

**ศึกษาปัจจัยในการยอมรับแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking)
กรณีศึกษาประชาชนกลุ่ม GENERATION X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย
A study of the factors that effect the acceptance of Mobie Banking applications
in Generation X and Baby Boomer groups in Sukhothai province**

นพรัตน์ พ่วงเฟื่อง

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการยอมรับแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย ประกอบไปด้วยปัจจัย 3 ตัวแปรได้แก่ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ , การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน , ทศนคติต่อการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้คือ ประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย จำนวน 400 คน งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบไคสแคว์ (Chi-Square Test : -test) หาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แบ่งอยู่ในกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer จำนวนเท่ากัน ส่วนมากมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาท พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งส่วนใหญ่ใช้บริการจากธนาคารกสิกรไทย มีการใช้ธุรกรรม ตรวจสอบยอดคงเหลือ และ โอนเงินระหว่างบัญชี ทั้งหมด 400 คน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการใช้งานส่วนมาก 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และส่วนใหญ่รู้จักแหล่งข้อมูลมาจากครอบครัว ซึ่งปัจจัย 3 ตัวแปรที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งได้แก่ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ , การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน , ทศนคติต่อการใช้งาน พบว่า มีความสัมพันธ์กับการยอมรับแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย

คำสำคัญ : การยอมรับ , แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

ABSTRACT

This study aims to investigate the factors of acceptance of Mobile Banking applications of Generation X and Baby Boomer in Sukhothai province. Consists of 3 variable factors which are Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Attitude Toward Using The participants in the study were people Generation X and Baby Boomer in Sukhothai province. totally 400 in numbers. The study used quantitative method which utilized the questionnaires to collect the data. The statistics used in this case were descriptive statistics analysis, frequency, percentage, Stabdard Deviation and The statistics used in this case were inferential Statistics, Chi-Square Test, Correlation

The results of the study revealed that the questionnaire responses were female, Divided into equal numbers of Generation X and Baby Boomer groups, Graduated from Bachelor's Degree and had 15,000 - 30,000 Baht income. Most of the mobile banking applications use service from Kasikorn Bank. The transaction is used. Check balances and transfer money between accounts of a total of 400 respondents. Frequency of use 5-6 times per week and Most of the known sources of information come from families. The 3 variables that affect the acceptance of the mobile banking application are as follows Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Attitude Toward Using. It is found that there is a correlation between the acceptance of the Mobie Banking application of Generation X and Baby Boomer people in Sukhothai province.

Keywords: Acceptance , Mobie Banking application

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ต้องบอกก่อนเลยว่าปัจจุบันนี้นั้น เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนเรามากขึ้น แทบจะเป็นปัจจัยตัวหนึ่งๆ ที่ใช้ในดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน มีส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้ชีวิตประจำวันของทุกคนเปลี่ยนแปลงไป การใช้เทคโนโลยีนั้นจะทำให้เกิดความสะดวก สบาย รวดเร็ว ฯลฯ เช่น จากยุคเดิมแรกๆ การติดต่อกันอยู่ที่ห่างไกล จะใช้วิธีเขียนจดหมาย แล้วส่งไปรษณีย์ ซึ่งใช้เวลาในการติดต่อกันนานพอสมควรตามระยะทางที่ต้องการติดต่อ และปลายทางไม่สามารถตอบโต้ได้ทันที แต่ในปัจจุบันนั้น แค่เรามีโทรศัพท์มือถือ เราก็สามารถติดต่อกันได้ในทันที และทางปลายสายสามารถโต้ตอบได้ทันที นั่นถือว่าเป็นเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกและรวดเร็วให้แก่พวกเราในปัจจุบัน

ดังนั้นแล้วจะบอกได้ว่าเทคโนโลยีได้เข้ามาเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้ชีวิตประจำวันของยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก รวมไปถึงธนาคารด้วยเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันธนาคารได้นำอิเล็กทรอนิกส์ อย่าง Internet Banking และ Mobile Application มาให้บริการแก่ผู้ใช้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเช่น โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น มีบริการให้ ถอนเงิน โอนเงิน หรือสอบถามยอดเงินคงเหลือ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกมากขึ้น ไม่ต้องเข้าไปที่ธนาคารเพียงอย่างเดียวในการทำธุรกรรมต่างๆ ปัจจุบันมีเพียงโทรศัพท์มือถือก็สามารถ โอนเงิน ได้ทุกที่ สำหรับ Mobile Banking นั้นเกิดขึ้นมาบนโลกใบนี้ได้ราวๆ 10 ปีแล้ว และสำหรับประเทศไทย สถาบันทางการเงินทั้งเล็ก – ใหญ่ก็ต่างเสนอทั้ง แอปพลิเคชันและนวัตกรรมการให้บริการทางการเงินแก่ประชาชนชาวไทยกันมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว ซึ่งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐและธนาคารรายใหญ่จะมีอยู่ในช่วง 2 – 3 ปีให้หลังมานี้ ส่งผลโดยตรงอย่างมากต่อการเข้าถึงบริการทางการเงินออนไลน์ของผู้ใช้บริการ

