

ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

(MOBILE BANKING) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

PERSONAL FACTORS THAT AFFECT BEHAVIOR IN SELECTING MOBILE BANKING SERVICES
(MOBILE BANKING) PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA

นางสาวรัตติมา เจียมตน

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการเงินและการธนาคาร

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

MISS RATIMA JIEMTON

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM FINANCIAL MANAGEMENT AND BANKING

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author: ratima-2008@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง(Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3)เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใช้บริการ โมบาย แบงก์กิ้ง ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถาม ออนไลน์ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรอิสระที่มีตัวเลือกไม่เกิน 2 กลุ่ม (Independent-sample-Test) ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรอิสระที่มีตัวเลือกเกิน 2 กลุ่ม One way Anova และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple regression) ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โมบาย

แบงก์กิ้ง พบว่า ประชากรที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง ยอดเงินที่ใช้บริการ ธุรกรรมการเงินที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด ใช้บริการธุรกรรมการเงิน โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การยอมรับความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ และด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำสำคัญ: ปัจจัย พฤติกรรม การเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ABSTRACT

THE PROVINCE OF PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA CONDUCTED A STUDY ON POPULATION DEMOGRAPHICS AFFECTING MOBILE BANKING IN THREE ASPECTS: TO EXAMINE USER BEHAVIOR IN MAKING BANKING DECISIONS, TO ANALYZE THE RELATIONSHIP INFLUENCING DECISION-MAKING SERVICES, AND TO ASSESS THE DIFFERENCES IN VARIABLES WITH NO MORE THAN 2 OPTIONS. THE RESEARCH INVOLVED 400 ONLINE SURVEYS TO COLLECT STATISTICAL DATA USING FREQUENCY AND PERCENTAGE. STATISTICAL TESTS INCLUDED INDEPENDENT-SAMPLE-TEST FOR MEAN DIFFERENCES BETWEEN TWO GROUPS, ONE WAY ANOVA, AND MULTIPLE REGRESSION ANALYSIS. THE STUDY CONCLUDED THAT PERSONAL CHARACTERISTICS AND DECISION-MAKING BEHAVIOR IN USING MOBILE BANKING SERVICES VARIED BASED ON AGE, EDUCATION LEVEL, MONTHLY INCOME, AND OCCUPATION. THE RESEARCH FOUND THAT USER BEHAVIOR INFLUENCING THE CHOICE OF MOBILE BANKING SERVICES DIFFERED BASED ON DEMOGRAPHIC FACTORS. FACTORS AFFECTING DECISION-MAKING IN BANKING SERVICES IN PHRA NAKHON SI AYUTTHAYA INCLUDED RISKS, BENEFITS, AND INDIVIDUAL PREFERENCES.

KEYWORDS: FACTOR, BEHAVIOR, CHOOSING TO USE MOBILE BANKING

1. บทนำ

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีความสำคัญและมีบทบาทที่สุดต่อระบบเศรษฐกิจ ของประเทศทำหน้าที่

เป็นผู้ให้บริการทางการเงินเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทยยังเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทางการเงินรายใหม่ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ นำเสนอบริการทางการเงินที่มีความหลากหลาย และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็วมยิ่งขึ้น และมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โทรคมนาคมและการสื่อสารได้ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจทางด้านการเงินการธนาคารอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางสังคมของประเทศไทยรวมถึงวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีส่งผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน (วีรภรณ์ จิงสวัสดิ์, 2563)

ปัจจุบันเรากำลังเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างก้าวกระโดด จากรายงานผล

การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) พบว่า ประเทศไทยมีความท้าทายในการพัฒนาหลายมิติ ส่วนสำคัญคือผลิตภาพทางการบริการอยู่ในระดับต่ำ การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการขยายโอกาสในการเข้าถึงระบบบริการสาธารณะยังคงมีช่องว่างที่สามารถ พัฒนาต่อไปได้ อีกทั้งภาคการบริการต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและรูปแบบ การดำเนินการที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการพัฒนาในช่วง 20 ปีข้างหน้า มุ่งเน้นการวิจัยพัฒนาด้านนวัตกรรม และนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้และทำการต่อยอดภาคการบริการในปัจจุบัน โดยอุตสาหกรรมและ บริการแห่งอนาคตต้องพร้อมรับมือและสร้างโอกาสจากความท้าทายที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) คือ ตัวช่วยรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบ

