

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

Factor Affecting Mobile Banking Service Selection in Hat Yai, Songkhla

ชวัลลักษณ์ ประทุมทอง

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอ
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารทาง โทรศัพท์มือถือ (Mobile
Banking) พร้อมทั้งศึกษาถึงความตั้งใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้
บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรที่
ทำการศึกษา คือ กลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของธนาคารในประเทศไทย ที่
อาศัยอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถาม และได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับที่มี
ความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 400 ชุด

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เป็นเพศหญิง
มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท เอกชน พฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่ามีความถี่ในการใช้บริการน้อยกว่า
5 ครั้งต่อเดือน โดยนิยมใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินพื้นฐาน โดยมีลักษณะของการใช้
บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในการทำธุรกรรมโอนเงินระหว่างบัญชี และพบว่าปัจจัยที่ส่งผล
ต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมาก
ไปน้อย ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านความปลอดภัย และ
ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยัง พบว่า ความตั้งใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile
Banking) โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ผู้ใช้บริการ มีระดับความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ
(Mobile Banking) โดยรวมแล้วตั้งใจหรือยินดีที่จะทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking อยู่ในระดับมาก ในส่วนการทดสอบ
สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคาร ทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอ
หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ร้อยละ 24.9 ($R^2 = .249$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรที่สามารถร่วมกัน
พยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และปัจจัยโดยภาพรวม

คำสำคัญ: Mobile Banking, ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ, ธุรกรรมทางการเงิน

ABSTRACT

The purposes of this research were to study behavior and decision of mobile banking usability that effected mobile banking service selection. The study was a quantity research. The sample consisted of consumers who used mobile banking in Hat Yai, Songkhla. Data collections was 400 questionnaires.

As the result, the sample consisted of consumers who used mobile banking is undergraduate women, between 20-29 years old and company employees. Major behavior of mobile banking usability frequency is 5 time per month. Most consumers used Siam Commercial Bank service for basic financial transaction that consisted of 4 factors in descending order as follows: beneficial of user manual, easily access, safety and, risk, respectively.

Furthermore, researcher found that decision of mobile banking service selection in descending order, consumers satisfied to use service in high level. Hypothesis testing of factor affecting mobile banking service selection was on 24.9% ($R^2 = .249$), statistical significance was 0.5, and there was variable that was able to significantly predict as follows: beneficial of user manual knowledge and overview factor.

Keywords: Mobile Banking, Banking on phone, financial transaction

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันถือเป็นยุคแห่งการก้าวล้ำของเทคโนโลยีที่มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาปรับใช้กับการดำเนินการในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับการทำธุรกรรมทางการเงิน เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป ธนาคารต่างๆ จึงได้คิดค้นสร้างผลิตภัณฑ์ นั่นคือ แอปพลิเคชันการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล (Digital) เช่น (Mobile Banking) เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและสร้างฐานลูกค้าใหม่ แอปพลิเคชันทางการเงินในปัจจุบันจึงเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก และมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากธนาคารต่างๆ ได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชัน (Mobile Banking) อย่างต่อเนื่อง โดยการคิดค้นนวัตกรรมและสร้างบริการทางการเงินที่แปลกใหม่ทันสมัย ครอบคลุมทุกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทำให้มีภาวะการแข่งขันเกิดขึ้นมากในปัจจุบัน

Mobile Banking คือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต บนโทรศัพท์มือถือ มีบริการทางการเงินที่หลากหลาย เช่น ถ้ามียอดบัญชี ดูรายการธุรกรรมย้อนหลังได้ โอนเงิน จ่ายบิล และบริการชำระเงินด้วย (QR Code) เป็นต้น

จากปัญหาดังกล่าวจึงทำให้ (Mobile Banking) ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ปรับจากรูปแบบเดิมในการทำธุรกรรมที่ธนาคาร มาเป็นรูปแบบใหม่โดยการใช้โทรศัพท์มือถือแทนการเข้าไปใช้บริการในธนาคาร ซึ่งเมื่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินที่เปลี่ยนไป ธนาคารต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง โดยไม่สามารถทำธุรกิจรูปแบบเดิมได้ หลายธนาคารจึงเปิดฉากการแข่งขันผ่าน (Mobile Banking) กันอย่างสูง

