

## พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชน

อรรถพล ชอบพุกโธ\*  
ผศ.ดร. ดารณี เอื้อชนะจิต\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random sampling) ในการแจกแบบสอบถามโดยมีคำถามเพื่อคัดเลือก (Screening Question) เฉพาะตัวอย่างที่ใช้บริการ Mobile Banking กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 2 ประเภท คือ สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ Mobile Banking เพื่อให้ทราบลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่างและจัดหมวดหมู่โดยใช้การหาค่าแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ใช้การทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติ T-test และ (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ และ รายได้ ส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมใช้บริการ Mobile Banking ที่แตกต่างกัน ได้แก่ รายได้ สถานที่ และจำนวนเงินที่ใช้เฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

---

\*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

\*\*ที่ปรึกษาการศึกษาวิจัยบุคคลหลัก

## 1. บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตลาดสมาร์ทโฟนในไทย โดยภาพรวมมีการขยายตัวแบบก้าวกระโดดเนื่องมาจากความพร้อมในด้านเทคโนโลยีโครงข่ายพื้นฐาน 3G และ 4G ที่กลุ่มผู้ประกอบการโทรคมนาคมและการสื่อสาร ต่างเร่งพัฒนาและขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ ประกอบกับกระแสนิยมในการใช้สมาร์ทโฟน เข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ทุกที่ทุกเวลาตามที่ต้องการ รวมถึงการมีกลุ่มผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ผลิตอุปกรณ์เคลื่อนที่รายใหม่โดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตจากจีนและไต้หวัน หรือแม้แต่กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศที่หันมาผลิตและจัดจำหน่ายสมาร์ทโฟนกันเป็นจำนวนมาก ทำให้ราคาสมาร์ทโฟนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับต่ำลง และฐานผู้ใช้งานมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว

การใช้สมาร์ทโฟนในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจธนาคารจำเป็นต้องพัฒนาการให้บริการในรูปแบบใหม่ ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่ายขึ้นด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือที่เรียกว่า Mobile Financial Service (MFS) อาทิเช่น ช่วยให้การชำระเงินสดกวดเร็ว ปลอดภัย ตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะผู้ใช้บริการในเขตห่างไกลที่ไม่สามารถเข้าถึงสาขาหรือเครื่องเอทีเอ็ม ของสถาบันการเงินได้สะดวก ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการเข้าถึงบริการทางการเงินได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น เงินในระบบก็มีการเปลี่ยนมือมากขึ้น และจะช่วยส่งผลดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมในที่สุด

จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่าปัจจุบันประชากรไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตเพียง 18.3 ล้านคน หรือคิดเป็น 28% ของประชากรทั้งหมด ถือเป็นสัดส่วนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับ ประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สิงคโปร์ ที่ประชากรเกินครึ่งประเทศเข้าถึงอินเทอร์เน็ต จึงทำให้การทำธุรกรรมออนไลน์เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเมื่อพิจารณาจำนวนผู้ใช้สมาร์ทโฟนของประเทศไทยพบว่า มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุค ของ Gen Y (Generation Y) คนกลุ่มนี้มีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 4 ของประชากรทั้งประเทศและเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีใจเทคโนโลยีและหลงใหลโมบายแอปพลิเคชัน จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน อนาคตปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือของประเทศไทยจะมีอัตราที่เพิ่มขึ้น ถึงแม้ปัจจุบันปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือจะมีสัดส่วนเพียง 6% ปริมาณการทำธุรกรรมผ่านมือถือของไทยมีสัดส่วนที่น้อยเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในความปลอดภัย และนิยมที่จะทำธุรกรรมผ่านทางสาขามากกว่าแบรนด์และความเชื่อถือของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการกับธนาคารแบบดั้งเดิม โดยธนาคารที่แสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือความซื่อสัตย์การรักษาความปลอดภัย และคุณภาพที่ได้รับหน่วยงานกำกับจำเป็นต้องปรับปรุงกฎเกณฑ์การกำกับดูแลผู้ให้บริการ Mobile banking ให้มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในระบบบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านมือถือ นอกจากนี้จะ

