet usage to continue to grow. In the midst of intense competition] Retrieved December 2020, from <https://medias.thansettakij.com/pdf/2020/1598971430.pdf>.
- Kongmaneechachwan, T. and Suwannoi, T. (2019). khwamtangchai nai kanluk chai 'aepho phlichan kan chai ngoen rahat QR phan thorasap samatfon [Intention to Use the QR Code Payment Application Through Smartphone]. *Kasem Bundit Journal*. 20(2),122-131.



- Kongthong, K. and Phothong Saengarun, R. (2020). Khwāmtangchāi choēng phruttkam nai kānchai theknōyī khōng klum chēnoērechan bebī būm mōē lāe chēnoērechan 'ek [Behavioral Intentions using Technology of B Generation and X Generation]. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology*. 6(2),43-57.
- Kwanjaisakul, T. (2017). *Patchai thī mī 'itthiphon tō khwāmtangchāi chai bōrīkān chamra ngoēn phān rabop mō bāi bāng king lāe rabop mō bāi phē mēn* [Factors affecting intention to use payment services: mobile banking Vs mobile payment system Unpublished master's independent study]. Thammasart University, Pathumtani, Thailand.
- LE, H. B. H., NGO, C. T., TRINH, T. T. H., and NGUYEN, T. T. P. (2020). Factor Affecting Customers' Decision to Use Mobile Banking Service: A Case of Thanh Hoa Province, Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(2),205-212. DOI:10.13106/jafeb.2020
- Lew, S., Tan, G. W. H., Loh, X. M., Hew, J. J., and Ooi, K. B. (2020). The disruptive mobile wallet in the hospitality industry: An extended mobile technology acceptance model. *Technology in society*. 63,1-10. DOI: 10.1016/j.techsoc.2020.101430
- Mostafa, A. A., and Eneizan, B. (2018). Factors affecting acceptance of mobile banking in developing countries. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 8(1),340-351. DOI: 10.6007/IJARBS/v8-i1/3812
- Natwattanakul, K and Thanompolkarn, K. (2017). Kān wikhō 'ongprakōp choēng yūnyan lamdap thī sōng dān khwāmkahtwāng khōng phūchai bōrīkān Mobile Banking (MyMo) Thanākān 'Omsin sākā Nakhōn Pathom [The Second Order Confirmatory Factor Analysis for Expectations of Mobile Banking UserS (MyMo), Government Savings Bank, Nakhon Pathom Branch]. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*. 4(1),62-73.
- Niyommangmee, O. (2019). *Patchai thī song phon tō khwāmtangchāi chai bōrīkān rapcha ra ngoēn duāi QRCode khōng phū khā rāi yō* [Factors Affecting Intention to use Payment Service by QR code of Retailers Unpublished master's Thesis]. Silpakorn University, Nakhonpathom, Thailand.
- Nurittmont, W. (2020). Itthiphon khōng kān yōm rap theknōyī thī mī tō phruttkam kān chai bōrīkān thurakam thāng kānngoēn phān 'āe pō phali khē chan bon thōrasap khluānthī [The Influence of Technology Acceptance on Financial Transaction Service Behavior through Mobile Phone Application]. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*. 8(S),189-199.
- Nurittmont, W. and Charoenkitthanalap, S. (2018). Patchai thī mī 'itthiphon tō kānyōmrāp theknōyī lāe khwāmtangchāi chai bōrīkān chamra ngoēn khōng phubōrīphok run mai duāi prokrām prayuk khio 'ā khōt phān thōrasap khluānthī samātfōn [The Factors Influnce On Technology Acceptance And Using Service Intention For Payment Of Young Consumers By Qr Code Application Trough Smart Phone]. *The journal of social communication innovation*. 6(2),40-50.
- Ongiem, A. et al. (2018). kāntrūatsōp khunnaphāp khruāngmū wīchai [Validation of the Tests]. *Thai J Anesthesiol*, 44(1), 36-42.
- Ooi, and Tan. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Expert Systems with Applications*. 59,33-46. DOI: 10.1016/j.eswa.2016.04.015
- Ozturk, A. B. (2016). Customer acceptance of cashless payment systems in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(4), 801-817. DOI: 10.1108/IJCHM-02-2015-0073