ดิจิทัล ซึ่งสามารถทำได้แบบออนไลน์ ทำที่ไหนเวลาใดก็ได้ เป็นรูปแบบการบริการหนึ่งของ ยุคดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ในปัจจุบันโมบายแบงก์กิ้ง ได้ถูกนำมาเชื่อมโยงกับ โซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อรองรับอีคอมเมิร์ซที่เติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งได้มีการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ชนิดหนึ่ง ถูกพัฒนาขึ้นมาให้มีบทบาทในการตอบ กลับการสนทนาด้วยตัวอักษรแบบอัตโนมัติผ่าน Messaging Application เสมือนการโต้ตอบของคน จริง ๆ (Chatbot) หรือระบบตอบข้อความอัตโนมัติที่แอปพลิเคชันสำหรับการสื่อสารและคนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้และนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (Line) ทำให้ สามารถสื่อสารทางการค้าได้ง่ายมากขึ้น (อริญา ชนะสงคราม, 2563)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
3. ความสัมพันธ์ของการรับความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

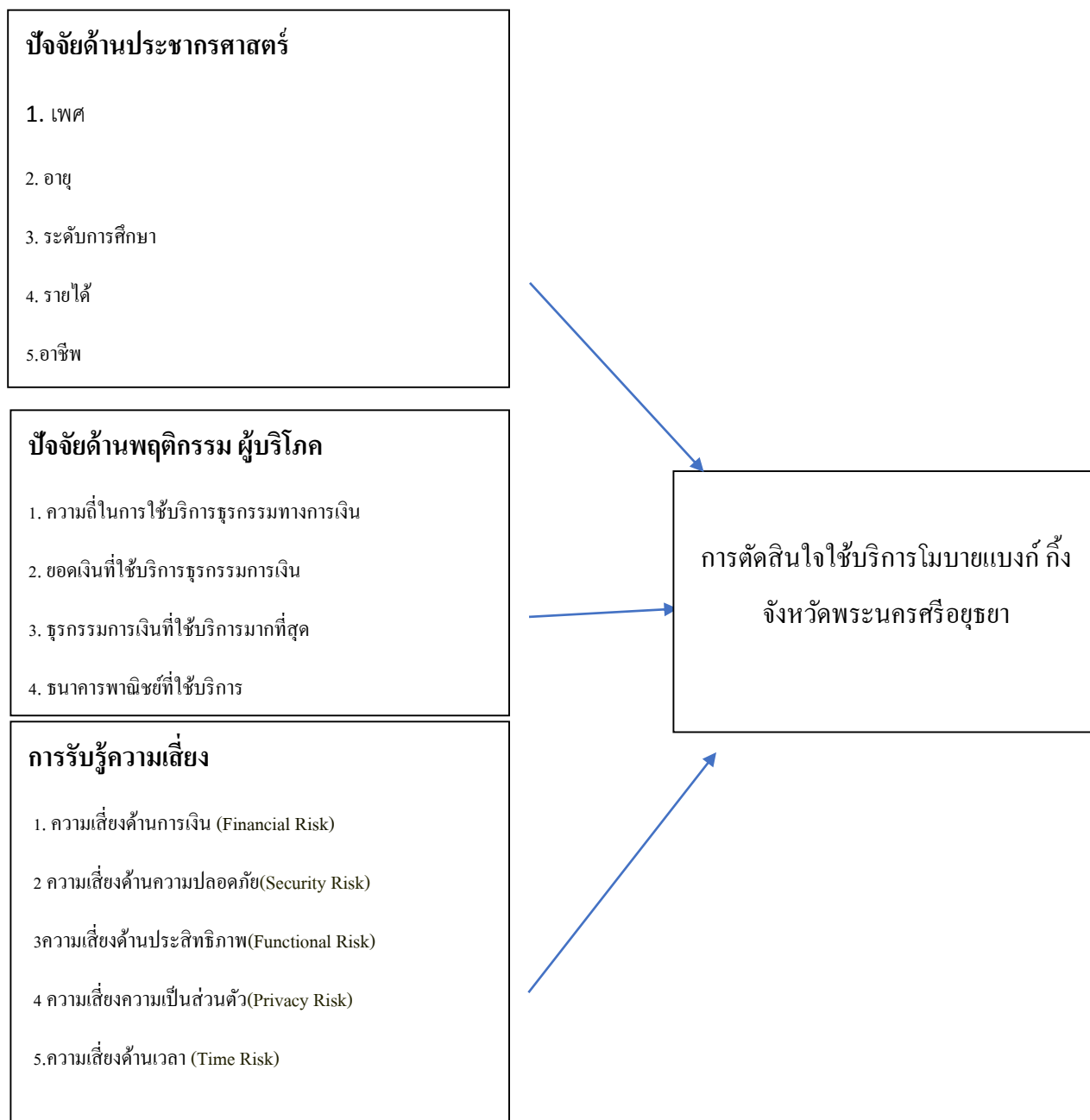
ขอบเขตและวิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

1. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่ในการศึกษาวิจัยผู้ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ขอบเขตด้านเวลา ในงานวิจัยนี้มีระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา เดือนกุมภาพันธ์ 2567 ถึง เดือน มิถุนายน 2567
3. ขอบเขตด้านเครื่องมือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และส่งแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกในการใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) สำหรับปรับปรุงพัฒนา และวางแผนให้เหมาะสม และตรงตามความต้องการของลูกค้า
2. ธนาคารสามารถนำผลข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงการบริการ เพื่อเพิ่มคุณภาพบริการให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น สร้างความประทับใจ และ ความพึงพอใจที่จะใช้บริการธนาคารต่อไป

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1. โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมกับธนาคารพาณิชย์ ผ่านช่องทางเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสามารถโอนเงิน สอบถามยอดเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ ขอรายการเดินบัญชี เป็นต้น
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อปี
3. พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ความคิด ความรู้สึก ประสบการณ์ และการกระทำที่เกิดขึ้น ในระหว่างกระบวนการบริโภคของบุคคลที่ใช้บริการโบายแบงก์กิ้ง
4. ความเสี่ยง หมายถึง ความไม่แน่นอนจากการข้อมูลที่ผิดพลาด ข้อมูลที่ไม่แสดงให้เห็นถึง ความปลอดภัยของระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล
5. ความเสี่ยงด้านการเงิน หมายถึง องค์ประกอบทัศนคติของความเชื่อ ซึ่งสอดคล้องในด้านค่าใช้จ่าย หรือจำนวนเงินที่อาจจะทำให้เกิดความสูญเสียมากกว่าปกติ หรืออีกหนึ่งความรู้สึก คือการตัดสินใจใช้บริการนั้นไม่คุ้มค่า เนื่องจากอาจจะมีบริการในรูปแบบที่คล้ายกันแต่ไม่ใช่ ธนาคาร
6. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ หมายถึง คุณภาพในการใช้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต เกี่ยวข้องโดยตรงกับคุณภาพของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
7. ความเสี่ยงด้านเวลา หมายถึง การทำธุรกรรมแล้วไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาด การผิดพลาดระหว่างการใช้งานบริการต่างๆ ของระบบธนาคาร
8. การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง การกำหนดทางเลือกประเมินตัวเลือกในการ ตัดสินใจใช้โบายแบงก์กิ้งโดยใช้หลักการและเหตุผลเป็นกระบวนการเลือกสิ่งที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบายแบงก์กิ้ง

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman and Kanuk (1987) พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการหรือพฤติกรรมการตัดสินใจที่มีผลต่อ การแสดงออก ทั้งในส่วนการประเมินผลการซื้อ การใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ องค์ประกอบของพฤติกรรม ผู้บริโภค ชูชัยสมิทธิไกร (2561) กล่าวว่า แบบจำลอง (Model) กระบวนการบริโภคเป็นสิ่งที่ นักวิชาการได้นำเสนอ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะมีประโยชน์ อย่างมากสำหรับการอธิบายว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคมีลำดับขั้นตอนการกระทำเป็นอย่างไร และได้รับ อิทธิพลจากปัจจัยอะไรบ้าง ในการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้ใช้บริการ Mobile banking ของธนาคารพาณิชย์ นั้น ต้องทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