สะดวกรวดเร็วและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่แล้ว ยังช่วยให้ประชาชนในเขตห่างไกล เข้าถึงบริการของธนาคารได้สะดวกมากขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบโทรคมนาคมและโครงข่ายอินเทอร์เน็ตภายในประเทศให้ครอบคลุมทุกพื้นที่และเพื่อให้ทัดเทียมกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มอาเซียน (บุญเลิศ กมลชนกกุล, 2557)

พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ด้านความถี่ในการตรวจเช็คยอดเงินมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย อีกทั้งพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการโอนเงินมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านต้นทุน ความพึงพอใจใน ส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย และความถี่ในการชำระสินค้าและบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย (พรพรรณ ช้างงานเนียม, 2553)

การพัฒนาประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางการเงินจำเป็นต้องอาศัยความคิดริเริ่ม (Innovation) และการคิดอย่างสร้างสรรค์ (Creativity) ทั้งนี้นวัตกรรมเกิดขึ้นโดยการนำกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งที่ดีกว่า โดยการพัฒนานวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในและภายนอก อย่างใกล้ชิดและเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กับเวลาอย่างมากในธุรกิจ นวัตกรรมคือ ความคาดหมายของสิ่งที่ดีกว่าในแง่ของการวัดประสิทธิภาพ (ภัทรกิตต์ เนตินิยม, 2554)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางการเงินในรูปแบบของการใช้งานง่าย และ ความคุ้มค่าในการใช้งาน เปรียบเทียบกับต้นทุน เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ การเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการและจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง และประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งาน เมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัย

2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างกันระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทาง

การเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัยแตกต่างกัน

2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างกันระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ การเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการและจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง ส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงินแตกต่างกัน

### 3. สมมติฐานงานวิจัย

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัยแตกต่างกัน

3.2 พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ การเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการและจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัยแตกต่างกัน

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 เป็นแนวทางพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ทางการเงินที่มีต่อประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชน

4.2 เพื่อนำผลประโยชน์การศึกษามาเป็นองค์ความรู้และแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจกรณีศึกษาแอปพลิเคชัน Mobile banking ที่มีต่อประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชน

4.3 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจธนาคาร สามารถนำไปใช้ในการวางแผนปรับปรุง พัฒนาระบบนวัตกรรมทางการเงิน รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ธุรกรรมทางการเงิน ให้คุณภาพในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

### 5. ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ที่มีต่อประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชน โดยศึกษากลุ่มผู้ใช้บริการผ่านทาง แอปพลิเคชัน Mobile Banking ของธนาคารในประเทศไทย และดำเนินการวิจัยช่วงระหว่างเดือนกันยายนถึงพฤศจิกายน 2562 โดยมีขอบเขตดังนี้

## 1. ประชากรและตัวอย่าง

- ประชากร คือ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่เป็นพนักงานเอกชนทั่วไป ไม่ทราบจำนวนประชากร

- ตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่เป็นพนักงานเอกชนทั่วไป โดยใช้สูตรการคำนวณของ (ทาโร่ ยามาเน่, 1967) จะได้ตัวอย่างจำนวน 400 คน

## 2. ตัวแปรที่ใช้

- ตัวแปรอิสระ มี 2 ตัวแปร คือ

1) ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

2) ตัวแปรด้านพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ประกอบด้วย การเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการและจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการต่อครั้ง

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัย

## 6. ระเบียบวิธีวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมแนวคิดทางทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันที่ส่งผลต่อนวัตกรรมทางการเงินที่มีประสิทธิภาพของผู้ใช้บริการที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน Mobile Banking มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบจำนวน 3 ข้อ และให้กรอกข้อมูล 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพของนวัตกรรมทางการเงินที่มีผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking จำนวน 16 ข้อ มีลักษณะคำตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้ค่าเท่ากับ	5
มาก	ให้ค่าเท่ากับ	4
ปานกลาง	ให้ค่าเท่ากับ	3
น้อย	ให้ค่าเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	ให้ค่าเท่ากับ	1

## 7. ผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีรายได้ที่ 15,000 – 30,000 บาท

### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บริการ Mobile Banking

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้หลักที่ผ่านบริการ Mobile banking ของธนาคารกสิกรไทย มีการทำธุรกรรมทางการเงินที่แล้วแต่สะดวก ส่วนใหญ่มีการใช้บริการ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมประเภทโอนเงินระหว่างบัญชี มีความถี่ในการใช้งาน Mobile Banking เฉลี่ยต่อเดือนที่ 1 – 10 ครั้ง และส่วนใหญ่มีจำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking เฉลี่ยต่อครั้งที่ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท

### ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking

ผลการศึกษา พบว่า ประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัย (และด้านการใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด)

### ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 “ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัยแตกต่างกัน” พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 “พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ การเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการและจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกันส่งผลให้ ประสิทธิภาพประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่า

ในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัยแตกต่างกัน” พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ด้านรายได้หลักที่ผ่านบริการ สถานที่ใช้บริการ จำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking เฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## 8. อภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชนทั่วไป” สามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. จากสมมติฐานที่ 1 “ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัยแตกต่างกัน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ และรายได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alson & Misagal (2016) ได้ทำการศึกษาการใช้สมาร์ตโฟนในนักศึกษามหาวิทยาลัย ทำการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากนักศึกษาที่ใช้สมาร์ตโฟนในมหาวิทยาลัยจำนวน 125 คน ศึกษาพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านการติดต่อสื่อสาร เช่น ความถี่ในการตรวจสอบอีเมลต่อคาบเวลา เป็นต้น 2. ด้านการสืบค้นข้อมูล เช่น ความถี่ในการท่องอินเทอร์เน็ตต่อคาบเวลา ความถี่ในการตรวจสอบหน้าเว็บไซต์ต่อคาบเวลา เป็นต้น 3. ด้านความบันเทิง เช่น ความถี่ในการเล่นเกมต่อคาบเวลา ความถี่ในการดูหนังต่อคาบเวลา เป็นต้น 4. ด้านกรณีฉุกเฉิน เช่น ความถี่ในการโทรหาตำรวจกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่ปลอดภัยต่อคาบเวลา ความถี่ในการโทรหารพยาบาลเมื่อเกิดอุบัติเหตุต่อคาบเวลา เป็นต้น และ 5. ด้านการศึกษา เช่น ความถี่ในการจดบันทึกเอกสารต่อวัน ความถี่ในการค้นหาเนื้อหาที่ไม่เข้าใจต่อวัน เป็นต้น โดยใช้สถิติทดสอบ (T-Test) เพื่อทดสอบความแตกต่างค่าคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนของนักศึกษาระหว่างเพศชายและเพศหญิง จากผลการทดสอบ พบว่านักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายใช้งานด้านความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 3.65 เช่น ฟังเพลง ดูวิดีโอ เป็นต้น ในขณะที่เพศหญิงใช้งานด้านการติดต่อสื่อสาร ร้อยละ 3.72 เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และ อินสตาแกรม (Instagram) และสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา มหามงคล (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วน

ใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้และอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

2. จากสมมติฐานที่ 2 “พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ได้แก่ การเลือกใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการและจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้งที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน ได้แก่ การใช้งานง่าย ความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนและความปลอดภัยแตกต่างกัน ผลการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ด้านรายได้หลักที่ผ่านบริการ ด้านสถานที่ใช้บริการ และด้านจำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking เฉลี่ยต่อครั้งที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานของนวัตกรรมทางการเงิน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของประดิษฐาพร จันทร์เลิศ (2548) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ SCB EASY NET ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเตอร์เน็ตทั่วไป ด้านความถี่ในการใช้อินเตอร์เน็ตต่อสัปดาห์และระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้อินเตอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการใช้บริการ SCB EASY NET ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ด้านระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้อินเตอร์เน็ตต่อครั้งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการใช้บริการ SCB EASY NET ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมการใช้บริการ SCB EASY NET ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ด้านระยะเวลาการให้บริการเว็บไซต์/ครั้ง

## 9. ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1.1 จากผลการศึกษา พบว่า ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้หลักที่ผ่านบริการ Mobile banking ของธนาคารกสิกรไทย มีการทำธุรกรรมทางการเงินที่แล้วแต่สะดวก ส่วนใหญ่มีการใช้บริการ Mobile Banking ในการทำธุรกรรมประเภทโอนเงินระหว่างบัญชี มีความถี่ในการใช้งาน Mobile Banking เฉลี่ยต่อเดือนที่ 1 - 10 ครั้ง และส่วนใหญ่มีจำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking เฉลี่ยต่อครั้งที่ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ การพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีความเสถียรอยู่ตลอดเวลา ให้ลูกค้าสามารถ ใช้งานได้โดยไม่สะดุด หรือต้องคอยตรวจสอบการติดตามการใช้งานของลูกค้าเป็นประจำ

