

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรม
ทางการเงิน:กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)ในเขตจังหวัดตรัง

**FACTORS INFLUENCING THE ACCEPTANCE OF KRUNGTHAI NEXT
APPLICATION FOR FINANCIAL TRANSACTION: A CASE STUDY : KRUNGTHAI
BANK PUBLIC COMPANY LIMITED IN TRANG PROVINCE**

ณดาบงกช เดชพิชัย

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยพัฒนากรอบแนวคิดตามทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน กับธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตพื้นที่จังหวัดตรัง จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย Independent Sample t-test, One-Way analysis of variance (One-way ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ โดยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงินทุกด้านมีความสำคัญในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม ส่วนประเภทของการทำธุรกรรมที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในทุกๆด้านยกเว้น ด้านความคาดหวังในความพยายาม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก ช่วงเวลาในการใช้งานที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในทุกๆด้านยกเว้น ด้านความคาดหวังในความพยายาม ความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในทุกๆด้าน และเหตุผลในการเลือกใช้งานที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในทุกๆด้าน ยกเว้นด้านอิทธิพลของสังคมและด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

คำสำคัญ : การยอมรับ แอปพลิเคชัน เทคโนโลยี ธุรกรรมทางการเงิน

ABSTRACT

This independent study aims to study demographic factors and the behavior of using Krungthai Next application that influencing the acceptance of Krungthai Next application for financial transactions by developing the conceptual framework based on the theory of acceptance and technology using.

The study used a sample group of 385 persons who use the Krungthai Next application for financial transactions with Krung Thai Bank Public Company Limited in Trang Province by questionnaires were administrated as instruments for data collection. The statistics used for data analysis are descriptive statistics which consisting of Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, including inferential statistics which consisting of Independent Sample T-test, One-Way Analysis of Variance (One-way ANOVA) and Fisher's Least Significant Difference (LSD) at the statistical level of 0.05

The study found that factors of the acceptance of Krungthai Next application for all financial transactions are at the highest level. The hypothesis testing indicated that the different average monthly incomes influence the acceptance of Krungthai Next application for financial transactions in terms of expectations from efforts, the social influence, the different transaction types influence the acceptance of Krungthai Next application in all respects, except for the expectation from efforts and the condition of the facilities, the different usage periods influence the acceptance of Krungthai Next application in all aspects, except for the expectation from efforts, the different usage frequencies influence the acceptance of Krungthai Next application in all aspects and the different reasons for selection influence the acceptance of Krungthai Next application in all aspects, except for the social influence and condition of facilities.

Keywords: acceptance, application, technology, financial transaction

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคแห่งเทคโนโลยี มีการนำเครื่องมือทางเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่มีวันสิ้นสุดของมนุษย์ และเทคโนโลยีมีบทบาทช่วยให้การใช้ชีวิตประจำวันมีความเรียบง่ายมากขึ้น ทำให้ยุคปัจจุบันกลายเป็นยุคแห่งโลกไร้พรมแดน การให้บริการทางการเงินก็เช่นเดียวกัน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยการนำเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างนวัตกรรมทางการเงินเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ ประหยัดเวลา มีรูปแบบที่สามารถเข้าถึงงานได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว มีต้นทุนหรือค่าธรรมเนียมที่ต่ำ อีกทั้งการนำเทคโนโลยีมาใช้ทางการเงิน สามารถเพิ่มความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินได้มากขึ้น ซึ่งการที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการต้องปรับตัว ปรับทัศนคติ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนวิธีการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่นเดียวกันผู้ใช้บริการอย่างธนาคาร ก็จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหน้าตาไปตามเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนไป

เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้ามากขึ้น พร้อมทั้งความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้บริการ ทำให้การตัดสินใจทำธุรกรรมและเข้าถึงบริการทางการเงินไม่ถูกจำกัดอยู่กับการใช้บริการผ่านสาขาของธนาคารเพียงอย่างเดียว แต่ผู้ใช้บริการสามารถที่จะเลือกใช้บริการหรือทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกกันว่า อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง หรือธนาคารออนไลน์ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ที่สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา เสมือนทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตนเองตลอด 24 ชม.(โดยที่ลูกค้าแทบจะไม่ต้องติดต่อสาขา) เป็นการให้บริการของธนาคารที่อำนวยความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ครอบคลุม ไม่ว่าจะโอนเงิน ถอนเงิน จ่ายบิล ชำระค่าสินค้าหรือบริการ ซื้อขายหรือสับเปลี่ยนกองทุน การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หรือแม้กระทั่งการซื้อประกันภัยต่าง ๆ ที่สำคัญผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการได้ฟรี ไม่เสียค่าธรรมเนียม ไม่มีค่าบริการรายเดือน แต่อย่างไรก็ตามยังมีผู้ใช้บริการอีกบางส่วนที่ยังคงใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทางเดิม คือใช้บริการผ่านช่องทางสาขาของธนาคาร ซึ่งผู้ใช้บริการกลุ่มนี้อาจจะยังไม่เชื่อมั่น ยังไม่มั่นใจ หรือไม่ถนัดในเรื่องของการใช้เทคโนโลยี จึงยังไม่กล้าตัดสินใจใช้บริการและทำธุรกรรมผ่านช่องทางธนาคารออนไลน์ซึ่งเป็นบริการรูปแบบใหม่ของธนาคารในยุคปัจจุบัน ถึงแม้จะใช้งานง่าย และมีความปลอดภัยสูง

ในยุคปัจจุบันแอปพลิเคชัน(Application)ของธนาคารออนไลน์ที่ใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นที่นิยมอย่างมาก เนื่องจากผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ครอบคลุม ครบถ้วน และธนาคารกรุงไทย(จำกัด)มหาชน ก็มีบริการธนาคารออนไลน์รูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า กรุงไทยเน็กซ์ ที่ปฏิวัติรูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ โดยการรวมบริการ KTB Online (เดิม) และ KTB netbank (เดิม) เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้บริการ

และเพื่อสร้างความแตกต่าง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับธนาคารคู่แข่ง ภายใต้แนวคิด “ชีวิตครบ แอปเดียวอยู่” ด้วยฟังก์ชันการทำงานที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ครบถ้วน สามารถเรียกดูบัญชี เปิดบัญชี โอนเงิน ถอนเงินโดยที่ไม่ต้องใช้บัตร เดิมเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ ซื้อขายสับเปลี่ยน กองทุน การสแกน QR code ต่างๆ เหมือนยกธนาคารทั้งธนาคารอยู่บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ที่อยู่ในมือ โดยกลุ่มที่เลือกใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ คาดว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มวัยทำงาน และผู้ที่ต้องการความสะดวกสบาย หรือผู้ที่ไม่มีเวลามากพอที่จะใช้บริการหรือทำธุรกรรมผ่านช่องทางสาขาของธนาคาร เนื่องจากแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์สามารถตอบทุกโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการ และยังสามารถจัดการกับเงินในบัญชีได้ด้วยตนเองอย่างง่ายๆ โดยที่ผู้ให้บริการไม่ต้องรอคิว ไม่ต้องเดินทาง ช่วยให้ผู้ใช้บริการมีเวลาในการทำกิจกรรมอย่างอื่นเพิ่มขึ้น อีกทั้งผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความไว้วางใจ ปลอดภัย อุ่นใจ สบายใจ เพราะไม่ต้องพกเงินสดให้เป็นอันตราย

จากความสำเร็จที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นทำให้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงการให้บริการธนาคารออนไลน์ รวมถึงนำผลการเรียนรู้ สร้างเป็นบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านบริการธนาคารออนไลน์ของธนาคารกับธนาคารคู่แข่งอื่นๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน
2. เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ในเขตจังหวัดตรัง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งาน มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ในเขตจังหวัดตรัง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย ออกเป็น 2 ตัวแปร ดังนี้

1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้งาน แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