จากข้อมูลพบว่า คนไทยมีสัดส่วนการใช้งาน Mobie Banking จากผู้ใช้งาน Internet ทั้งหมดในประเทศ เป็นที่ 1 ของโลก ถือว่าเป็นความสำเร็จของผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐบาล เอกชนทั้งรายใหญ่รายย่อย และสถาบันการเงินต่างๆ ที่ร่วมมือกันและทำให้มีคนไทยใช้บริการตอบสนองได้เป็นอย่างดี และได้ตำแหน่งการใช้งานเป็นที่ 1 ของโลก ซึ่งแท้จริงแล้ว Mobie Banking ธนาคารมีการพัฒนาค่อนข้างไว แต่ราวๆ 2-3 ปีที่ผ่านมาภาครัฐเข้าสนับสนุนและธนาคารรายใหญ่ก็ให้ความสำคัญส่งผลให้ Mobie Banking เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ดึงดูดให้ผู้ใช้บริการหันมาสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีดังกล่าวทดแทนการเข้ามาทำธุรกรรมที่ธนาคารเพียงอย่างเดียว จากข้อมูล ณ.เดือน ม.ค. 2562 มีสัดส่วนผู้ใช้บริการ Mobie Banking มากถึง 74% ต่อจำนวนประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งมากกว่าประเทศ สวีเดนที่มีการใช้อยู่ 71% และเกาหลีใต้ 66 % ตามข้อมูลสถิติ อ้างอิงข้อมูลจาก <https://droidsans.com/thailand-mobile-banking-2019-to-cashless-society/> ซึ่งอ้างอิงข้อมูล จาก infographic และข้อมูลสถิติภาพรวมจาก datareportal.com และ DataReportal | บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด | กสทช. | ธนาคารแห่งประเทศไทย

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีการใช้ Mobie Banking จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นที่ 1 ของโลก แต่ก็ไม่ใช่คนไทยทุกคน ทุกกลุ่มช่วงอายุจะใช้งาน Mobie Banking เหล่านี้ ซึ่งส่วนมากการใช้งานนั้น จะเป็นคนรุ่นใหม่ที่เกิดมาพร้อมเทคโนโลยีต่างๆ จึงได้จัดแบ่งกลุ่มคนออกเป็นรุ่นต่างๆ 8 เจเนอเรชั่น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเกณฑ์การจัดแบ่งรุ่นนี้ก็เป็นที่นิยมใช้กันไปทั่วโลกด้วย โดยยกตัวอย่างกลุ่มที่ศึกษา ดังนี้

1. เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) หรือ Gen-B จะเป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 - 2507 หรือในยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 สาเหตุ สาเหตุที่เรียกว่า "เบบี้บูมเมอร์" ก็เพราะว่าหลังจากที่สงครามโลกครั้งที่ 2 จบลง สภาพบ้านเมืองและประชากรที่เหลืออยู่ได้รับความเสียหายอย่างหนัก ทั้งกำลังพล แรงงาน ที่ล้มตายไปเป็นจำนวนมาก ในแต่ละประเทศจึงต้องเร่งฟื้นฟูประเทศของตนเองให้ไวที่สุด โดยมีค่านิยมต้องมีลูกหลายๆ คนเพื่อแรงงานขึ้นมาใหม่เพื่อพัฒนาประเทศชาติ จึงเป็นที่มาของคำว่า “เบบี้บูมเมอร์” ปัจจุบันคนกลุ่มนี้เข้าสู่วัยชราแล้ว จึงมีชีวิตเพื่อการทำงาน เคารพศกติกากฎเกณฑ์ต่างๆ มีความอดทนอดกลั้นสูง ทุ่มเทให้กับการทำงานและพยายามคิดและทำอะไรด้วยตนเอง ถูกอบรมสั่งสอนให้เป็นผู้ที่มีความประหยัด มีการ

