

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ของ
กลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร

**FACTORS AFFECTING THE ACCEPTANCE OF BANKING TRANSACTION
ON SMARTPHONES OF THE GENERATION Y IN BANGKOK**

นางสาววัลย์วดี เจริญสุข

สาขาการจัดการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

Wanwadee Charoensuk

E-mail : Wanwadeecharoensuk@gmail.com

Finance and Banking Management Faculty of Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการรับธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ของ เจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร การศึกษานี้ใช้แบบจำลองการวิจัยเชิงสำรวจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีนักเรียน 400 คน แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาคือ ทฤษฎีการรับไปใช้งานเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการถดถอยพหุคูณ ค่าเฉลี่ยถูกแยกความแตกต่างโดย t-test ตัวอย่างอิสระและ ANOVA ทางเดียวและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 - 35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท การรับรู้ถึงความง่าย

ในการใช้งานส่งผลต่อปัจจัยผลประโยชน์ที่รับรู้ ปัจจัยการรับรู้ การใช้งานง่ายมีผลอย่างมากต่อทัศนคติต่อการทำธุรกรรม ปัจจัยทัศนคติต่อการทำรายการ กระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานเป็นอย่างมาก และส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน

คำสำคัญ: การยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงิน แอปพลิเคชันทางการเงิน

Abstract

This independent study aimed to study the relationship of factors affecting the receipt of financial transactions on Generation Y's smartphones in Bangkok. This study used an exploratory research model.

The population and sample are people who conduct financial transactions on smartphones in the district. Bangkok Metropolitan Region has 400 students. The concept used in the study is Adoption Theory is a tool for collecting information. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. and finding the correlation coefficient of multiple regression. Means were differentiated by independent sample t-test and one-way ANOVA and Pearson's correlation coefficient at 0.05 level of statistical significance.

The results showed that Most of the respondents were male, aged 26 - 35 years, with a bachelor's degree. Occupation Company employee Average income 20,001 - 30,000 baht Perceived ease of use affects perceived benefit factor. perception factor Ease of use has a huge impact on attitude towards transactions. Attitude factor towards the transaction Affects the intention of using it very much. and affect the acceptance of financial transactions on smartphones

Keywords: accepting financial transactions financial applications

บทนำ

ในอดีตการทำธุรกรรมทางการเงินผู้ใช้บริการจะต้องเดินทางไปยังธนาคารพาณิชย์ ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงินระหว่างบัญชีของบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง, การตรวจสอบยอดเงิน, การโอนเงินข้ามเขต, การชำระค่าบริการต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าอสังหาริมทรัพย์ ค่าวงรถยนต์ ค่าบัตร เครดิต ฯลฯ โดยดั้งเดิมนั้นผู้ใช้บริการจะต้องกรอกแบบฟอร์มการชำระค่าบริการตามที่ธนาคารพาณิชย์นั้นๆ ได้จัดเตรียมไว้ให้บริเวณหน้า

เคาน์เตอร์ (Teller) โดยมีการแจกบัตรคิวให้ผู้ใช้บริการและ ที่สำคัญเวลาการให้บริการนั้น บริการของธนาคารพาณิชย์มักจะมีข้อจำกัด กล่าวคือ ธนาคารพาณิชย์จะเปิดให้บริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ในเวลาราชการทำการเท่านั้น ซึ่งในช่วงวันสิ้นเดือนธนาคารพาณิชย์ จะมีผู้ใช้บริการอย่างเป็นทางการ ทั้งนี้พนักงานที่ให้บริการก็ยังมีจำนวนไม่เพียงพอกับปริมาณ ความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาทำธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงในอดีตเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารยังไม่แพร่หลาย การใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบพกพาที่ถูกเรียกว่า โทรศัพท์มือถือนั้นสามารถโทร ออก, รับสายเข้า หรือ ส่งข้อความในรูปแบบข้อความสั้น (Short Message Service : SMS) ได้อย่างเดียว แต่ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้มีการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีของการสื่อสารมีการพัฒนาจากโทรศัพท์มือถือ มาเป็นโทรศัพท์มือถือรูปแบบสมาร์ตโฟน ที่สามารถเพิ่ม คุณสมบัติรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านเทคโนโลยี 3G, 4G และล่าสุดได้พัฒนาไปถึงรูปแบบ 5G แล้วนั้น กล้องถ่ายภาพมีความละเอียดสูง ไม่มีปุ่มกดตัวเลข หน้าจอเป็นแบบระบบสัมผัส ระบบปฏิบัติการ (Operating System) ขึ้นพื้นฐานในที่นี้ ขอยกตัวอย่าง เช่น ระบบ iOS, Android, Windows Phone เป็นต้น โดยผู้ใช้งานสามารถติดตั้งแอปพลิเคชันเพิ่มเติมหรือสามารถปรับแต่งการใช้งานได้ตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมในแต่ละบุคคล จะเห็นได้ว่า วิวัฒนาการจากโทรศัพท์มือถือมาเป็นสมาร์ตโฟนได้เข้ามามีบทบาทกับคนทุกกลุ่มพฤติกรรมของการ ใช้สมาร์ตโฟนส่วนใหญ่มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ตั้งแต่เด็กเล็กจนถึงผู้สูงอายุ เพราะในปัจจุบันนี้ โทรศัพท์มือถือชนิดสมาร์ตโฟนนั้นได้มีราคาถูกกว่าราคาโทรศัพท์มือถือชนิดสมาร์ตโฟนในอดีตเป็นอย่างมากและอย่างชัดเจน ผนวกกับมีผู้ให้บริการเทคโนโลยีเครือข่าย 3G, 4G และ 5G หลากหลายเครือข่ายที่เข้ามาทำการ แข่งขันกันในตลาดของการสื่อสาร ตัวอย่างผู้ให้บริการเครือข่ายในประเทศไทย เช่น เอไอเอส (AIS), ดีแทค (Dtac), ทรูมูฟ เอช (True Move H), ฟินโมบาย (FIN MOBILE) ทำให้เกิดการแข่งขันในเรื่อง ของค่าบริการสื่อสารทางเสียง (Voice), ข้อมูล (Data), ที่ใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet) นั้นส่วให้มี ราคาที่ถูกลง เพราะผู้ให้บริการเครือข่ายต่าง ๆ มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมทางการตลาดให้สอดคล้อง กับ พฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าและ เพื่อให้ลูกค้าเล็งเห็นถึงความคุ้มค่าของการใช้งานต่อราคาได้อย่างชัดเจน จึงจะได้รับความสนใจจากลูกค้าผู้ใช้งานได้อย่างมาก ด้วยความสามารถของสมาร์ตโฟน ที่สามารถติดตั้งแอปพลิเคชัน ต่าง ๆ มาใช้งานได้ไม่ว่าจะเป็น ด้านเครือข่ายสังคม (Social Network), เกมส์ (Games), บันเทิง (Entertainment) และ การเงิน (Finance) จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์ มีแนวคิดที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้พัฒนาโปรแกรมขึ้นมาในรูปแบบของ Web Application โดยลูกค้าสามารถทำธุรกรรมผ่าน Web Browser บนหน้าจอกอมพิวเตอร์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและด้วย