1.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งเหมาะต่อการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ลักษณะสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.2 ปัจจัยด้านพฤติกรรม ประกอบด้วย ลักษณะสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประเภทของการทำธุรกรรมทางการเงินที่บ่อยที่สุด ด้านช่วงเวลาการใช้งาน ด้านความถี่ในการใช้งาน และด้านเหตุผลในการเลือกใช้งาน

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ประกอบด้วย ลักษณะสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

สำหรับพื้นที่การศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน คือ สาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตพื้นที่จังหวัดตรัง จำนวน 12 ได้แก่ สาขาทรง สาขาทับเที่ยง สาขาทลาดเมืองตรัง สาขาย่านตาขาว สาขากันตัง สาขานาโโยง สาขาห้วยยอด สาขาสิเกา สาขากะปาง สาขาโรบินสันตรัง สาขาสิริบรรณช็อบปิ้งเซ็นเตอร์ และสาขาบีกชีตรัง

3. ขอบเขตด้านประชากร

3.1. ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่จังหวัดตรัง ซึ่งผู้ใช้งานเป็นบุคคลธรรมดา ที่มีอายุตั้งแต่ 15ปี ขึ้นไป มีบัญชีประเภทบัญชีออมทรัพย์ หรือบัญชีกระแสรายวัน หรือบัญชีเงินฝาก Krungthai NEXT Saving (บัญชีเงินฝากที่ไม่มีสมุดคู่ฝาก) ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย และต้องมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จดทะเบียนในประเทศไทย พร้อมเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

3.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารกรุงไทย เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร W.G.Cochran (1953) ซึ่งสามารถคำนวณได้ตัวอย่างประชากรเท่ากับ 385 คน

3.3.วิธีการสุ่มตัวอย่าง เลือกจากกลุ่มตัวอย่างประชากรแบบโควตา (Quota sampling) สาขาละ 33 คน แล้วเลือกสุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ให้ได้จำนวนตัวอย่างประชากรตามที่กำหนดไว้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh และคณะ ซึ่งได้นำทฤษฎีการยอมรับทั้ง 8 ทฤษฎีมาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาทฤษฎี UTAUT โดยอาศัยความโดดเด่นของปัจจัยต่างๆ ทั้ง 8 ทฤษฎีและปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) อิทธิพลของสังคม (Social influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) ซึ่งเป็นปัจจัยการศึกษาพฤติกรรมการใช้ ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ สามารถบอกรายละเอียดที่เด่นชัด คือ

1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance expectancy) คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าระบบต่างๆ สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้เทคโนโลยี หรือช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์ ความต้องการที่คาดหวัง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
2. ความคาดหวังในความพยายาม (Effort expectancy) คือ ความง่ายของการใช้งาน เป็นความเชื่อที่ว่า ไม่ต้องใช้ความพยายามใดๆ ในการใช้งาน หรือเป็นการรับรู้ง่ายในการใช้งาน
3. อิทธิพลของสังคม (Social influence) คือ การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่ากลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลได้ให้ความคาดหวัง มีความเชื่อที่ว่าบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อตนเอง
4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าโครงสร้างพื้นฐานที่องค์กรมี จะช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานได้ มีพฤติกรรมการใช้งานอย่างต่อเนื่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ

Venkatesh (2003, อ้างถึงใน สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร ,2558 หน้า 10) ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT2) จะเน้นบริบทเฉพาะเจาะจงที่มากขึ้น โดยศึกษาพฤติกรรมการใช้ ที่ได้รับแรงขับเคลื่อนจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมประกอบด้วยปัจจัยหลัก 7 ประการ ได้แก่ (1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (2) ความคาดหวังในความพยายาม (3) อิทธิพลทางสังคม (4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (5) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (6) มูลค่าราคา และ (7) ความเคยชิน ส่วนตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ และ (3) ประสบการณ์ ยกเว้นตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ และ (3) ประสบการณ์ ยกเว้นตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรในการใช้งาน ไม่ได้ถูกนำมาศึกษา เพราะเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ Mobile internet โดยสมัครใจ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหลักและตัวแปรเสริมหรือตัวผันแปรตามทฤษฎี UTAUT2

