

ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม
ทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอพนทอง
จังหวัดร้อยเอ็ด

TECHNOLOGY ACCEPTANCE FACTOR FOR CONSUMER BEHAVIOR
MOBILE BANKING FINANCIAL TRANSACTION IN PHON THONG
DISTRICT,ROI ET PROVINCE

เพียรพีรดา แก้วใส

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อ
การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอพนทอง
จังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรม
ทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด 3) เพื่อ
ศึกษาถึงทัศนคติถึงการใช้งานด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบน
โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ประชากรและกลุ่ม
ตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Banking ในเขตอำเภอพนทอง จังหวัด
ร้อยเอ็ด จำนวน 400 คน เครื่องมือในงานวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่า
ร้อยละ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความแปรปรวนทางเดียว และ
การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่
แตกต่างกันส่งผลต่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ
(Mobile Banking) ของผู้บริโภคในอำเภอพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ที่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า
ด้านอายุและอาชีพ มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) การยอมรับ
เทคโนโลยีที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ
(Mobile Banking) ที่แตกต่างกัน การทดสอบสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระปัจจัยการยอมรับ
เทคโนโลยี มีผลต่อตัวแปรตาม พฤติกรรมการใช้บริการ (Mobile Banking) ของผู้บริโภคใน
อำเภอพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยด้านทัศนคติ (Attitude) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ
ด้านการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) และด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived
Usefulness) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ผู้บริโภค, สมาร์ทโฟน, การยอมรับใช้, การยอมรับเทคโนโลยี

ABSTRACT

This research has the following purposes, 1) To study demographic factors which affect mobile banking usage in Phone thong district, Roi-et province. 2) To study technology acceptance factors which affect mobile banking usage in Phone thong district, Roi-et province. 3) To study attitudes in Technology usage which affects transaction service of mobile banking in Phon thong district, Roi-et province. The subjects in this research are 400 people who use mobile banking in Phon thong district, Roi-et province. The research tools is questionnaire. The statistical methods used in this research are Percentage, Frequency distribution, Mean, Standard deviation, Variance, Multiple regression.

This research found that 1) Most of the research participants are different demographic factors which affect Mobile Banking using behavior in Phon thong district, Roi-et province. The difference of statistical significance between age and occupation is 0.05 2) Accepting different technology affects mobile banking using behavior, The test concluded that independent variable from technology acceptance has an effect on dependent variable from mobile banking using behavior of people in Phon thong district, Roi-et province. Attitude is also the most influential to technology acceptance followed by Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness

Keyword : Consumer, Smart phone, Usage acceptance, Technology acceptance

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ล้วนแล้วแต่ต้องปรับตัวกันทั้งสิ้นในยุคปัจจุบัน แม้แต่ในธุรกิจด้านการเงิน การธนาคาร ยังต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เห็นได้จากการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบเงินสดที่เปลี่ยนไป ซึ่งแต่ก่อนไม่ว่าจะเป็นการฝาก ถอนเงิน โอนเงิน ตรวจสอบยอดเงินในบัญชี ชื้อกองทุน หรือกระทั่งการชำระค่าบริการ เช่น จ่ายค่าสาธารณูปโภค ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งจะต้องเดินทางไปทำธุรกรรมที่หน้าเคาท์เตอร์ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม(ATM)

เท่านั้น ปัญหาที่ตามมาคือ การเสียเวลากับการเดินทาง รอจับบัตรคิว และที่สำคัญคือจำกัดเวลาในการเปิดให้บริการ จึงมีการหันมาทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น

สำหรับประเทศไทยแล้ว ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติจากธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีการวางแผนเป้าหมายเกี่ยวกับปริมาณการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อจำนวนประชากรไทย (จำนวนครั้ง/คน/ปี) ตั้งแต่ปี 2553 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการวางแผนเป้าหมายการใช้บริการทางธุรกรรมทางการเงินมีอัตราที่เพิ่มขึ้นจากอดีตอย่างมาก เห็นได้จากการวางแผนเป้าหมายที่จากปี พ.ศ.2553 มีการใช้เพียง 17 ครั้ง/คน/ปี และมีการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนในปัจจุบันได้วางแผนเป้าหมายการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในปี พ.ศ.2563 สูงถึง 150 ครั้ง/คน/ปี นั้นแสดงให้เห็นว่า ปริมาณการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการบริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ (Mobile Banking) ด้วย นั้นแสดงถึงปริมาณการใช้งานทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้นตามความต้องการของประชาชนในประเทศ

จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จังหวัดร้อยเอ็ดมีสถิติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือนปี พ.ศ.2561 มีจำนวนครัวเรือนทั้งหมด 362,552 ครัวเรือน และมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต 188,166 ครัวเรือน คิดเป็น 51.9% โดยประชากร (2561) ทั้งหมด 108,458 คน และจากข้อมูลสถิติประชากร ณ 31 ธันวาคม 2562 ของสำนักทะเบียนอำเภอโพหนอง แบ่งเป็นประชากรชาย จำนวน 48,162 คน ประชากรหญิง จำนวน 48,740 คน และจำนวนครัวเรือน 27,455 หลัง แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 14 ตำบล 196 หมู่บ้าน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพหนอง จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพหนอง จังหวัดร้อยเอ็ด
3. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติถึงการใช้งานด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพหนอง จังหวัดร้อยเอ็ด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยการเลือกวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้ คือ

1. ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Banking ในเขตอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

2. ขอบเขตของตัวอย่างที่ใช้ศึกษา เลือกประชากร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$

3. ขอบเขตของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย

3.1. ตัวแปรตาม คือ การใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน Mobile Banking

3.2. ตัวแปรอิสระ คือ 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 2) ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เริ่มจากเดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2563

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยได้อ้างอิงงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและมีสถิติที่สามารถวัดได้ของประชากร โดยช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย การบริหารจัดการ รวมทั้งง่ายต่อการวัดค่ามากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ เพราะลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่ช่วยกำหนดและสร้างกรอบแนวความคิด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบสอบถาม

แนวความคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ผู้วิจัยได้อ้างอิงงานวิจัยของ อังอิงใน ภัทราวดี วงศ์สุเมธ (2556) เป็นทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi & Warshaw ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ให้การยอมรับและมีชื่อเสียง ซึ่งปรับแต่งและพัฒนามาจากทฤษฎี แนวคิดของ TRA (The Theory of Reasoned Action: TRA) และเพื่อพัฒนาเป็นแบบจำลองของ TAM โดยที่ทฤษฎี TAM นั้น เป็นการศึกษาบริบท ที่เน้นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ สามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้ อันได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้

(Perceived Usefulness) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention) มีทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่ 1.การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) 2.การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) 3.ทัศนคติ (Attitude) ซึ่งที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ในท้ายที่สุดจะเป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภคในการใช้เทคโนโลยีจะส่งอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้และใช้งานจริงของเทคโนโลยีนั้นๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้และมีบัญชีธนาคารพาณิชย์อยู่ในเขตอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) เป็นการเลือกเก็บตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเรื่องปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งมีการศึกษา ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามนี้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน นั่นคือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น และส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) และทัศนคติ (Attitude) ทัศนคติต่อการใช้งาน เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดย

1) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยทดสอบค่า Independent Samples t-test

2) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ใช้ F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One –way Analysis of Variance) และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัว กับตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 อายุช่วง 31-40 ปี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.8 มีสถานภาพสมรส จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 อาชีพรับราชการ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาใช้บริการ(Mobile Banking) มากกว่า 1 ปี จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78 มีความถี่การใช้บริการ 11-15 ครั้ง/เดือน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 มีวัตถุประสงค์การใช้คือโอนเงิน จำนวน 229 คิดเป็นร้อยละ 57.3

จากการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} =4.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) มีค่า \bar{x} =4.09 ด้านการรับรู้ความง่าย(Perceived Ease of Use) มีค่า \bar{x} =4.05 ด้านทัศนคติ (Attitude) มีค่า \bar{x} =4.08 ด้านการยอมรับใช้ (Adoption) มีค่า \bar{x} =4.13

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ที่ว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของผู้บริโภค

ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ที่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าด้านอายุและอาชีพ มีค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นการยอมรับสมมติฐานนี้ แสดงว่า อายุและอาชีพที่แตกต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ต่างกัน อาจจะเป็นเพราะว่าคนที่อายุต่างกัน ทำให้มีทัศนคติ วุฒิภาวะ ความคิด จึงส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking ด้วยซึ่งยังเป็นเรื่องใหม่ในยุคปัจจุบัน ซึ่งการชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจคนจะยากขึ้นตามอายุของคนเพิ่มขึ้น และยังเกี่ยวข้องกับข่าวสารและสื่ออีกด้วย ส่วนด้านอาชีพก็มีความแตกต่าง ก็ย่อมส่งผลให้มีความต้องการในด้านการตัดสินใจใช้บริการ Mobile Banking ที่ต่างกัน อาจเพราะบางอาชีพต้องเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือความสะดวก รวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ Schiffman and Wisenblit (2015) ที่กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดประชากรทำได้โดยการแบ่งกลุ่มของบริโภคตาม อายุ รายได้ เชื้อชาติ เพศ การประกอบอาชีพ สถานภาพสมรส ทำให้ทราบถึงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของผู้บริโภค การแบ่งกลุ่มประชากร เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการค้นหาและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจง และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ยุกบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) ที่กล่าวว่า ประชากรที่แตกต่างกันก็จะนำไปสู่พฤติกรรมและการตัดสินใจที่แตกต่างกันไปด้วย

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่แตกต่างกัน การทดสอบสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีผลต่อตัวแปรตาม พฤติกรรมการใช้บริการ (Mobile Banking) ของผู้บริโภคในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยด้านทัศนคติ (Attitude) มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ความง่าย (Perceived Ease of Use) และด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ตามลำดับ นั้นอาจเป็นเพราะว่าการทำธุรกรรมทางการเงินนั้น มีความสะดวกสบาย และด้วยระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้สามารถบริหารจัดการในหลายๆ ด้านในเวลาที่รวดเร็ว ที่สอดคล้องกับ Davis (1989) ที่กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นความเชื่อหรือมุมมองในการวิเคราะห์และตระหนักถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากเทคโนโลยี หากคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีตรงกับความต้องการของบุคคลจะนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นต่อไป ยังสอดคล้องกับ Venkatesh et al.(2003) ที่พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจที่จะใช้งานระบบนั้น และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ Sylvie Laforet and Xiaoyuan Li (2005) ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อการใช้บริการ ธนาคารออนไลน์และบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ใน