ความทันสมัยของเทคโนโลยีของสมาร์ทโฟนที่ใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันทำให้ธนาคารพาณิชย์พัฒนาแอปพลิเคชันทางการเงินเกิดขึ้นบนสมาร์ทโฟนเพื่อเพิ่มช่องทางของการติดต่อในการทำธุรกรรมระหว่างธนาคารพาณิชย์กับลูกค้าอีกหนึ่งรูปแบบได้โดยผู้ใช้งานไม่ต้องใช้ผ่าน **Web Browser** นั่นคือ บริการ **Mobile Banking** หรือ **Mobile Internet Banking** ขึ้นมาทำให้ลูกค้าได้รับความความสะดวก รวดเร็วให้กับผู้ใช้บริการสามารถ เช็คยอดเงิน โอนเงิน เดบิตเงิน ชำระค่าบริการ ค้นหาที่ตั้งของ สาขา, ค้นหาที่ตั้งเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (**Automated Teller Machine : ATM**) ฯลฯ ผู้ใช้บริการต้องทำการติดต่อธนาคารพาณิชย์ เพื่อยืนยันความประสงค์ เปิดการใช้งานคู่กับบัญชีอินเทอร์เน็ต หรือ สะสมทรัพย์ และดำเนินการติดตั้งซอฟต์แวร์แอปพลิเคชันของธนาคารพาณิชย์ในสมาร์ทโฟน ที่ใช้งานจากแหล่งของที่อยู่ **App Store** หรือ **Play Store** ขึ้นอยู่แต่ละระบบปฏิบัติงานของผู้ใช้งานพร้อมทั้ง กำหนด **Username** และ **Password** ประจำตัวของผู้ใช้งาน เพื่อใช้ในการ **Login** เข้าใช้งานระบบของธนาคารบนสมาร์ทโฟนได้ตลอด 24 ชั่วโมงไม่เว้นวันหยุดตามปฏิทินของธนาคารพาณิชย์ ปัจจุบันธนาคารไหนยังไม่สามารถทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟน ก็จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของธนาคารนั้นลดลง

อัตราการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ โทรศัพท์มือถือ (**Mobile Banking**) ที่เติบโตได้อย่างเห็นได้ชัดนั้นส่งผลให้ผู้ให้บริการหันมาใช้บริการทางสมาร์ทโฟนมากขึ้นแทนที่โทรศัพท์ เคลื่อนที่แบบพกพาจะเอาไว้ โทรเข้า - รับสาย ลดขั้นตอนการเดินทางไปยังสาขาของธนาคารเพื่อทำ การ โอนเงิน เช็คยอด ชำระค่าบริการ เดบิตเงิน ความเคลื่อนไหวของบัญชีย้อนหลัง เพื่อความสะดวก รวดเร็ว