ใช้จ่ายอย่างรอบคอบ ซึ่งหลายๆกลุ่มจะมองคนยุคนี้ว่าเป็นพวก "อนุรักษ์นิยม" เกร็งครัดในขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งถือว่ากลุ่มนี้มีจำนวนมากที่สุดในสังคมปัจจุบัน

2. กลุ่มคน Generayion X จะเกิดอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 เกิดขึ้นหลังจากยุคเบบี้บูมเมอร์ จึงส่งผลให้มีเด็กที่เกิดมามากขึ้น กระทบกับทรัพยากรที่มีเหลืออยู่ หลังจากการมีอัตราการเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นคนในยุคนี้จึงมีความคิดว่าหากไม่มีการควบคุม ทรัพยากรที่เหลืออยู่นั้นจะไม่เพียงพอ ส่งผลให้เกิดปัญหาขาดแคลนขึ้นได้ เพราะเหตุนี้ยุค เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generation X) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า " Gen-X " จะมีทิศทางในทางตรงกันข้ามหรือสวนทางกับยุคเบบี้บูมเมอร์ คือมีการควบคุมการเกิดของประชากร ตัวอย่างเช่นทางประเทศจีนได้รณรงค์ให้มีลูกได้แค่ 1 คนเท่านั้น อ้างอิงข้อมูลจาก WWW.KAPOOK.COM ซึ่งอ้างอิงข้อมูลเพิ่มเติมจาก กรุงเทพธุรกิจ , ข่าวสด , วิถีพิเศษสารานุกรมเสรี , กรุงเทพธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้งของกลุ่ม เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generayion X) และ เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)

ขอบเขตของการวิจัย

ประชาชนที่ศึกษา คือ กลุ่มประชาชน ในกลุ่ม เจเนอเรชั่น เอ็กซ์ (Generayion X) และ เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) ในพื้นที่ศึกษาในเขตจังหวัดสุโขทัย

นิยามศัพท์

โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application)หมายถึง ระบบการธุรกรรมทางการเงินที่ประชาชนสามารถทำธุรกรรมได้ด้วยตนเอง ผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตในระบบปฏิบัติการ IOS หรือ Android เพื่อจัดการบริหารบัญชี

แอปพลิเคชัน (Application) หมายถึง ซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถกระทำการบางอย่างได้ตามความต้องการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มผู้ให้บริการ Mobie Bbanking สามารถใช้ข้อมูลทางด้านปัจจัยเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพทางการบริการให้สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าได้

ผู้ให้บริการด้าน Mobie Bbanking สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปปรับใช้และพัฒนาองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มลูกค้าได้

เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้สนใจนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยสิ่งที่เกี่ยวข้องต่อไป

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปวีตรา สอนดี (2560 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2538) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ คือการแบ่งส่วนตลาดของประชากรโดยอาศัยเกณฑ์ที่ประกอบด้วยในเรื่องของ เพศ อายุ การศึกษา หรือรายได้ มาเป็นตัวแบ่งลักษณะของประชากร ซึ่งสามารถนำมาวัดเป็นค่าสถิติได้ ในด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมก็จะแตกต่างกันไปด้วย จากแนวคิดประชากรศาสตร์ทำให้เห็นว่า ปัจจัยไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ หรือ รายได้ ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้การเปิดการรับรู้ในด้านข้อมูลข่าวสารของแต่ละคนไม่เท่ากัน งานวิจัยในครั้งนี้จึงจำเป็นต้องใช้แนวคิดประชากรศาสตร์มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา

วณิชร กิจวานิชเสถียรและคณะ (2552) กล่าวว่า จากกรณีศึกษา Generation Baby Boomer ได้แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่ม Best กลุ่ม Bright และกลุ่ม Basic ซึ่งในแต่ละกลุ่มแบ่งออกได้ดังนี้