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

เรวัต ตันตยานนท์(2562) การที่เทคโนโลยีอุบัติใหม่จะได้รับการยอมรับจากตลาดหรือผู้บริโภค จำเป็นจะต้องมีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญหลายด้านมารวมตัวกันอย่างพอดี ซึ่งปัจจัยหลักเบื้องต้นที่จะทำให้ผู้ใช้งานหรือผู้บริโภคเกิดความสนใจที่จะลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ประกอบด้วย ปัจจัยต่อไปนี้ คือ

1. คาดหวังว่าเทคโนโลยีใหม่จะดีกว่าเทคโนโลยีเดิม
2. คาดหวังว่าเทคโนโลยีใหม่จะใช้งานได้ง่ายกว่าเทคโนโลยีเดิม
3. ถูกอิทธิพลทางสังคมครอบงำ จนต้องทำตามกระแสสังคมในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่
4. ปัจจัยทางแวดล้อมที่ครบถ้วนจะอำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีใหม่

ซึ่งใน 3 ปัจจัยแรก คือความคาดหวังต่อสมรรถนะ ความคาดหวังต่อความง่ายในการใช้งาน และอิทธิพลของสังคม จะนำไปสู่การจูงใจให้เกิดการอยากลองใช้ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจทดลองใช้ในส่วนที่ 4 จะมีผลโดยตรงต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้งานในทันที และนอกจากนี้ ยังมีปัจจัยเสริมที่ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล เช่น เพศชายจะมีแนวโน้มในการสนใจทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่มากกว่าเพศหญิง ช่วงอายุ ประสบการณ์ และความสมัครใจที่จะเป็นผู้ทดลองใช้ก่อนบุคคลอื่น เป็นต้น

3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาตยา ศรีสว่างสุข(2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการศึกษาพบว่าสิ่งที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินคือปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็น อายุ อาชีพ มีผลทำให้เกิดการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่วนในปัจจัยเรื่องเพศ และช่วงเวลาที่ใช้ไม่มีผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน เนื่องจากผู้ใช้แอปพลิเคชันจะต้องมีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตประจำวันอยู่แล้ว ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมมีผลทำให้เกิดการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Population) คือ ผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของบมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดตรัง โดยเลือกมาจำนวน 12 สาขา ได้แก่ สาขาตรัง สาขาทับเที่ยง สาขาตลาดเมืองตรัง สาขาย่านตาขาว สาขากันตัง สาขานาโยง สาขาห้วยยอด สาขาสิเกา สาขาปะปาง สาขาโรบินสันตรัง สาขาสิริบรรณช็อบปิงเซ็นเตอร์ และสาขาบิกซีตรัง เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบและไม่สามารถหาจำนวนของประชากรที่แน่นอนจากแหล่งข้อมูลที่นำเชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้มีขนาดของตัวอย่าง โดยการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร และกำหนดให้มีขนาดของความแปรปรวนสูงสุด คือ $p = 0.5$ และ $q = 0.5$ และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนในขอบเขตร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยอ้างอิงสูตรของ Cochran ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง (Cochran,1963,อ้างถึงใน ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสุ่มตัวอย่างไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยผู้วิจัยเลือกผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ที่เข้ามาทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดตรัง ทั้ง 12 สาขา โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ดี จึงเลือกกลุ่มตัวอย่างสาขาละ 33 คน รวม 396 คน จากนั้นจึงคัดเลือกเก็บข้อมูลตัวอย่างตามความสะดวก(Convenience Sampling)เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้คือ 385 คน การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, Independent Sample t-test ,One-Way analysis of variance และทำการวิเคราะห์รายคู่ที่แตกต่างกันด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย

1. สรุปผลข้อมูลทางประชากรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 20,001- 30,000 บาท

2. สรุปผลข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำธุรกรรมโอนเงิน รับเงิน โดยส่วนใหญ่ใช้งานช่วงเวลา 10:01 น.-15:00 น. มีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ และเหตุผลที่เลือกใช้งานแอปพลิเคชันส่วนใหญ่รู้สึกถึงการได้รับความสะดวกรวดเร็ว ในการทำธุรกรรม