จิรพร ศรีพลวัฒน์ (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการ โมบายแบงก์ โดยมีกรอบแนวความคิด ประยุกต์จากแบบจำลองทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (**TRA**) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (**TPE**) ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (**FAM**) ทฤษฎีการแพร่กระจาย นวัตกรรม ทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตนเอง และทฤษฎีความรู้สึกต่อต้านของกลุ่มผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า การคล้อยตามบุคคลอ้างอิง การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการยอมรับและใช้บริการ ใน บายแบงก์ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นการศึกษาปัจจัย ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความไว้วางใจด้านความปลอดภัย และ ด้านพฤติกรรมการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟน ที่จะเป็นประโยชน์กับธนาคาร บริษัทในเครือในกลุ่มสถาบันการเงิน และผู้พัฒนาโปรแกรมสามารถนำผลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และ ปรับปรุงแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว และระบบรักษาความปลอดภัยให้กับผู้ใช้งานได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1.) ด้านเนื้อหา ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟน ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ ด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่าย ด้านความปลอดภัย ด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรม ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ด้านมาตรฐานการรับประกัน ด้านความไว้วางใจ และด้านความตั้งใจใช้งาน โดยภายใต้แนวความคิด แบบจำลองของ ทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989)

2.) ด้านประชากร ศึกษากลุ่มประชากรที่ใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟน กลุ่มเจนเอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

คำจำกัดความในการวิจัย

1.) ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศไทย บริการรับฝาก ทั่วไป และ ให้ผล เงินจากสาธารณชนทั่ว ทั่วไป และให้ผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยเงินฝาก มีทั้งหมด 9 แห่ง

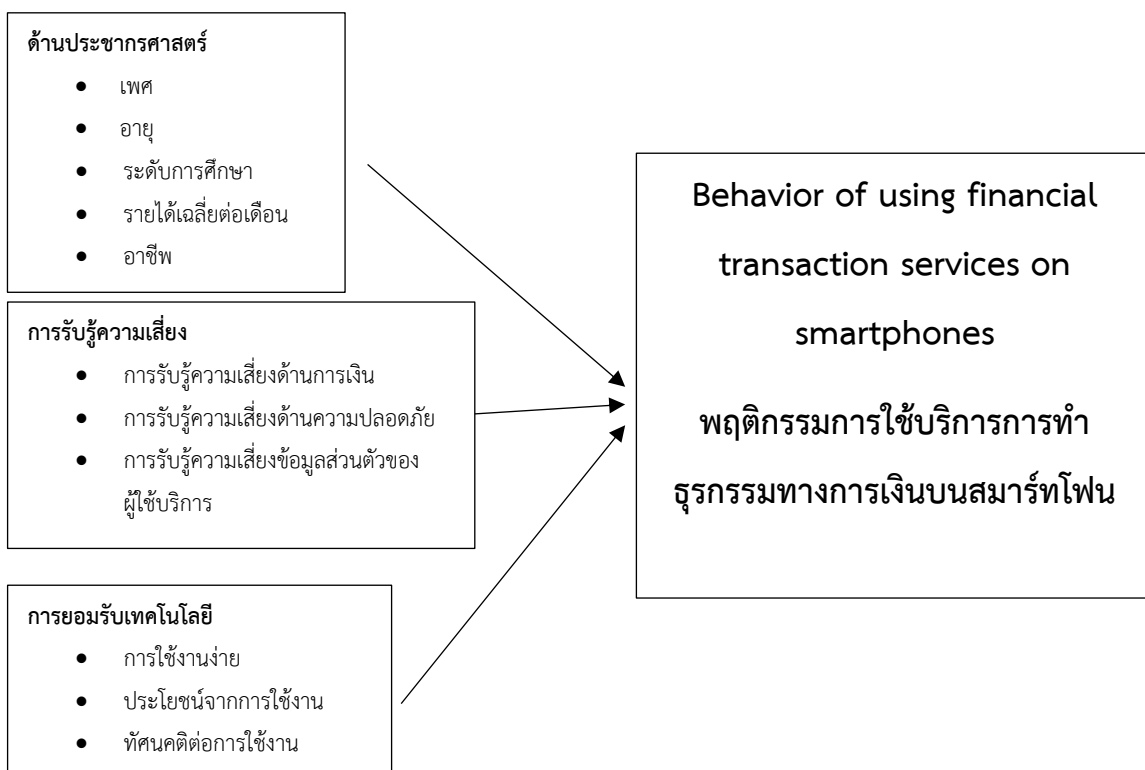
2.) Mobile Banking หมายถึง สมาร์ทแอปพลิเคชันทางการเงิน สำหรับสมาร์ทโฟน ทำธุรกรรมได้เร็ว และง่าย โดยมี บัญชีรายชื่อ (Username) และ รหัสประจำตัว (Password) ของแต่ละ บุคคลเป็นตัวกำหนดการเข้า ใช้งานสมาร์ทแอปพลิเคชัน ที่สำคัญต้องเป็นสมาชิกของธนาคาร

3.) สมาร์ทโฟน (Smartphone) หมายถึง โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่ ที่มีความสามารถในการใช้งาน มากกว่า การรับสายเข้า - โทรออก ซึ่งมีระบบปฏิบัติการเป็นของตัวเอง สามารถติดตั้ง โปรแกรมเสริมผ่าน เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารกับผู้ให้บริการเครือข่าย