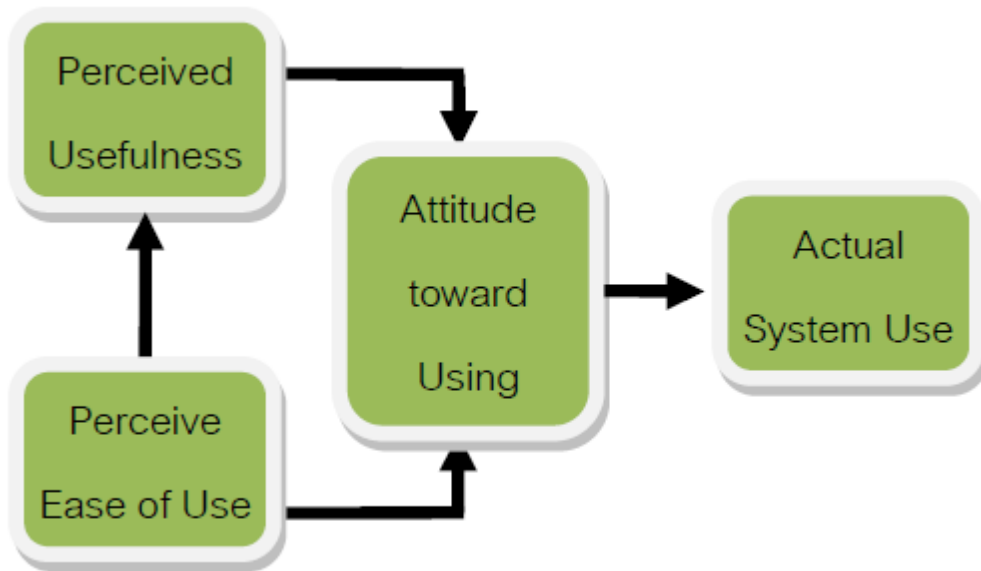
1. กลุ่ม Best จะเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยที่สุดใน Generation Baby Boomer ซึ่งจะมีอายุราวๆ 52-57 ปี กลุ่มนี้จะมีทัศนคติที่สนใจในเทคโนโลยีบ้าง
2. กลุ่ม Bright กลุ่มนี้จะมีอายุราวๆ 56-64 ปี ซึ่งในคนกลุ่มนี้จะนิยมใช้ชีวิตวิถีแบบธรรมชาติในการดูแลสุขภาพ อย่างเช่น การออกกำลังกายในที่สาธารณะ กินอาหารชีวจิต
3. กลุ่ม Basic ซึ่งคนกลุ่มนี้จะมีอายุที่มากที่สุดในการจัดกลุ่ม Generation Baby Boomer มีอายุราวๆ 62-70 ปี เป็นกลุ่มคนที่มีเวลาว่างมาก เนื่องจากส่วนใหญ่จะไม่ทำงานกันแล้ว

สรุปคือ กลุ่ม Generation Baby Boomer มีลักษณะนิสัยใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย ใช้ชีวิตวิถีธรรมชาติ ในช่วงอายุของกลุ่ม Baby Boomer จะมีอยู่ 3 ช่วงตามการศึกษา ซึ่งมีช่วงแรกที่มีอายุน้อยที่สุด จะมีการใส่ใจและใช้เทคโนโลยีอยู่บ้างเล็กน้อย

ธัญนันท์ วีรภัทรรุ่งโรจน์ (2559) กล่าวว่า คุณลักษณะของ เชนเนอร์ชั้น X,Y,Z ที่มีเหมือนกันคือมีความมั่นใจในตนเอง / โลกส่วนตัวสูง /ทำอะไรตามแผนที่ตั้งไว้โดยมีการวางแผนล่วงหน้า / ชอบสื่อสารทางโซเชียลมีเดีย แต่หงุดหงิดหากไม่สามารถสื่อสารทางโซเชียลมีเดียได้ / ทำงานได้ดีเมื่อมองเห็นผลลัพธ์ที่เป็นตัวเงิน / อยากทำงานที่แยกแยะกับเวลาส่วนตัว / ยึดผลประโยชน์ของตนเองเป็นหลัก / พร้อมเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตามคำแนะนำของคนอื่นๆ

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2555 ศึกษาทฤษฎีที่มีการยอมรับสำหรับเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นทฤษฎีพื้นฐานในการศึกษาหาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดย Davis (1989) กล่าวว่าหลักการของ TAM จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 4 ตัวดังนี้ 1.) ตัวแปรภายนอก (External Variables) เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ , ประสบการณ์ เป็นต้น 2.) การรับรู้ถึง

ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศ (Perceived Usefulness หรือ PU) คือปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างไร 3.) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use หรือ PEOU) และ 4.) ทศคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) แสดงในรูปแบบของแบบจำลอง



ระเบียบการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือประชากรในเขตพื้นที่สุโขทัย ที่มีอายุอยู่ในกลุ่ม Generation X และ BaBy Boomer (ซึ่งในระหว่างปี พ.ศ. 2489 - 2522) อายุระหว่าง 41 – 74 ปี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างต้องไม่น้อยกว่า 384.16 คน ดังนั้นผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อเพิ่มความแน่นอนและความเชื่อมั่นในแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิดทางทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการยอมรับแอปพลิเคชัน โฆษณาเบงคั้ง (Mobie Banking) ของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน MobileBanking เพื่อให้ทราบลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างและจัดหมวดหมู่โดยใช้การหาค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอ ในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) กรณีศึกษาประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย โดยใช้สถิติ (Chi-Square Test : X^2 -test) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะใช้ทดสอบด้วยค่า Z-test หรือ T-test ในการทดสอบสมมติฐานของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม (Two-way Classification) เป็นการทดสอบในกรณีที่มีตัวแปรสองตัวแปรมีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กันหรือไม่

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ศึกษาปัจจัยในการยอมรับแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) กรณีศึกษาประชาชนกลุ่ม GENERATION X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด คิดเป็นอัตราตอบกลับ 100 % ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐาน และนำเสนอผลการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล พร้อมทั้งทดสอบสมมติฐาน

ด้านประชากรศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 67.0 คิดเป็นจำนวน 268 คน ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ขณะที่เพศชาย ร้อยละ 33.0 คิดเป็นจำนวน 132 คน ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งจากการสุ่มตัวอย่างนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

ครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ศึกษากลุ่มอายุเฉพาะ 2 กลุ่ม ได้แก่ Gan X อายุระหว่าง 41- 55 ปี และ Baby Boomer อายุระหว่าง 56 - 74 ปี ซึ่งผู้วิจัยได้สอบถามกลุ่ม 2 กลุ่มจำนวนที่เท่ากัน คือ กลุ่มละ 200 คนคิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน

ระดับการศึกษาโดยส่วนใหญ่ร้อยละ 58.0 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 38.5 มีระดับการศึกษاپริญญาตรี และสุดท้ายร้อยละ 3.5 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มผู้สอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาร้อยละ 35.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

ด้านพฤติกรรม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันจากธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.50 ขณะที่มีการใช้แอปพลิเคชันจากธนาคารกรุงไทย

รองลงมาใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ในขณะที่ธนาคารที่มีผู้ใช้บริการน้อยที่สุดจะเป็นธนาคารอื่นๆ ที่มีได้ระบุไว้ในแบบสอบถาม ได้แก่ ธนาคารกรุงศรี และ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ในด้านธุรกรรมการใช้งานพบว่า มีการใช้งานด้านตรวจสอบยอดคงเหลือ และ โอนเงินระหว่างบัญชี มากที่สุดในอัตรา 100 % ซึ่งทุกท่านที่ตอบแบบสอบถาม มีการใช้งานธุรกรรมทั้งตรวจสอบยอดคงเหลือ และ โอนเงินระหว่างบัญชีทุกคน ในขณะที่ธุรกรรมการใช้งานซื้อขายตราสารหรือกองทุน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50 และใช้งานธุรกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากแบบสอบถามไม่มี

ความถี่ในการใช้งานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการใช้งานประมาณ 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือใช้มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 28.50

ในด้านการรู้จักบริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking จากครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.50 และรองลงมาเป็นเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 20.25 และรู้จักทางอินเทอร์เน็ตพบว่าการรู้จักผ่านช่องทางนี้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.50 ทั้งนี้ข้อมูลอื่นๆ ไม่พบจากแบบสอบถาม

ด้านตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ของประชาชนกลุ่ม Gen x และ Baby Boomer ที่ทำการตอบแบบสอบถามเห็นว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ภาพรวม = 0.66 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของกลุ่มแบบสอบถามคือ สามารถรับข่าวสารเกี่ยวกับการเงินต่างๆ ผ่านแอปพลิเคชัน Mobie Banking มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.76) รองลงมาคือ การใช้งานของแอปพลิเคชัน Mobie Banking ช่วยทำให้ท่านสามารถมีเวลาในการทากิจการอื่นเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (S.D. = 0.67)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ว่าจะง่ายต่อการใช้งาน ของประชาชนกลุ่ม Gen x และ Baby Boomer ที่ทำการตอบแบบสอบถามเห็นว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ภาพรวม = 0.73 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของกลุ่มแบบสอบถามคือ สามารถเข้าใจถึงการใช้งานประเภทต่างๆของ แอปพลิเคชัน Mobie Banking เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.74) รองลงมาคือ การทำธุรกรรมการเงินผ่าน Mobie banking ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.76)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ของประชาชนกลุ่ม Gen x และ Baby Boomer ที่ทำการตอบแบบสอบถามเห็นว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ภาพรวม = 0.67 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดของกลุ่มแบบสอบถามคือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (S.D. = 0.64) รองลงมาคือ แอปพลิเคชัน Mobile Banking มีความปลอดภัยเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 0.63)