สุภาภรณ์ สุวรรณรัตน์ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการ ธนาคารผ่าน แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของ ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการส่งเสริมและสนับสนุนในการให้ความรู้กับผู้ให้บริการทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชันของธนาคารในกรณีที่เกิดปัญหาแล้วธนาคารจะสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วจะช่วยลดความกังวลใจ ของผู้ใช้บริการเรื่องเงินในบัญชีจะสูญหายและเป็นการสร้างความมั่นใจในการทำงานของแอปพลิเคชัน ของธนาคารโดยจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีบัญชีธนาคารเป็นของตนเองและใช้โทรศัพท์มือถือ ที่รองรับการทำงานของแอปพลิเคชันโดยสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้และเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่มีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือของธนาคารซึ่งเป็นผลการวิจัยที่สอดคล้องกับผล

2.3 ทฤษฎีและแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ

Kotler and Armstrong (2011) อธิบายว่า ขั้นตอนการตัดสินใจมี 5 ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการแต่ละ รายจะมีการตัดสินใจใช้บริการจะพิจารณาการใช้งานอย่างไร และส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โฆษณแบบกึ่งอย่างไร ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีการยอมรับความเสี่ยงมาใช้ในการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบที่แตกต่างกัน

อรสุชา อริยะอมรกุล(2562)ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการ โฆษณแบบกึ่ง ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน การรับรู้ประโยชน์ของ แอปพลิเคชันและการรับรู้คุณภาพของแอปพลิเคชันส่งผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการ โฆษณแบบกึ่ง ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ให้สามารถรับมือกับ การเปลี่ยนแปลงและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านดิจิทัลเป็นสำคัญ จากความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยให้ความสำคัญและนำมาสู่ การศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) เพื่อนำประโยชน์ไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพของระบบคุณภาพของข้อมูลและคุณภาพของการบริการเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือ โดยผู้วิจัยได้มุ่งเน้นด้านความเสี่ยงในการใช้บริการของผู้บริโภค

3.วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากร ที่ใช้หรือเคยใช้แอปพลิเคชัน โฆษณแบบกึ่งกึ่งใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน ทำให้การวิจัยในครั้งนี้จะกำหนด

กลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบกลุ่มประชากร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane (กรกานต์ รักบ้านเกิด, 2565) โดยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือ 0.95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ดังนั้น จะได้ขนาดกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของประชากร 4 % คิดเป็น 15 คนรวมกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเท่ากับ 400 คน

3.2 การสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

3.2.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสารจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความทางวิชาการ และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

3.2.2 รวบรวมเนื้อหาสาระที่ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัย มาประมวลผลเพื่อกำหนด พร้อมกับศึกษาหลักเกณฑ์และขอบเขตในการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย วิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.3 ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม และเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้องและให้คำแนะนำ เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องด้านเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมุติฐานโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

3.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะ ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ โดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ความแตกต่าง t-Test เพื่อทดสอบสมมุติฐานในด้านเพศ และ One way Anova เพื่อทดสอบสมมุติฐานในด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

3.3.2 วิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายค่าความถี่ และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 คือ พฤติกรรมในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อทดสอบการปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้สถิติในการทดสอบ คือ ทดสอบสมมุติฐาน One way Anova

3.3.3 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการยอมรับความเสี่ยงประชากรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard

deviation) ที่ได้จาก แบบสอบถาม ปัจจัยพฤติกรรมผู้ให้บริการและส่วนการยอมรับความเสี่ยง ในการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา คือ ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Regression Analysis การวิเคราะห์การถดถอยด้วยวิธี Enter

4. ผลการวิจัย

4.1 การศึกษาเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ

การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถิตินำมาใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน

ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้(ต่อเดือน) ผลการศึกษา จากตาราง 4.2.4 พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่รายได้ (ต่อเดือน) อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท เป็นจำนวน 150 คน คิดร้อยละ 37.5 รองลงมาอยู่ในช่วงรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เป็นจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 โดยประชากรที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดจะอยู่ในช่วงรายได้ 40,0001 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ผลการศึกษา พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่อาชีพอิสระ เป็นจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เป็นจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 โดยประชากรที่ตอบแบบสอบถามน้อยที่สุดจะอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง ความถี่ในการใช้บริการ

โมบาย แบงก์กิ้ง ยอดเงินที่ท่านใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ธุรกิจที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งมากที่สุด การเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงกับการเลือกใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านเวลา ด้านความเป็นส่วนตัว โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ ดังนี้

ผลการศึกษา พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ ความถี่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมา 6-8 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 26.5 โดยประชากรที่ตอบแบบสอบถามใช้โมบายแบงก์กิ้งมากกว่า 8 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22

ผลการศึกษา พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ มียอดเงินที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง เป็นจำนวนระหว่าง 1,000 บาท จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา ยอดเงินน้อยกว่า 1,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 36.3 โดยประชากรที่ตอบแบบสอบถามที่มียอดเงินในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งน้อยที่สุด ได้แก่ จำนวนเงิน 100,001 – 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1

ผลการศึกษา พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ ธุรกรรมการเงินที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง มากที่สุดการชำระค่าสินค้าหรือบริการ จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 รองลงมาเป็นการชำระบิลค่าใช้จ่าย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 โดยประชากรที่ตอบแบบสอบถามที่มี การทำธุรกรรมการเงินที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งน้อยที่สุดมี 2 รายการ คือ การตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3 และ หักบัญชีธนาคารอัตโนมัติ 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3

4.3 ผลการศึกษา พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ เลือกธนาคารที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง มากที่สุด ธนาคารกสิกร จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9รองลงมาเป็นธนาคารกรุงไทย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 คน โดยประชากรที่ตอบแบบสอบถามที่มี การทำธุรกรรมการเงินที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งน้อยที่สุดมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนคนเท่ากัน 4 ธนาคารได้แก่ ธนาคารทีสโก้, ธนาคารซีไอเอ็มบี,ธนาคารแลนด์แอนด์เฮาส์,ธนาคารซีทีแบงก์ โดยมีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ .3

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับความเสี่ยงของการเลือกใช้บริการ โบบาย แบงก์กิ้ง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านความเป็นส่วนตัว ดังนี้

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นการเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลความคิดเห็นในการใช้งาน โบบายแบงก์กิ้ง ด้านความเสี่ยงโดยการเลือกใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ คือ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation:S.D.)

ผลการศึกษา พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ ยอมรับความเสี่ยง ด้านความเป็นส่วนตัว ($\bar{X}$ =4.0525) รองลงมา เป็นความเสี่ยงด้านเวลา ($\bar{X}$ =3.8658)

ด้านการเงิน โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ท่านกังวลว่าท่านอาจเกิดการสูญเสียเงินจากการดำเนินงานที่ไม่เหมาะสมของผู้ให้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) และ ท่านกังวลว่าท่านอาจเกิดการสูญเสียเงินจากการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

ด้านประสิทธิภาพ โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ท่านกังวลว่าท่านจะไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

เนื่องจากความไม่เสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ ท่านกังวลว่าฟังก์ชันที่จำกัดของเครื่องมือการทำธุรกรรมทางการเงิน โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) อาจไม่ตอบสนองความต้องการของท่าน

ด้านความปลอดภัย โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ท่านกังวลว่าข้อมูลบัญชีของท่านอาจถูกนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย อันเนื่องมาจากการทำงานที่ไม่ถูกต้องของระบบการทำธุรกรรมทางการเงิน โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) และ ท่านกังวลว่าข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงิน โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของท่านอาจโดนแฮ็ค หรือติดไวรัส อันเนื่องมาจากความผิดพลาดด้านความปลอดภัยของระบบหรือเครื่องมือการทำงานของธนาคารบนมือถือ

ด้านเวลา โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8658 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ท่านกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการเรียนรู้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) รองลงมา ได้แก่ ท่านกังวลว่ากระบวนการการทำธุรกรรมทางการเงิน โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) อาจใช้เวลานานในการยืนยันตัวตนและข้อมูลอื่น ๆ และ ท่านกังวลว่าอาจใช้เวลานานในการสมัครบัญชีสำหรับทำธุรกรรมทางการเงิน โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