4.) แอปพลิเคชัน (Application) คือ โปรแกรมที่ถูกพัฒนาออกแบบมาให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของ ผู้ใช้งานตามสภาพแวดล้อมการทำงานบนสมาร์ทโฟน ผู้ใช้งานสามารถติดตั้ง โปรแกรมลงบนสมาร์ทโฟนของ แต่ละระบบปฏิบัติการ

5.) Generation Y (Millennial Generation หรือ, Gen-Y) เกิดระหว่างปี พ.ศ.2523-2540 (ค.ศ.1980-1997) คนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงและค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายายกับรุ่นพ่อแม่ นอกจากนี้ที่จะเติบโตมาในยุคที่เศรษฐกิจเติบโตอย่างก้าวกระโดด (อีกครั้งหนึ่งของโลก) แล้ว กลุ่มคน Gen-Y ยัง เติบโตมาท่ามกลางความผันผวนในหลาย ๆ ด้านทั้งการเมือง การศึกษา เศรษฐกิจ รวมทั้งเติบโตมาในยุคที่มี โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ปฏิวัติการสื่อสารของโลก ปัจจุบัน คนรุ่น นี้ถือเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลายและวัยทำงาน

กรอบแนวคิด



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.) ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรม ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการ แสดงพฤติกรรมด้านความไว้วางใจ และความตั้งใจใช้งานส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบน สมาร์ทโฟน

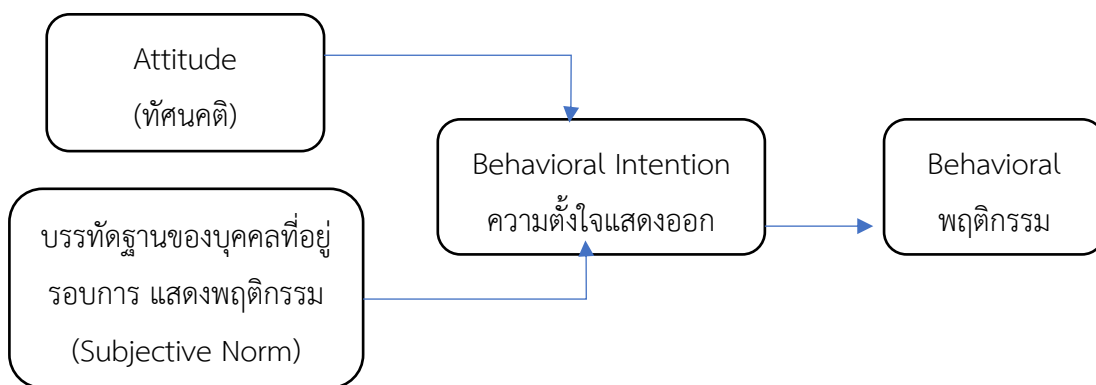
2.) ธนาคารพาณิชย์ บริษัทในเครือในกลุ่มสถาบันการเงินและผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน สามารถนำผลจาก การวิจัยไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงศักยภาพ แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน เพื่ออำนวยความสะดวก ความ รวดเร็ว และพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยให้กับผู้ใช้งานได้มากยิ่งขึ้น

3.) นักวิจัย นักศึกษา และนักวิชาการสามารถเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านวิชาการคือ การขยายองค์ความรู้ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟน หรือบนอุปกรณ์อื่นๆ ใน ลักษณะที่ใกล้เคียงกันเพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัยในอนาคต

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี

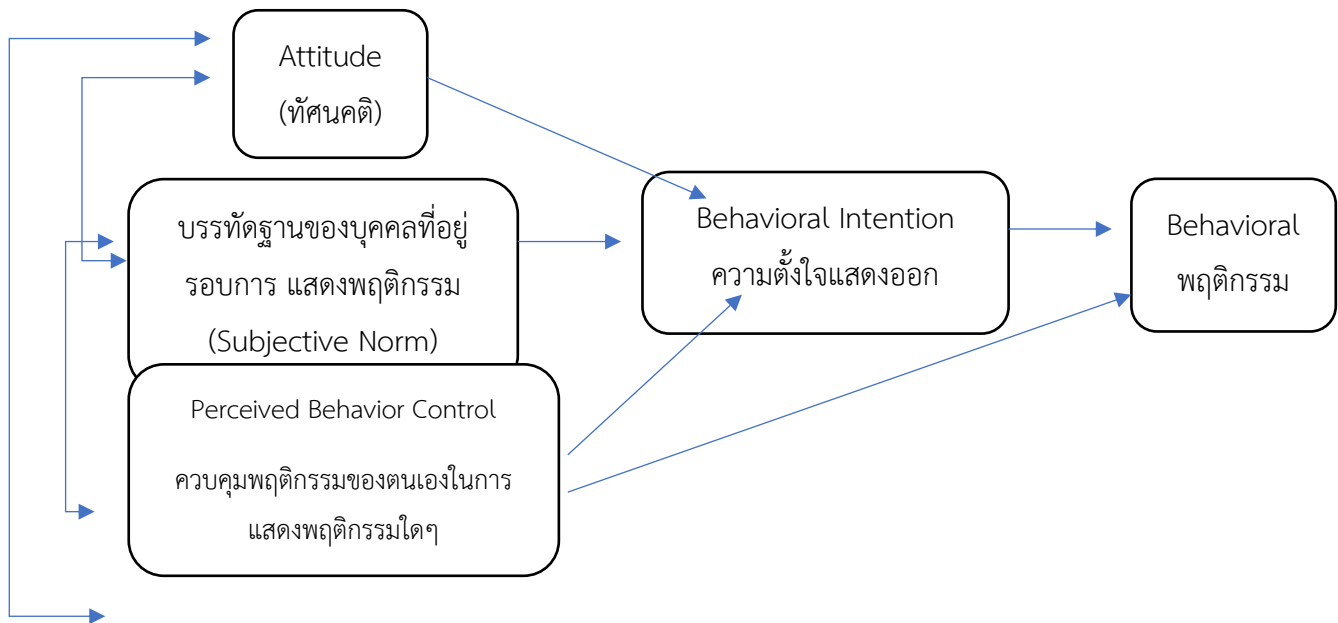
แนวความคิดและทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

- ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (The Theory of Reasoned Action : TRA) เป็นหนึ่งใน ทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) นำเสนอ โดย Fishbein, M., & Ajzen, I, (1975) ตาม ทฤษฎีอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความเชื่อที่มีต่อพฤติกรรมว่าการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมมนุษย์เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ และบุคคลจะแสดงพฤติกรรม เพราะคิด ว่าเป็นสิ่งสมควรแสดงออก เพราะบุคคลจะพิจารณาเหตุผลก่อนการกระทำเสมอ แม้ว่าการ แสดง พฤติกรรมของแต่ละบุคคล (Individual Behavior) จะเกิดจากการตัดสินใจของบุคคล แต่ปัจจัยที่ เป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรมที่แท้จริง คือ ความตั้งใจแสดงออกพฤติกรรม (Behavioral Intention) โดยความตั้งใจแสดงออกของพฤติกรรมจะได้รับแรงขับเคลื่อนเกิดจาก 2 ปัจจัยได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitudes Towards The Behavior) และ บรรทัดฐานของ บุคคลที่อยู่รอบการ แสดงพฤติกรรม (Subjective Norm)



ภาพโครงสร้างทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล The Theory of Reasoned Action : TRA พบว่า พฤติกรรมมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงนั้นมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ โดยทฤษฎีนี้มีกล่าวไว้ว่า การที่บุคคลแสดงพฤติกรรมแต่ละอย่างนั้น เพราะมีความเชื่อที่ว่าเป็นสิ่ง ที่ควรกระทำเพราะบุคคลแต่ละคนจะพิจารณา เหตุผลก่อนการกระทำเสมอ

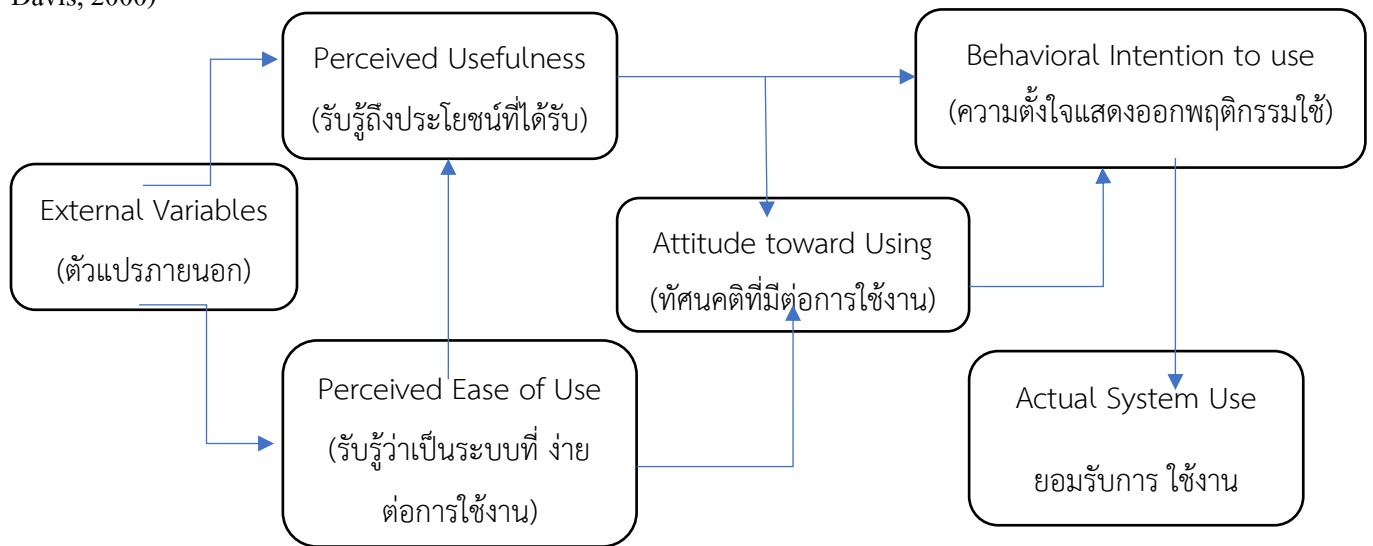
- **ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior :TPB)** นำเสนอโดย Fishbein and Ajzen, 1980 เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) โดยทฤษฎี TPB พัฒนา มาจาก ทฤษฎี TRA โดย Ajzen เพราะ TRA มีข้อจำกัดถ้าหากพฤติกรรมนั้นมีความซับซ้อนยุ่งยากมาก เกินกว่าความสามารถของบุคคลจะควบคุมได้ทฤษฎี TRA จึง ได้ถูกพัฒนา กลายเป็นทฤษฎี TPB หรือ Theory of Planned Behavior โดยเพิ่มปัจจัยการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมของบุคคลแต่ละบุคคล ใน การแสดงพฤติกรรมใดไป (Perceived Behavioral Control) เป็นการลดข้อบกพร่องของทฤษฎี TRA และสามารถนำมาปรับใช้เพื่อศึกษาความตั้งใจและพฤติกรรมอื่น ๆ รวมไปถึงสามารถใช้ในการช่วย สร้างความเข้าใจในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล (Behavioral Intention)