ประเทศจีน โดยศึกษาปัจจัยจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ส่งผลต่อทัศนคติ การยอมรับบริการ

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ได้ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพียง 2 ปัจจัยหลักใหญ่ๆ ยังไม่ครอบคลุมทุกด้าน ดังนั้น ควรศึกษาให้รอบด้าน เพื่อประกอบการอธิบายเหตุและผลอื่นร่วมด้วย เช่น ด้านความเสี่ยง ด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สำหรับด้านผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ การออกแบบ Application ให้ดูดี มีความทันสมัย มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย และสามารถใช้งานได้ง่าย โดยสามารถเข้าใจได้ง่าย ประชาสัมพันธ์ผ่านเจ้าหน้าที่ธนาคารและสื่อต่างๆ เพื่อเกิดความคุ้นเคยในผลิตภัณฑ์ และดึงดูดให้มีการใช้งานผ่าน Mobile Banking Application พร้อมสร้างความเชื่อมั่นในบริการที่ปลอดภัยเพิ่มขึ้น

ข้อจำกัดงานวิจัย คือ ระยะเวลาของการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างใช้ ระยะเวลาที่สั้น จึงทำให้การกระจายของแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างได้อย่างไม่ครอบคลุม และทั่วถึงในพื้นที่ ส่งผลต่อข้อมูลที่ได้อาจไม่สมบูรณ์เพียงพอต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ได้
ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ ในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือกลุ่มสัมภาษณ์ (Focus Groups) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในเชิงลึกเพื่อที่จะได้นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ในอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด เท่านั้น จึงอาจทำให้ผลการศึกษาไม่สามารถสื่อความหมายได้ในภาพรวมของกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือทั้งหมดได้ ดังนั้นจึงควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เช่น กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือระดับภาค เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.(2561).สถิติการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ในครัวเรือน ปี 2561 จังหวัดร้อยเอ็ด.ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2562,
จาก <https://www.egov.go.th/th/government-agency/41/.go.th/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *ธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน*.ค้นเมื่อ 21 ธันวาคม
คม 2562, จาก [http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/Stat
Payment Transactions.aspx](http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2562).*ข้อมูลทางสถิติการโอนเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย*,
จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/
default.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/default.aspx)
- ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2562).*เป้าหมายปริมาณการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
ของประชากรไทย*, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/
Pages/default.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/default.aspx)
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์.(2546).*จิตวิทยาทั่วไป*.กรุงเทพมหานคร : ไทยเจริญการพิมพ์
- เกศวิฑู ทิพยศ. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน
สื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาโทมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ขนิษฐา ชุนโป. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต
ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- คุณिता เทพวงศ์. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang
mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี*.ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิรพร ศรีพลวัฒน์. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง.
(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชย
ศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบริหารระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ.
- ทิพย์สุดา หมื่นหาญ. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต
เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิง
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นรศิลป์ ชูชื่น, รฐา คุณาสุกข์กุลและพรทิพย์ ชุ่มเมืองปัก.(2560).*ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริ
การธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่(Mobile Banking) ของธนาคาร
พาณิชย์ในประเทศไทย.(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต)*.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ,คณะบริหารธุรกิจ
- วรุฒิ มีชัย. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทร*

ศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรี.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ :

ธีระฟิล์มและไซเทกซ์

ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งาน
ด้านบัญชี*.วารสารวิชาชีพ.

สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ตุรภัทร. (2555). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสาร
สนเทศ KMITL Information Technology Journal*, (Jan. – Jun. 2012).

อดุลย์จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่2)*. กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

อรรวรรณ ใจโต.(2555). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง
ของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง (รายงานผลการวิจัย)*. ลำปาง: มหาวิทยาลัย
เนชั่น.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social
behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.

Venkatesh, V. (2008). *Technology Acceptance Model 3 and a research agenda on
interventions* [Electronics version]. *Journal of Decision Sciences*, 39(2), 273–
315.

Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2008). *Consumer Behaviour: A European
Outlook*. Harlow, England; Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall/Financial
Times.

Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed.). New York: Free Press of
Glencoe.

Mafe, C. R., Blas, S. S., & Manzano, J. A. (2009). *Drivers and barriers to online airline
ticket purchasing* [Electronics version]. *Journal of Air Transport Management*,
15, 294–298.

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.

Laforet, Sylvie and Sylvie Laforet. (2005). *Innovative Characteristics of
Small Manufacturing Firms*. *Journal of Small Business and Enterprise
Development*. 13 (3): 363.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A theoretical extension of the technology accep*

tance model:Four longitudinal field studies. Management Science, 46(2), 186-204.

Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior (11th Edition).*

Indiana:Pearson Education