ด้านความเป็นส่วนตัว โดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0525 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านจะถูกเก็บไว้อย่างไม่เหมาะสมซึ่ง อาจถูกบุคคลอื่นนำไปใช้ได้ เช่น ผู้ขายสินค้า ธนาคาร หรือ ผู้ให้บริการอื่น ๆ เป็นต้น รองลงมาได้แก่ ท่านกังวลว่าแฮกเกอร์ (Hacker) จะขโมยข้อมูลส่วนตัวของท่านจาก ฐานข้อมูลของธนาคารบนมือถือ แล้วนำไปใช้ในทางผิดกฎหมาย และท่านกังวลว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านอาจถูกขโมยในการทำธุรกรรม เนื่องจากความประมาทหรือการกระทำที่ผิดกฎหมายของบุคคลอื่น เช่น ธนาคาร หรือบุคคลที่สาม เป็นต้น

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจการเลือกใช้บริการ โบบาย แบงก์กิ้ง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นำเสนอในส่วนนี้เป็นการเสนอผลการศึกษากับข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการโบบายแบงก์กิ้ง โดยการเลือกเครื่องมือในการวิเคราะห์ คือ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation:S.D.) โดยสามารถสรุปผลได้ตามตารางและคำอธิบายต่อไปนี้

การตัดสินใจเลือกใช้บริการโบบายแบงก์กิ้งโดยรวมมีค่าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8363

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ท่านตัดสินใจใช้บริการโบบาย แบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เพราะใช้งานง่ายและสะดวกในการใช้บริการ รองลงมา ท่านต้องการจะหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสด ท่านจึงตัดสินใจใช้บริการโบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ท่านไม่ชอบใช้เงินสด ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการบนแอปพลิเคชันโบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ท่านทราบว่ามีการมีร้านค้าให้บริการจ่ายเงินด้วยแอปพลิเคชัน โบบายแบงก์กิ้งครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ส่งผลให้ท่านตัดสินใจใช้บริการบน ท่านมีความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านโบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แตกต่างกัน ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันโมบาย แบงก์กิ้งของ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test การทดสอบพบว่า มีค่า p-value เท่ากับ .140 ซึ่งมากกว่า .05 แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธฐานรอง H_1 หมายความว่าประชากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยใช้สถิติ One Way Anova ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % จะยอมรับสมมติฐานก็ต่อเมื่อ P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ในกรณียอมรับสมมติฐานจะทำการทดสอบความต่างต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD อายุ 21-29 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งมากกว่า ผู้ที่อายุ ไม่เกิน 20 ปี 30 - 39 ปี 40 - 49 ปี 50 - 59 ปี ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย / ปวช มัธยมปลาย / ปวช อนุปริญญา / ปวส ปริญญาตรี น้อยกว่า ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ระดับรายได้ น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท จะมีการตัดสินใจน้อยกว่า ระดับ 10,000 บาท ,20,000 – 30,000 บาท 30,000 – 40,000 บาท และมากกว่า 40,000 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง มากกว่า ข้าราชการ อาชีพอิสระ นักศึกษา แม่บ้าน/พ่อบ้าน และอื่นๆ ผลการทดสอบ ยอมรับสมมติฐานเมื่อ P-value มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่ง แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธฐานรอง H_1 หมายความว่าประชากรที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณารายตัวแปรโดยวิเคราะห์จากค่า Sig. แสดงถึงการส่งผลของแต่ละตัวแปรซึ่งตัวแปรที่ส่งผลต้องมี ค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านเวลา ด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีค่า Sig อยู่ที่ 0.918,0.014,0.156,0.127,0.0009