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย มีประเด็นปัจจัยตามสมมติฐาน โดยสามารถนำมา อภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรในด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ มีการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งแบ่งออกได้ 3 ปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ได้ดังนี้

1. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน พบว่าตัวแปรในด้านของเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ มีการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีตรา สอนดี (2560) ที่อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2538 ที่กล่าวว่า ปัจจัยไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ หรือ รายได้ ล้วนแต่เป็น ปัจจัยที่ทำให้คนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ไม่ได้มีการแบ่ง เพศ อายุ การศึกษา หรือรายได้ เช่นนั้นจึงถือได้ว่า ประชาชนในกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย ไม่ว่าจะเป็เพศใด อายุในกลุ่ม Generation ใด การศึกษาใดหรือ รายได้เท่าไร ที่มีความแตกต่างกันออกไป มีการรับรู้ความง่ายในการใช้ งาน แอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ที่เหมือนกัน จึงส่งผลให้มีการรับรู้ความง่ายในการใช้ งานที่ไม่แตกต่างกัน

2. การรับรู้ว่ามีประโยชน์ พบว่าตัวแปรในด้านของเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ มีการรับรู้ว่ามี ประโยชน์ในการใช้งานที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีตรา สอนดี (2560) ที่อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ , 2538 ที่กล่าวว่า ปัจจัยไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ หรือ รายได้ ล้วนแต่เป็น ปัจจัยที่ทำให้คนมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากการรับรู้ว่ามีประโยชน์ของแอปพลิเคชัน โบนัส เบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ไม่ได้มีการแบ่ง เพศ อายุ การศึกษา หรือรายได้ เช่นนั้นจึงถือได้ว่าประชาชนใน กลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย ไม่ว่าจะเป็เพศใด อายุในกลุ่ม Generation ใด การศึกษาใดหรือ รายได้เท่าไร ที่มีความแตกต่างกันออกไป มีการรับรู้ว่ามีประโยชน์ในการใช้งาน แอปพลิเคชัน โบนัสเบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ที่เหมือนกัน จึงส่งผลให้มีการรับรู้ว่ามีประโยชน์การใช้ งานที่ไม่แตกต่างกัน

3. ทศนคติต่อการใช้งาน พบว่าตัวแปรในด้านของเพศ อายุ และรายได้ มีทัศนคติต่อการใช้งานใน การใช้งานที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีตรา สอนดี (2560) ที่อ้างใน ศิริวรรณ เสรี รัตน์ , 2538 ที่กล่าวว่า ปัจจัยไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ หรือ รายได้ ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้คน มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป แต่มีความสอดคล้องกับตัวแปรในด้านของการศึกษา เนื่องจากการศึกษาที่ แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้งานที่แตกต่างกัน เนื่องจากทัศนคติต่อการใช้งานของแอปพลิเคชัน โบนัส เบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ไม่ได้มีการแบ่ง เพศ อายุ หรือรายได้ เช่นนั้นจึงถือได้ว่าประชาชนในกลุ่ม

Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย ไม่ว่าจะเป็นเพศใด อายุในกลุ่ม Generation ใด หรือ รายได้เท่าไร ที่มีความแตกต่างกันออกไป มีทัศนคติในการใช้งาน แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ที่เหมือนๆกัน จึงส่งผลให้มีทัศนคติต่อการใช้งานที่ไม่แตกต่างกัน แต่มีความสอดคล้องในเรื่องของการศึกษา เนื่องจากทัศนคติการใช้งานของแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) มีการแบ่งการศึกษา กล่าวคือ การศึกษาที่มีความแตกต่างกัน จะส่งผลให้มีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ที่แตกต่างกัน