- Payakkapong, A. (2017). Bæpçamlōng kanyōmrāp theknōlōyī nai kān khængkhan thāngkān talā [Technology Acceptance Model (TAM) for Marketing Competitive]. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*. 11(25),128-136.
- Phuthong, Th. and Mangsungnoen, N. (2017). čāčai thī mī ‘itthiphon tō khwām tangčai nai kanyōmrāp bōrīkān sukkhaphāp phān thōrasap khlūanthī khōng phūsūng‘āyū [Factors influencing the elderly intention to use and adopt mobile health services]. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 10(3), 548-566.
- Phusiri, P. et al. (2019). Kānrāprū prayōt kānrāprū khwāmsiāng kānrāprū kānchai ngān ngāi læ thatsanakhati thī mī phon tō kanyōmrāp khōng phubōrīphok nai kānnam theknōlōyī sēn ton kamnoet mā chai nai sāt chalō wai [Perceived Usefulness, Perceived Risk, Perceived Ease of Use and Attitude Affecting on Consumer Acceptance in Stem Cell Technology in Anti-Aging Medicine]. *Journal of the Association of Researchers*. 24(3),57-73.
- Sánchez-Torres, J. A., Sandoval, A. V., and Alzate, J. A. S. (2018). *E-banking in Colombia: factors favoring its acceptance, online trust and government support*. *International journal of bank marketing*. 36(1),170-183. DOI: 10.1108/IJBM-10-2016-0145
- Sangyu, P. (2018). *Patchai thī mī ‘itthiphon chæng būak tō khwām tangčai thī ča chai kānchamra ngoen bæp ‘ilekthronik A khōng phubōrīphok nai phunthī sūnkānkha sayāmsakhwæ Krung Thep Maha Nakhon [Factors Positively Influencing Intention to Use Electronic Payment A of Consumers at Siam Square Shopping Area in Bangkok (Unpublished master’s independent study)]*. Bangkok University, Pathumtani, Thailand.
- Sarfaraz, J. (2017). Unified theory of acceptance and use of technology (Utaut) model-mobile banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*. 22(3),1-20.
- Sasithanakornkaew, S. et al. (2020) Kanyōmrāp læ phrutikam kānchai netflik khōng prachāchon nai khēt Krung Thep Maha Nakhon [Acceptance of Netflix and Netflix Consumer Behaviorin Bangkok]. *Manutsayasat Wichakan Journal*. 27(2),258-276.
- Shafique, M., and Zia-ur-Rehman, M. (2021). Impact of Talent Management on Employees’ Work Outcomes. *Sir Syed Journal of Education & Social Research*, 4(1), 405-415. DOI: 10.36902/sjesr-vol4-iss1-2021(405-415)
- Siamrath Online. (2020). Rūthan phrutikam kānchai ngān thōrasap mū thū samātfōn læ sēn rōp lōk [Be aware of mobile phone usage habits, smartphones and trends around the world]. Retrieved November 2020, from <https://siamrath.co.th/n/149194>.
- Sorndee, P. (2017). kanyōmrāp nawattakam mō bai bængking ‘æp phlikhēchan khōng klum phūchai ngān thī mī āyū sīsip - hoksip pī [Innovation Acceptance Mobile Banking Application between 40-60 Years Old]. (Unpublished master’s independent study)]. Bangkok University, Pathumtani, Thailand.
- Surachman, A. (2013). *Analysis of the Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Subjective Norm, Mobility, and Use Situation on Individual Intention to Use M-Library* (Unpublished doctoral’s dissertation)]. Gadjah Mada University, Yogyakarta, Indonesia.
- Susanto, A., Chang, Y. and Ha, Y. (2016). Determinants of continuance intention to use the smartphone banking services: an extension to the expectation-confirmation model. *Industrial Management & Data Systems*. 116(3),508-525. DOI: 10.1108/IMDS-05-2015-0195
- Tahar, A., Riyadh, H. A., Sofyani, H., and Purnomo, W. E. (2020). Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived security and intention to use e-filing: The role of technology readiness. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*. 7(9),537-547. DOI:10.13106/jafeb.2020



- Wanichbancha, Y. (2016). *Kān wikhrõ sathiti : sathiti samrap bõrihañ læ wichai (phim khrang thī 16)* [Statistical Analysis: Statistics for Management and Research]. 16<sup>nd</sup> Ed. Bangkok : Chulalongkorn University Press.
- Wongkittichaikul, P. (2019). *Patchai thī song phon tõ kānchai ngān Krungthai NEXT khōng klum wai sī ngoēn nai Krung Thep Maha Nakhon* [Factors affecting the use of Krungthai next among silver age in Bangkok (Unpublished master's Thesis)]. Silpakorn University, Nakhonpathom, Thailand.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2<sup>nd</sup> Ed. New York : Harper and Row.