1.2 จากการศึกษา พบว่า ประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้มค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย และด้านการใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญการพัฒนาวัตกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking อยู่ตลอดเวลา ควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ควรจัดการรณรงค์ หรือการส่งเสริมการตลาดเพื่อทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกว่า การใช้งานนวัตกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินที่ง่ายสะดวกและมีระบบความปลอดภัยสูง ควบคู่กับการนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ อาทิการยกเลิกค่าธรรมเนียมในการชำระค่าบริการสินค้าและบริการต่าง ๆ

### 2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ของการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชนทั่วไป เช่น ความพึงพอใจในการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ข้อมูลที่ได้สามารถปรับปรุงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อไป

2.2 ควรศึกษาถึงปัจจัยที่สร้างความภักดีต่อนวัตกรรมทางการเงินของแต่ละธนาคาร เพราะหากมีการภักดี ต่อธนาคารแล้ว ผู้บริโภคอาจมีการแนะนำต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งถือเป็นแหล่งข้อมูลหนึ่งที่ผู้บริโภค ได้รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการ Mobile Banking โดยจะสร้างผลดีให้กับผู้ประกอบการต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชนทั่วไป ในระเบียบวิธีวิจัยแบบอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากมุมมองของลูกค้า และเพื่อให้ผลการวิจัยทางด้านพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile

Banking ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานนวัตกรรมทางการเงินของพนักงานเอกชนทั่วไป มีความครอบคลุม และชัดเจนมากขึ้น อาทิ การวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มประชากรทั่วไปในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

#### 10. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความช่วยเหลือและแนะนำอย่างดียิ่งจากหลาย ๆ ท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผศ.ดร. ดารณี เอื้อชนะจิต ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้ง รศ.ดร.ธนิดา จิตร น้อมรัตน์ และ ดร.ศิริเดช คำสุพรหมที่ได้ให้ปรึกษาแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ในการวิจัย ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดยตลอดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณพนักงานเอกชนทั่วไปทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อนึ่งผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะมีประโยชน์อยู่ไม่ใช่น้อย และขอมอบความกตัญญู กตเวทิตาคุณ แต่บิดา มารดา ที่ส่งเสริมผู้วิจัยได้มีโอกาสได้ศึกษาเล่าเรียนจนทำให้ผู้วิจัยมีโอกาสทำงานวิจัยเล่มนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

#### บรรณานุกรม

##### วิทยานิพนธ์

สิริสุดา รอดทอง. (2556). ความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันของผู้ใช้สมาร์ทโฟน จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ และ ธัญวรัตน์ สุวรรณะ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำ

ธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ทโฟน ในเขตกรุงเทพมหานครฯ

ภาวิดา หม่อมปลัด. (2556). เทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือที่มีต่อความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

จิรพร ศรีพลวัฒน์. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการ โมบาย แบงก์กิ้ง

ประดิษฐาพร จันทเลิศ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ SCB EASY NET ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ศุนย์วิจัยข้อมูลการตลาด เอ.อาร์. (2544). พฤติกรรมการชำระสินค้าและบริการของผู้บริโภค

ธันว์รัฐ ธีระวิทย์. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

วิศยา ธีรวิชัยไชยกุล. (2556). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน

(Application) บนสมาร์ทโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android)

Alson & Misagal. (2016). การใช้สมาร์ทโฟนในนักศึกษามหาวิทยาลัย

- ปัทมา มานะกิจเจริญ. (2555). พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟนของเจนเนอเรชั่น วาย
- ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทาง โทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร
- ศุภมาส ชาญชัยชัย. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- มงคล นิมิตภักดีกุล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจยกเลิกบริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application บนโทรศัพท์เคลื่อนที่

#### สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). รายงานธุรกรรมการชำระเงิน ประจำไตรมาส 1 ปี 2561. จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/PaymentSystem\\_Reports/Q1\\_2561.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/PaymentSystem_Reports/Q1_2561.pdf)
- พรชัย พิลหาเวสส. (2557). บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่: สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย. จาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib\\_/article\\_24\\_07\\_57.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/article_24_07_57.pdf)