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด แสดงให้เห็นว่า ประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ มีการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง โดยพวกเขาสามารถใช้งานได้อย่างง่ายดาย สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้จากการใช้งานจริง โดยปัจจัยการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ทำให้เกิดกระบวนการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งได้ เมื่อประชาชนเกิดความรู้สึกว่า เทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งนั้นมีการใช้งานที่สะดวกแล้ว พวกเขาเหล่านั้นจะรู้สึกว่เทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งก่อให้เกิดประโยชน์และเกิดการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี ของ Davis (1989) ซึ่งกล่าวว่า หลักการของ TAM แสดงในรูปของแบบจำลองของงานวิจัย สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์จตุรภัทร, 2016 แสดงถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยในตัวแบบจำลอง ซึ่งประกอบไปด้วยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่งผลถึงทัศนคติต่อการใช้ ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี และส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญาทรัพย์ ปัญญาไว (2557) ที่ได้กล่าวแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เช่นเดียวกัน ซึ่งได้ศึกษา ผู้ที่ใช้งานได้รับทราบข้อมูลหรือความสำคัญของเทคโนโลยี และได้ประเมินและตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีไปใช้งานประกอบด้วยการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบเทคโนโลยีที่มีความง่ายในการเรียนรู้ไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ส่งผลให้เกิดการยอมรับในที่สุด

การรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง (Mobie Banking) ของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย พบว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด แสดงให้เห็นว่า ประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ มีการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้ง เนื่องจากแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งช่วยให้พวกเขาสามารถตรวจเช็คยอดเงินคงเหลือ หรือใช้ธุรกรรมต่างเกี่ยวกับการเงินได้ โดยไม่ต้องเดินทางไปที่ธนาคารเพียงอย่างเดียว และอีกอย่างไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ แอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งเป็นช่องทางการเงินอีก 1 รูปแบบที่สามารถใช้งานได้ทันที มีความสะดวกในการใช้งานทุกที่ สร้างความ

แตกต่างอย่างเด่นชัดจากการใช้งานธุรกรรมแบบเดิมๆ โดยประโยชน์ที่เกิดจากผู้ใช้งานนั้นก่อให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง เมื่อผู้ใช้งานเกิดความรู้สึกว่า เทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้งนั้นมีประโยชน์สำหรับพวกเขา พวกเขาจะมีทัศนคติที่ดีในการใช้งาน ส่งผลให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้งในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี ของ Davis (1989) ซึ่งกล่าวว่าหลักการของ TAM แสดงในรูปของแบบจำลองของงานวิจัย สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ศุภภัทร, 2016 แสดงถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยในตัวแบบจำลอง ซึ่งประกอบไปด้วยการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ส่งผลถึงทัศนคติต่อการ ใช้ ทำให้เกิดความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี และส่งผลให้เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญาทรัพย์ ปัญญาไว (2557) ที่ได้กล่าวแบบจำลองด้านการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เช่นเดียวกัน ซึ่งได้ศึกษา ผู้ที่ใช้งาน ได้รับทราบข้อมูลหรือความสำคัญของเทคโนโลยี และได้ประเมินและตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีไปใช้งาน ประกอบด้วยการรับรู้ถึงประโยชน์ หมายถึง การที่ผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีประโยชน์นั้นก่อให้เกิดประโยชน์ส่งผลให้เกิดการยอมรับในที่สุด

ทัศนคติต่อการ ใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัย พบว่า ทัศนคติต่อการ ใช้งานความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด ซึ่งเป็นความคิดที่น่าสนใจ จากการเห็นถึงความง่ายในการใช้งาน รวมถึงประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับ จึงอาจเกิดความตั้งใจที่จะใช้งานหรือแนะนำผู้อื่นได้ในอนาคต ส่งผลให้ยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง ซึ่งการรับรู้เป็นตัวแปรหลักในกรอบวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยการรับรู้ว่าง่ายต่อการ ใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ในการ ใช้งานส่งผลให้เกิด ทัศนคติที่ดีและมีการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้งในที่สุด โดยสอดคล้องกับทฤษฎี ของ Davis (1989) ซึ่งกล่าวว่าหลักการของ TAM จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 4 ตัวดังนี้ 1.) ตัวแปรภายนอก เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ 2.) การรับรู้ถึงประโยชน์ 3.) การรับรู้ว่าง่ายต่อการ ใช้งาน และ 4.) ทัศนคติที่มีต่อการ ใช้งาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ และสามารถขยายผลการวิจัยให้กว้างขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยในอนาคต ดังนี้

ผู้ที่สนใจควรศึกษาถึงตัวแปรอื่นๆ ที่มีแนวโน้มต่อความสัมพันธ์กับการยอมรับแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) อาทิเช่น ตัวแปรด้านแรงจูงใจ ค่าคุณค่า อิทธิพลของสังคม เพื่อที่จะได้ทราบถึงตัวแปรอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการยอมรับ แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