จากข้อมูลข้างต้นจึงแสดงให้เห็นว่าในอนาคตช่องทางดิจิทัล (Digital) จะมาเป็นช่องทางหลักในการทำธุรกรรมของลูกค้า ทั้งผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และ (Mobile Banking) แต่จะเห็นแนวโน้มคนเปลี่ยนมาใช้ช่องทาง (Banking) มากกว่าอินเทอร์เน็ต อัตราการเติบโตช่องทาง (Mobile Banking) ขยายตัวอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด การแข่งขันในอนาคตของธนาคารพาณิชย์จะเห็นการพัฒนาแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถทำธุรกรรมที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้แทนช่องทางสาขาและ (ATM) คาดว่าภายในอีก 1-2 ปี จะเห็นการพัฒนาแอปพลิเคชันนอกเหนือจากการทำธุรกรรมการเงิน เช่น การทำโลเคชันมาร์เก็ตติ้ง (Location Marketing) การนำ (Big Data Analytics) มาวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อตอบโจทย์การบริการและการขยายผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกลุ่มลูกค้า ซึ่งทั้งนี้เป็นการเพิ่มรายได้ดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมให้กับธนาคารได้ สำหรับประโยชน์ของ (Mobile Banking) ต่อลูกค้า เป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงิน ที่สามารถช่วยลดระยะเวลาในการต่อคิว หรือไม่ต้องเสียเวลาเดินทางในการเข้าไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร เนื่องจากปัจจุบันมีภาวะการณ์ที่เร่งรีบ ผู้บริโภคต้องการความสะดวกรวดเร็ว ซึ่ง Mobile Banking เป็นบริการทางเลือกอีกช่องทางหนึ่งให้กับลูกค้า เพราะผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ธนาคารสร้างขึ้นมานั้น มีการทำธุรกรรมต่างๆ ที่ครบวงจร เปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และยังสามารถเปิดใช้บริการจากที่ไหนก็ได้ โดยใช้บริการผ่านทางโทรศัพท์มือถือ

ดังนั้น การศึกษาวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จึงมีประโยชน์และความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากผลของการศึกษาสามารถช่วยให้ธนาคารสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบ (Mobile Banking) ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างต่อเนื่องและมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความตั้งใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้ คือ

1. การวิจัยนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผล โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ผู้วิจัยได้เริ่มทำการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่าง ตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคม 2561 ถึงเดือนมกราคม 2562

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทาง โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยศึกษาตัวแปร ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ ความถี่ในการใช้งาน
 - ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เพื่อเป็นการวางแผนทางการตลาด และใช้การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้ในอนาคต
2. ผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้สามารถเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)
3. สามารถนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงในปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เพื่อเป็นการตอบสนองผู้บริโภคได้ดีขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

ประเภทของงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อมุ่งค้นหาข้อเท็จจริงจากการเก็บข้อมูลความคิดเห็น การยอมรับเทคโนโลยี และการยอมรับนวัตกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กรอบแนวความคิดการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)
 - ความถี่ในการใช้งาน
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)
 - ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
 - ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน
 - ปัจจัยด้านความปลอดภัย
 - ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง
3. ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ (สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้) มีบัญชีธนาคารพาณิชย์อาศัยอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยสำรวจจากผู้ใช้งาน Mobile Banking ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มประชากรที่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถหาจำนวนประชากรที่แน่นอนจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีขนาดตัวอย่าง โดยการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งได้มีการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้เป็นค่าความถี่และค่าร้อยละ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check-List) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เป็นมาตรวัดลักษณะของข้อคำถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) สร้างเครื่องมือที่ช่วยในการศึกษาข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ควบคู่ไปกับการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเอง โดยข้อมูลทั้งหมดรวมกัน เท่ากับ 400 แบบทดสอบ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) ศึกษาค้นคว้าข้อมูล จากบทความ งานวิจัย เอกสารทางวิชาการ รวมถึงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตตามเว็บไซต์ต่างๆ และรวบรวมทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มาเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาดำเนินการดังนี้

1. ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer) โดยเมื่อได้รับแบบสอบถามครบตามจำนวนที่ต้องการแล้วจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัส (Coding) แล้วใส่ข้อมูลลงในตาราง โดยการนำข้อมูลทั้งหมดบันทึกประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายและนำเสนอค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ
3. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้เครื่องมือ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ได้กำหนดไว้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ (\bar{X})
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
 - 1.3 ค่าร้อยละ
2. สถิติในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ได้แก่
 - 2.1 ความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค
3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่
 - 3.1 การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Multiple Regression

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้ผู้ศึกษานำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

R^2	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
B	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
Beta	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน
ToB	ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
ToC	ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน
ToD	ปัจจัยด้านความปลอดภัย
ToE	ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง
ToTotal	ปัจจัยโดยภาพรวม
ToDecision	การเลือกใช้บริการ

ส่วนที่ 2 การนำเสนอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ตัวแปรที่ศึกษาหาค่าจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการศึกษา

1. การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการ (Mobile Banking) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน น้อยกว่า 5 ครั้ง โดยนิยมใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บริการเกี่ยวกับธุรกรรมประเภทโอนเงินระหว่างบัญชี และผู้บริการทั้งหมดสามารถทำธุรกรรมผ่าน ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ได้ทั้งหมด

3. การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) พบว่า ผู้ใช้บริการ มีระดับความสำคัญต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับความต้องการใช้ องค์ประกอบในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน 2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความปลอดภัย 2. ด้านการรับรู้ความเสี่ยง

4. การศึกษาระดับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ผู้ใช้บริการ มีระดับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) โดยรวมแล้วตั้งใจหรือยินดีที่จะทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) สามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. การศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการ (Mobile Banking) ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. การศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการ Mobile Banking ธนาคาร ที่เลือกใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 38.50 และพบว่าส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน น้อยกว่า 5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54.25 ในขณะที่ของการโอนเงินระหว่างบัญชี คิดเป็นร้อยละ 53.25 ซึ่งมีผู้บริการทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 สามารถทำธุรกรรมผ่าน ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ได้ทั้งหมด การให้บริการทำธุรกรรมพื้นฐานที่ได้รับความนิยม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในประเด็นการกระทำของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550, หน้า 9) ที่อธิบายว่า การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วย เหตุผลหลายประการ

3. การศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ Mobile Banking โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สามารถ

เรียงลำดับความต้องการใช้ของค์ประกอบในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน 2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความปลอดภัย 2. ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ จากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking เป็นผลมาจากความเชื่อของบุคคล การศึกษา พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกที่มากกระทบ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสามารถนำไปใช้อธิบายการยอมรับเทคโนโลยีนวัตกรรมอื่นได้อย่างหลากหลาย (Davis, 1989) กล่าวว่าการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี คือ ทศนคติความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานของบุคคลนั้น เป็นความเชื่อหรือมุมมองในการวิเคราะห์และตระหนักถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากเทคโนโลยี หากคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีตรงกับความต้องการของบุคคลจะนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีต่อไป และการรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี จะเป็นอีกมุมมองหนึ่งของการพิจารณาเทคโนโลยี หมายถึง ทศนคติ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อขั้นตอนวิธี การใช้เทคโนโลยีที่เข้าใจง่าย (Davis, 1989) สามารถศึกษาวิธีการใช้งานได้โดยไม่ต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาเฉพาะด้าน McAllister (1995) ศึกษาความไว้วางใจบนพื้นฐานของการรับรู้จากข้อสังเกต และการรับรู้ที่เกิดจากผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติและลักษณะของผู้ขายออนไลน์ จาก 3 ตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ คุณภาพของสารสนเทศ การรับรู้ถึงความเป็นส่วนตัว และการรับรู้ถึงการรักษาความปลอดภัย

4. การศึกษาระดับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ผู้ใช้บริการมีระดับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) โดยรวมแล้วตั้งใจหรือยินดีที่จะทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking อยู่ในระดับมาก เป็นผลมาจากการรับรู้ที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล การรับรู้สิ่งใหม่ๆ (นวัตกรรม) จนเกิดการยอมรับและนำไปใช้ในที่ที่สุด (ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ, 2557) ได้อธิบายเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นขั้นตอน (Process) ที่เกิด ขึ้นภายในบุคคลเริ่มจากได้ยินในเรื่องราววิทยการนั้นๆ จนยอมรับและนำไปใช้ในที่ที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นรับรู้หรือตื่นตน 2) ขั้นสนใจ 3) ขั้นประเมินค่า 4) ขั้นทดลอง และ 5) ขั้นตอนการยอมรับ

ข้อเสนอแนะสำหรับธนาคาร

1. ธนาคารควรให้ความสำคัญของความง่ายในการใช้งาน Mobile Banking เพื่อให้สามารถเรียนรู้การใช้งานได้ไม่ยาก ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการที่จะตัดสินใจเลือกใช้งาน Mobile Banking
2. ธนาคารควรเน้นย้ำถึงประโยชน์ของการใช้บริการ Mobile Banking ให้สามารถเข้าถึงได้ทุกที่และทุกเวลา และสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างกับช่องทางให้บริการทางการเงินช่องทางอื่นๆ
3. ธนาคารควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการใช้บริการ Mobile Banking เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. ธนาคารควรให้ความสำคัญกับความเสี่ยงในการใช้บริการ Mobile Banking เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการใช้บริการ ซึ่งธนาคารควรที่จะมีการจัดเก็บข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking โดยไม่นำข้อมูลไปใช้เพื่อประโยชน์แก่บุคคลอื่น

ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

1. จากงานวิจัยข้างต้นควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัดด้วย เพื่อศึกษาว่า ผลการวิจัยที่ได้มีความเหมือนหรือแตกต่างกับงานวิจัยข้างต้นหรือไม่ และมีปัจจัยอื่นอันใดที่

ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ศึกษาเฉพาะในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ธนาคารนำผลการวิจัยที่ได้ไปศึกษาเพิ่มเติม และพัฒนาระบบ Mobile Banking ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ บริการให้ได้มากที่สุด

2. ควรศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยเป็นผลของการรับรู้คุณภาพของสินค้า และการนำเสนอให้กับผู้รับบริการ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ ดร. กฤติยา ยงวณิชย์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงเจ้าหน้าที่โครงการ MBA ที่คอยให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ ตลอดจน ขอบขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือต่าง ๆ จากครอบครัว หัวหน้างาน รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ที่มีส่วนร่วมทำให้งานวิจัยฉบับนี้ประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธนาคารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ Mobile Banking ซึ่งหากงานวิจัยครั้งนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

ภานุพงศ์ เสกทวีลาภและรวีพรรณ สุภาวรรณ. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud storage ในระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models (Electronics version). **Journal of Management Science**, 35(8), 982 – 1003.

McAllister, D. J. (1995). Affect and Cognitive-based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. **Academy of Management Journal**, 38(1), 24-59.