เมื่อพิจารณารายตัวแปรโดยวิเคราะห์จากค่า Beta ในตารางซึ่งแสดงถึงระดับค่าอิทธิพลมากที่สุดไปน้อยที่สุด ของแต่ละตัวแปร พบว่าการ ด้านความเป็นส่วนตัว ($Beta=.308$)มีอิทธิพลกับตัวแปรมากที่สุด รองลงมาคือด้าน ประสิทธิภาพ ($Beta=.178$)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านเวลา ด้านความเป็นส่วนตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 21.7 ($R\text{-Squared } (R^2) = 0.217$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนที่เหลือ อีกร้อยละ 79.3 เกิดจากปัจจัยอื่นที่อยู่นอกเหนือจากงานวิจัยครั้งนี้ และมีค่าคงที่ เท่ากับ 1.327

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
----------	--------------------

สมมุติฐานที่ 1 การยอมรับความเสี่ยงด้านการเงินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง	ไม่สอดคล้อง
สมมุติฐานที่ 2 การยอมรับความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง	สอดคล้อง
สมมุติฐานที่ 3 การยอมรับความเสี่ยงด้านความปลอดภัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง	ไม่สอดคล้อง
สมมุติฐานที่ 4 การยอมรับความเสี่ยงด้านเวลาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง	ไม่สอดคล้อง
สมมุติฐานที่ 5 การยอมรับความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง	สอดคล้อง

ผลการทดสอบสมมุติฐานตามตารางอธิบายว่า

สมมุติฐานที่ 1 การยอมรับความเสี่ยงด้านการเงินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากผลการวิเคราะห์ตาราง พบว่าการยอมรับความเสี่ยงด้านการเงิน มีค่า Sig อยู่ที่ 0.918 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่ยอมรับสมมุติฐานที่ 1

สมมุติฐานที่ 2 การยอมรับความเสี่ยงด้านการเงินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากผลการวิเคราะห์ตาราง พบว่าการยอมรับความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีค่า Sig อยู่ที่ 0.014 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมุติฐานที่ 2

สมมุติฐานที่ 3 การยอมรับความเสี่ยงด้านการเงินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากผลการวิเคราะห์ตาราง พบว่าการยอมรับความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีค่า Sig 0.156 อยู่ที่ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่ยอมรับสมมุติฐานที่ 3

สมมุติฐานที่ 4 การยอมรับความเสี่ยงด้านการเงินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากผลการวิเคราะห์ตาราง พบว่าการยอมรับความเสี่ยงด้านเวลา มีค่า Sig อยู่ที่ 0.127 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งไม่ยอมรับสมมุติฐานที่ 4

สมมุติฐานที่ 5 การยอมรับความเสี่ยงด้านการเงินส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากผลการวิเคราะห์ตาราง พบว่าการยอมรับความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว มีค่า Sig อยู่ที่ 0.0009 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งยอมรับสมมุติฐานที่ 5

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ประชากรที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการ

ตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง ยอดเงินที่ใช้บริการธุรกรรมการเงินที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งมากที่สุด ใช้บริการธุรกรรมการเงิน โบบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.3 ปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การยอมรับความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ และด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

5.2.1 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 27.8 ยอดเงินที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งอยู่ที่ 1,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.5 และธุรกรรมที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งมากที่สุดคือ การชำระค่าบริการหรือสินค้า คิดเป็นร้อยละ 50.2 ทั้งนี้ พฤติกรรมการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งที่พบในกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุธิดา นุริตมนต์ (2562) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่พบว่า ผู้ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งส่วนใหญ่ใช้งานไม่บ่อยนัก และยอดเงินที่ใช้บริการส่วนใหญ่จะไม่สูงมาก ธุรกรรมที่ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้งที่พบบ่อย คือ การตรวจสอบยอดเงิน โอนเงิน และชำระค่าบริการหรือสินค้า อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง อาจมาจากหลายสาเหตุ เช่น ผู้ใช้ยังไม่คุ้นเคยกับการใช้บริการกังวลเรื่องความปลอดภัย หรือไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการบ่อยนัก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิวิมล นนทชยากร (2562) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ค้นพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านรหัสคิวอาร์ โดยให้เหตุผลการเลือกใช้บริการผ่านรหัสคิวอาร์เพราะรู้สึกปลอดภัยและไม่จำเป็นต้องพกเงินสด