นอกจากนี้ ด้วยขอบเขตของงานวิจัยที่ศึกษา เป็นของประชาชนกลุ่ม Generation X และ Baby Boomer ในจังหวัดสุโขทัยเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยได้แลเห็นว่ารูปแบบการใช้ชีวิตอาจเป็นสิ่งที่ส่งผลต่องานวิจัย

ดังนั้นในอนาคตควรจะทำการศึกษาครอบคลุมถึงกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ซึ่งอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ อาจมีผลที่แตกต่างกันออกไป หรืออาจทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) มากขึ้น หรืออาจศึกษาเพื่อเปรียบเทียบระหว่างคนไทยกับคนต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น หรือ อเมริกา เนื่องจากเป็นประเทศที่มีการยอมรับและใช้แอปพลิเคชัน โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เป็นจำนวนมาก เพื่อศึกษาหาความแตกต่างที่อาจเกิดขึ้นจากแนวคิดหรือวัฒนธรรมนั้นๆ

บรรณานุกรม

สัดส่วนการใช้งาน MOBILE BANKING จากผู้ใช้งาน INTERNET สืบค้นจากข้อมูล ข้อมูลจาก <https://droidsans.com/thailand-mobile-banking-2019-to-cashless-society/> ซึ่งอ้างอิงข้อมูล จาก infographic และข้อมูลสถิติภาพรวมจาก datareportal.com และ DataReportal | บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด | กสทช. | ธนาคารแห่งประเทศไทย

ความแตกต่างแต่ละ Generation สืบค้นข้อมูลจาก ข้อมูลจาก WWW.KAPOOK.COM ซึ่งอ้างอิง ข้อมูลเพิ่มเติมจาก กรุงเทพธุรกิจ , ข่าวสด , วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี , กรุงเทพธุรกิจ , http://www.km.nida.ac.th/home/index.php?option=com_idoblog&task=viewtag&tagid=20 , <https://www.thaithinkpad.com/forum/index.php/topic,4992.5/wap2.html>

ปัญญาทรัพย์ ปัญญาไว (2557) ปัจจัยที่การยอมรับเทคโนโลยี และประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติในการใช้บริการ Pre-order เรื่องสำอองผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร (2555) ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศลาดกระบัง KMITL Information Technology Journal (มกราคม-มิถุนายน)

ปวีตรา สอนดี (2560) การยอมรับนวัตกรรม โบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี. การค้นคว้าอิสระ , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จิรนนท์ พุ่มภิญโญ (2553) การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยีโบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. การค้นคว้าอิสระ , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิสิตย์พัฒนา.

แนวคิดเรื่อง Generation สืบค้นข้อมูลจาก <https://thematter.co/social/where-does-generation-come-from/26074> และรูปภาพจาก Wikipedia

ธัญนันท์ วีรภัทรรุ่งโรจน์ (2559) ลักษณะความแตกต่างระหว่าง Generation X, Y และ Z ในกรุงเทพมหานครและพฤติกรรมในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์. การค้นคว้าอิสระ , มหาวิทยาลัยเนชั่น
กิดานันท์ มลิทอง (2543) เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม (พิมพ์ครั้งที่ 2)
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์

วนันธร กิจวานิชเสถียรและคณะ (2552) กรณีศึกษา Baby Boom ต้องรู้จัก Lifestyle สืบค้นจาก <http://minkk7.blogspot.com/2011/10/baby-boom-lifestyle.html> บทความตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ประชาชาติ
ธุรกิจ วันที่ 11 มิถุนายน 2552 ปีที่ 33 ฉบับที่ 4113 หน้า 47

เมธี รุ่งแสง. (2540) กระบวนการและการยอมรับการจัดที่ดินในรูปแบบหมู่บ้านป่าไม้ของครัวเรือน
ราษฎรบ้านไทรทอง ตำบลดงมูล อำเภอนองบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ . มหาวิทยาลัยขอนแก่น/ขอนแก่น.

วิกิพีเดีย สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki>

สุพิทย์ กาญจนพันธุ์ (2541) เทคโนโลยีหมายถึงอะไร (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก
<http://www.kmutt.ac.th/av/HTML/techno/note.htm>

วิจิต พันธุ์อำนวย (2552) การสร้างความผูกพันในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ทางการเงิน
กรณีศึกษา อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและโมบายแบงก์กิ้ง. วิทยานิพนธ์ , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์