3. สรุปผลข้อมูลการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก ความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพด้านความคาดหวังในความพยายาม และด้านอิทธิพลของสังคม ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ในภาพรวมสรุปได้ว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในเขตจังหวัดตรังไม่แตกต่างกัน ทั้งในด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ในเขตจังหวัดตรัง แตกต่างกัน ทั้งด้านความคาดหวังในความพยายาม และด้านอิทธิพลของสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และความคิดเห็นที่มีต่อแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ผู้ใช้งานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงินแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการทำธุรกรรมทางการเงินที่ทำบ่อยที่สุด ช่วงเวลาการใช้งาน ความถี่ในการใช้งาน และเหตุผลในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

อภิปรายผล (ถ้ามี)

ความสำคัญปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลทำให้เกิดการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน อาจจะเป็นเพราะเป็นผู้กลุ่มผู้ที่ใช้งานที่ไม่มีความเสี่ยงมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือมีประสบการณ์ มีความชำนาญในการใช้แอปพลิเคชัน มากกว่ากลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอื่นๆ

พฤติกรรมการใช้งานในด้านประเภทของการทำธุรกรรมทางการเงินที่ทำบ่อยที่สุด ช่วงเวลาการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ และเหตุผลในการเลือกใช้งานแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ มีอิทธิพลทำให้เกิดการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งการที่ผู้ใช้งานเกิดการยอมรับแอปพลิเคชันกรุงเทพฯ เน็กซ์นั้น อาจจะเป็นเพราะผู้ใช้งานได้รับความสะดวกสบาย ในการทำธุรกรรม โดยที่ผู้ใช้งานไม่ต้องเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองที่สาขาของธนาคาร อีกทั้งสามารถทำธุรกรรมได้ครบถ้วน หลากหลาย และประหยัดเวลา ไม่ต้องรอคิว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนาตยา ศรีสว่างสุข(2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมาโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร และ สัญชัย ชุณหะนันดล (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันคนไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้เสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ในส่วนของปัจจัยหรือตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยสามารถทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันคนไทยเน็กซ์ในการทำธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น
2. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อแอปพลิเคชันคนไทยเน็กซ์ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาระบบให้มีเสถียรภาพ หรือมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาโดยการวิจัยสำรวจในด้านของความปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชัน เนื่องจากในปัจจุบันก้าวสู่ยุคดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ใช้งานตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ให้บริการและผู้ใช้งานแอปพลิเคชันต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎิกา คงสมพงษ์.(2552).การบริหารการตลาดในพหุวัฒนธรรม.สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รพร ศรีพลวัฒน์.(2552).ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ และใช้บริการโมบาย แบงก์กิง.การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ.(2547). การจัดการและการตลาดบริการ.กรุงเทพมหานคร:บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ.(2546). การตลาดบริการ.กรุงเทพมหานคร:บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560) .การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.กรุงเทพมหานคร:บริษัท เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- นาตยา ศรีสว่าง.(2558).ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์.(2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันไลน์.การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ,องอาจ ปะทะวานิช และฉัตรชัย ลอยฤทธิวิฎ์ไกร.(2541).การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพมหานคร:บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

- สัญชัย ชุณหบัณฑิต .(2553).ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในประเทศไทย.การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร และคณะ.(2555).ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UnifiedTheory of Acceptance and Use of Technologyหรือ UTAUT2).มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง,กรุงเทพมหานคร.
- สุชาดา บัวทองสุข.(2553). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สร้อยตระกูล (ตี๋ยานนท์) อรรถมานะ.(2542). พฤติกรรมองค์การ:ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร.สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัญกร หวังวณิชพันธุ์.(2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้บริโภคบนแอปพลิเคชันไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล. (2557).การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน).(2562).Krungthai next .ค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2562,จาก <https://www.ktb.co.th/th/content/personal/krungthai-next>