โครงสร้างทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน The Theory of Planned Behavior: ขอมรับนวัตถุ TPB (Ajzen & Fishbein, 1980)

- ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : ของการใช้เทคโนโลยี TAM) เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี นำเสนอโดย (F.D. Davis, 1989) ซึ่งเป็นการ ปรับแต่งเพิ่มจากทฤษฎี TRA โดยหลักการของ TAM จะอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ แสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 (External variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจาก4 ประการ ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (Perceived usefulness หรือ PU) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use หรือ PEOU) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) ความสัมพันธ์ของทฤษฎี TAM ข้างต้น

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน ในขณะที่ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้งาน ได้รับ อิทธิพลจาก ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และส่งผลให้ เกิดการยอมรับการใช้งานจริงในที่สุด แต่อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องเพิ่มตัวแปรเพื่อสร้างความเข้าใจถึงวิธีการอธิบายการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ของ แต่ละบุคคลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น (I.F.R. Green, 2005)และเพื่อให้สามารถอธิบายเหตุผลของบุคคลในการ รับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากระบบสารสนเทศ (V.Venkatesh, F. Davis, 2000)



โครงสร้างทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี Technology Acceptance Model : TAM (Davis, 1985)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้สำหรับศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชากรที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชากรใน กรุงเทพมหานครแบ่งพื้นที่ออกเป็น 50 เขต มีจำนวนรวม 5,692,284 คน (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2557, น.21) กำหนดขอบเขตของความคลาดเคลื่อน 0.05

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ใช้สูตรในการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา โดยให้ค่าความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีวิธีการหาค่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากสูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

$$n = \frac{Z^2}{4(E)^2}$$

เมื่อ

$$n = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง}$$
$$Z = \text{ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ}$$
$$E = \text{ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้} = 0 = 0.05$$

ซึ่ง Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า 1.96

$$n = \frac{(1.96)^2}{4x(0.05)^2}$$
$$n = 384.16 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณออกมาได้เท่ากับ 384 คน และเพื่ จำนวนตัวอย่าง 16 คนรวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) อ้างอิง Model TAM (Davis, 1985) JaChul Gu, Sang-Chul Lee, Yung-Ho Suh. (2009) ในรูปแบบเอกสาร และ แบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรแบบสอบถามทั้งหมดมีทั้งหมด 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist) เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป ในแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-End Response Questions) มีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมี ตัวเลือกคำตอบของแบบสอบถาม 2 ตัวเลือก (Two-Way Question) และ หลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist) เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรม การใช้งานแอปพลิเคชันบนสมาร์โฟน ในแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-End Response Questions) มีจำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ระบบปฏิบัติการบนสมาร์โฟน คุณใช้บริการของธนาคาร ไคเป็นธนาคารแรกในการทำ

ธุรกรรมการเงินบนสมาร์ตโฟน ความถี่ในการใช้สมาร์ตโฟนทำธุรกรรม ทางการเงินและ คุณใช้บริการใดจาก ระบบธุรกรรมการเงินบนสมาร์ตโฟนมากที่สุด โดยมีตัวเลือก คำตอบของแบบสอบถาม 2 ตัวเลือก (Two-Way Question) และ หลายตัวเลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบน สมาร์ตโฟน ใน เขตกรุงเทพมหานคร เป็นลักษณะของคำถามที่ให้ความสำคัญในแต่ ละคำทั้งหมด 5 ด้าน ด้านทัศนคติ ด้าน บรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดง ด้านความ ไว้วางใจ ด้านความตั้งใจใช้งาน และด้านพฤติกรรมกร ใช้งาน มีจำนวน 40 ข้อ (Rating Scale) โดยมี การเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้เกณฑ์ มาตรฐานวัดและการใช้คะแนนตามวิธี ของลิเคิร์ต (Likert Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) โดยกำหนดคะแนนเป็น 5 4 3 2 1 ตามระดับความคิดเห็น

ทางด้านทฤษฎี เพื่อตรวจสอบ และขอคำแนะนำในการปรับปรุงและ ดำเนินการปรับปรุง แบบสอบถาม ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อนำไปใช้

วิธีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถาม ทำการแจกให้กลุ่มตัวอย่างประชากร (Pre-test) แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น เพื่อ เพื่อเป็นการทดสอบ เครื่องมือก่อนนำไปใช้งานจริง และนำ แบบสอบถามที่ผ่านการวัดความเชื่อมั่นแล้ว โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ค่า ความเชื่อมั่นของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไว้จำนวนมากกว่าหรือ เท่ากับ 0.5 ไปจัดทำเป็นแบบสอบถาม เป็นเอกสารและ แบบสอบถามออนไลน์ แจกไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ เก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้ข้อมูลดังต่อไปนี้ ข้อมูลปฐม ภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ใน รูปแบบเอกสาร (Questionnaires) และ แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaires Online) โดยใช้ Google Drive เป็นเครื่องมือช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้อง บทความ หนังสือ วารสาร งานวิจัย และข้อมูลอินเทอร์เน็ต

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป และคุณสมบัติของ ผู้ตอบ แบบสอบถามเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน แล้วนำมาแจกแจง ความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์แบบสอบถามใน ส่วนที่ 1 ด้านข้อมูลส่วน บุคคลทั่วไป และส่วนที่ 2 ด้านลักษณะการใช้งาน หาค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ อธิบายความหมายข้อมูลต่างๆ

1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 อายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 35 ปี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาช่วงอายุ 36 - 45 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รองลงมาช่วงอายุ 15 - 25 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 รองลงมาช่วงอายุมากกว่า 55 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และช่วงอายุน้อยที่สุด 46 - 55 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับปริญญาตรี จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาระดับการศึกษา ปวช./ปวส./ม.3/ม.6 จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 และ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 50 คิดเป็นร้อยละ 12.5

อาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 257 คน คิดเป็น ร้อยละ 64.3 รองลงมาอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 รองลงมาอาชีพข้าราชการ จำนวน 25 คน คิดเป็น ร้อยละ 6.3 รองลงมาอาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

สถานภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 260 คน คิดเป็น ร้อยละ 65.0 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และสถานภาพหม้าย หย่า แยกกันอยู่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยช่วง 20,000-30,001 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมารายได้เฉลี่ยช่วง 10,000 - 20,001 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 รองลงมารายได้เฉลี่ยช่วงน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 รองลงมารายได้เฉลี่ยช่วงมากกว่า 50,001 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 และรายได้เฉลี่ยช่วง 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้งาน

ระบบปฏิบัติการบนสมาร์ทโฟน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการ iOS จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาระบบปฏิบัติการ Android จำนวน 156 คน คิดเป็น ร้อยละ 39 เคยใช้บริการระบบธุรกรรมการเงินบนสมาร์ทโฟน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการระบบธุรกรรมการเงินบนสมาร์ทโฟน เคยใช้งาน จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 134 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.5 รองลงมาธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 รองลงมาธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 รองลงมาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 รองลงมาธนาคารกรุงไทย (มหาชน) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และรองลงธนาคารออมสิน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ความถี่ในการใช้สมาร์ตโฟนทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน พบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้งานมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา ตรงคอเดือน - 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และ 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 70 คิดเป็นร้อยละ 3-5 17.5 สำหรับประเภทบริการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ทำ ธุรกรรมประเภทคูดเงินคงเหลือหรือความเคลื่อนไหวบัญชี จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมาคือ โอนเงิน จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 เติมเงินโทรศัพท์มือถือ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 หุ้นหรือ พันธบัตร จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และอื่น ๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพศ มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้านพฤติกรรม ตั้งใจใช้งาน ด้านความไว้วางใจ ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร ด้านความมีมาตรฐานรับประกัน อายุ มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้านพฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ด้านความไว้วางใจ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัย ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร ด้านความมีมาตรฐาน รับประกัน ระดับการศึกษา มีผลต่อ ด้านพฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านบรรทัดฐานของ บุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก ด้านอิทธิพลทางสังคม

สถานภาพ มีผลต่อ ด้านทัศนคติ ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดง พฤติกรรม ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก อาชีพ มีผลต่อ ด้านพฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ด้านความไว้วางใจ ด้านความปลอดภัย ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร

รายได้ มีผลต่อ ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ด้านความไว้วางใจ ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร ด้านความมีมาตรฐานรับประกัน

ระบบปฏิบัติการ มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้าน พฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ด้าน ความไว้วางใจ ด้าน

ความง่ายต่อความมีมาตรฐานรับประกัน การใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร ด้านความถี่ในการใช้งาน มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน

ด้านพฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรม ด้านความไว้วางใจ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัย ด้าน อิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้นเคยต่อธนาคาร ด้านความมีมาตรฐานรับประกัน

ธนาคาร มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้าน พฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรม ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัย ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก ด้านอิทธิพลทางสังคม บริการคูดเงินคงเหลือ ความเคลื่อนไหวบัญชี มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้าน พฤติกรรมตั้งใจใช้งานบริการโอนเงิน มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้าน พฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรม ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายต่อการใช้งาน ด้านความปลอดภัย บริการเติมเงิน โทรศัพพ์มือถือ มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้านพฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จัก