5.2.2 ปัจจัยการรับรู้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การยอมรับความเสี่ยง ด้านประสิทธิภาพ และด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ทั้งนี้ การรับรู้ด้านประสิทธิภาพ หมายถึง ความเชื่อมั่นของผู้ใช้ว่า การใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวก รวดเร็ว และง่ายดาย ผู้ใช้ที่มีการรับรู้ด้านประสิทธิภาพสูง มักจะมองหาช่องทางที่จะช่วยให้พวกเขาสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวก และบริการโมบายแบงก์กิ้งก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่พวกเขาจะพิจารณา และการรับรู้ด้านความเป็นส่วนตัว หมายถึง ความเชื่อมั่นของผู้ใช้ว่า ข้อมูลส่วนตัวของพวกเขาจะได้รับการคุ้มครองอย่างปลอดภัยเมื่อใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ผู้ใช้ที่มีการรับรู้ด้านความเป็นส่วนตัวสูง มักจะกังวลเรื่องความปลอดภัยของข้อมูล และจะเลือกใช้บริการที่พวกเขาเชื่อมั่นว่าจะรักษาข้อมูลของพวกเขาให้อย่างปลอดภัย

อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ เหล่านี้ ล้วนส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้ ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งจึงควรพัฒนาบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านการรับรู้เหล่านี้ด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภรณ์ จิงสวัสดิ์ (2563) ที่ทำการศึกษา ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทยในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ที่ค้นพบว่า สะดวกสบาย ครอบคลุม และมีความปลอดภัย ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ K. Muiruri, S. Richu, and G. Karanja (2015) ศึกษาบทบาทของ Mobile Banking เพื่อยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงินของผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศ เคนยา กรณีศึกษา เมือง นาคู ที่ค้นพบว่า เพราะสามารถทำธุรกรรมได้รวดเร็ว มีความปลอดภัย

6. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

6.1 พัฒนาบริการโมบายแบงก์กิ้งให้ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย: ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรพัฒนาบริการให้ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ผู้ใช้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องกังวลเรื่องความปลอดภัย

6.2 สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการโมบายแบงก์กิ้ง: ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการโมบายแบงก์กิ้งให้กับผู้ใช้ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้ที่ยังไม่คุ้นเคยกับบริการ ผู้ใช้จะได้ตัดสินใจเลือกใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งอย่างมั่นใจ

6.3 พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารและบริการลูกค้า: ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งควรพัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสารและบริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ ผู้ใช้สามารถติดต่อสอบถามหรือขอความช่วยเหลือเมื่อประสบปัญหาในการใช้บริการได้อย่างสะดวก

7. บรรณานุกรม

ณภัทร จรรย์จรัสสิน. (2562). การศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Mobile Banking. ปริญญาตรี. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. บัณฑิตวิทยาลัย

โสภณ วิจิตรเมธาวณิชย์. (2562). การพัฒนาของธุรกิจธนาคารในโลกดิจิทัล. (Online).

https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_15Apr2020.aspx, 15 มิถุนายน 2563

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2563). ธุรกิจธนาคารเร่งปรับตัว พร้อมรับมือ New Normal. (Online).

ศรุตฯ สายบัวต่อ และ กนกกาญจน์ นมะหุต. (2562). รูปแบบการยอมรับพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการสมาร์ต แอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพของ Gen X. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม- ธันวาคม).

พนิดา จงสุขสมสกุล. (2561). การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. (Online).

www.research.nu.ac.th/th/signup/hen6/APanida.pdf, 23 มิถุนายน 2563.

วนิดา ประวันจะ และนิภา นิรุตติกุล. (2564). การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความตั้งใจ ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียว. วิทยาลัยพาณิชย ศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 16(1) ,16-28.

สุกมาส อังสุโชติ. (2563). เทคนิคการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2563 จาก

<https://www.stou.ac.th/offices/ore/info/cae/uploads/pdf/636366560441132172>

อำพล นววงศ์เสถียร, บุษยา วงษ์สวัสดิกุล, ธนกร ลิ้มศรีณย์, เฉลิมพร เข็นเชือก และ อังควิภา แนวจำปา. (2563). การยอมรับของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้งธนาคารพาณิชย์ไทยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. เศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจปริทัศน์, 16(1).