บริการชำระสินค้า มีผลต่อ ด้านการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ด้าน พฤติกรรมตั้งใจใช้งาน ด้านทัศนคติ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จักด้านความปลอดภัย ด้านความมีมาตรฐานรับประกันบริการอื่นๆ มีผลต่อ ด้านความปลอดภัย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณและ ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์

อธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่มีผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงิน พบว่า ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งานสมาร์ตโฟนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรมมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.375 รองลงมา ปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.354 รองลงมา ปัจจัยด้านความปลอดภัยการใช้งาน สมาร์ตโฟนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัย ด้านทัศนคติที่มีต่อการทำธุรกรรม โดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.107 ปัจจัยด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงานและคนรู้จักมีความสัมพันธ์ ในเชิงบวกกับปัจจัย ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรมโดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.413 ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลพฤติกรรมโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ พหุคูณเท่ากับ 0.422

ปัจจัยด้านความคุ้นเคยต่อธนาคารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านความไว้วางใจ โดยมี ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.105 ปัจจัยด้านมาตรฐานรับประกันมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านความไว้วางใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.678 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อ การทำธุรกรรมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัย ด้านความตั้งใจใช้งานสมาร์ทโฟน โดยมีค่า สัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.532 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดง พฤติกรรมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานสมาร์ทโฟน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.080 ปัจจัยด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับปัจจัยด้านความ ตั้งใจใช้งานสมาร์ทโฟน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.218 ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้ งานส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟน มีค่าความสัมพันธ์ 0.876

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟนในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่ายส่งผลต่อปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความใช้งานง่ายส่งผลต่อด้านทัศนคติที่มี ต่อการทำธุรกรรมมากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อการ ทำธุรกรรม ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อปัจจัยด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมมากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านอิทธิพลเพื่อนร่วมงาน และคนรู้จักส่งผลต่อด้านบรรทัด ฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ปัจจัยด้านการมีมาตรฐานรับประกันมีผลต่อปัจจัย ด้านความไว้วางใจมากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านความคุ้นเคยต่อธนาคารมีผลต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจ ปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานมากที่สุด รองลงมาปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผล ต่อปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรม ส่งผล ต่อปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งาน และปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานมากที่สุดส่งผลต่อปัจจัยด้านการ ยอมรับการใช้ งาน

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรพร ศรีพลวัฒน์ (2552) เรื่องปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการ โฆษณาแบบคั้ง ที่กล่าวว่า การคล้อยตามบุคคลอ้างอิง การรับรู้ถึง ประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการยอมรับและใช้ บริการ โฆษณาแบบคั้งของผู้บริโภค

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรวรรณ ใจโต (2555) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ต่อการใช้ งาน บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่งของธนาคารออมสิน ในจังหวัดลำปาง ผลการศึกษา ด้าน การยอมรับเทคโนโลยีระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์ มีมากกว่าการใช้บริการตามแบบปกติ และด้านคุณภาพให้บริการมีความพึงพอใจมาก ด้านความปลอดภัยน่าเชื่อถืออยู่ในระดับปานกลาง ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยแสดงว่าประชากรส่วนใหญ่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางสมาร์ต โฟนในระดับมาก ควรส่งเสริมให้สถาบันการเงิน/ธนาคาร พัฒนาด้านความปลอดภัย คือ ต้องทำให้ ผู้ใช้งานรับรู้ถึงด้านความปลอดภัยในการใช้งาน เช่น สร้างความเชื่อมั่นเรื่องความปลอดภัยของระบบ และ ควรส่งเสริม ด้านบรรทัดฐานของบุคคลที่อยู่โดยรอบการแสดงผลธุรกรรม คือ คนในครอบครัว ครีวมีการแนะนำหรือการบอกต่อ ๆ กันของกลุ่มบุคคล การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนการทำธุรกรรม ทางการเงินบนสมาร์ตโฟน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจสูงสุด อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ไป ทำนายแนวโน้มของการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนควรมีการ ขยายขอบเขตของพื้นที่การศึกษากลุ่มตัวอย่าง ภาคต่าง ๆ ที่เป็นจังหวัดใหญ่ ๆ เพื่อวิเคราะห์และ เปรียบเทียบการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ว่ามีทัศนคติที่แตกต่างกันหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลให้กับสถาบันการเงิน การธนาคาร นำไปใช้ในการพัฒนาออกแบบระบบให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ อาจมีข้อจำกัดในด้านรายละเอียดของ ผลการวิจัย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบทัศนคติด้าน ต่าง ๆ ของผู้ใช้งาน เพื่อให้ลดปัญหาในกรณีผู้ถูกสัมภาษณ์ ขาดความเข้าใจในเรื่องของการยอมรับ การทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน

ปัจจุบันเริ่มการทำธุรกรรมทางการเงิน โดยผ่านเทคโนโลยี NFC บนสมาร์ตโฟน แต่ยังไม่แพร่หลาย ดังนั้นจึงควรมีการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินบนเทคโนโลยี เอ็นเอฟซี (NFC)