

## การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

กรณีการ เชื้อชมสุข\*  
ดร.จุล ธนศรีวินิชชัย\*\*

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ทำการวิจัยโดยการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จากกลุ่มตัวอย่างของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารละ 200 คน ทั้งหมดจำนวน 400 คน ใช้สถิติ T-Test, Chi-Square และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงซ้อน ในการวิเคราะห์

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ยอมรับเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้งานของทั้ง 2 ธนาคารมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน การรับรู้ถึงความมีประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ ปริมาณเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง และปริมาณเงินที่ใช้บริการต่อครั้งในการทำธุรกรรม

เมื่อวิเคราะห์ด้านประชากรศาสตร์ พบว่าเพศหญิงนิยมทำธุรกรรมด้านการโอนเงิน ส่วนเพศชายนิยมใช้บริการด้านการชำระค่าบริการต่าง ๆ ทุกระดับอายุนิยมใช้บริการโอนเงิน แต่เมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น ก็มีแนวโน้มจะใช้บริการด้านการชำระค่าบริการต่าง ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะที่ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีนิยมใช้บริการด้านการชำระค่าบริการต่าง ๆ มากกว่าระดับอื่น อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรับราชการ นิยมใช้บริการชำระค่าบริการต่าง ๆ เดือนละ 1-2 ครั้ง อาชีพธุรกิจส่วนตัวนิยมโอนเงิน เช็คยอดคงเหลือและใช้บริการเกือบทุกวัน โดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก โดยลูกค้ามีความพึงพอใจธนาคารไทยพาณิชย์มากกว่าธนาคารกสิกรไทย

ข้อเสนอแนะที่สามารถจะนำมาพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันมีดังนี้ ควรนำบัตรเครดิตมาอยู่ในแอปพลิเคชัน เพื่อให้สะดวกและเข้าถึงข้อมูลและโปรโมชั่นของบัตรได้ง่ายขึ้น

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

\*\* ที่ปรึกษาหลัก

## 1. บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อชีวิตประจำวันของประชากรค่อนข้างสูง และเกิดการแข่งขันกันทางธุรกิจมากขึ้น โดยธุรกิจด้านการธนาคารมีการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตในสังคมดิจิทัล โดยการบริการลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ สะดวกสบาย และเน้นความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ปัจจุบันภาครัฐได้มีการส่งเสริมและพัฒนาบริการพร้อมเพย์สำหรับประชาชนชาวไทย ให้สามารถใช้บริการโอนเงินแบบฟรีค่าธรรมเนียมและเชื่อมโยงกับการคืนเงินภาษี โดยได้รับความร่วมมือกับทางธนาคารต่าง ๆ ด้วย

การทำธุรกรรมต่าง ๆ ในปัจจุบันมีหลากหลายช่องทาง เช่น ผ่านตู้เอทีเอ็ม ผ่านอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ และผ่านธนาคารสาขาต่าง ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับความสะดวกและความพร้อมของแต่ละคน จากการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย เปิดเผยข้อมูลเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2561 เรื่องปริมาณการชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินและช่องทางต่าง ๆ พบว่าการโอนผ่านอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่มีปริมาณที่สูงขึ้นในทุก ๆ ปี โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2558 มีปริมาณ 77 ล้านรายการ และปี พ.ศ. 2559 มีปริมาณ 147 ล้านรายการ เพิ่มขึ้น 1.9 เท่า และข้อมูลการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking ของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า จำนวนบัญชีผู้ใช้บริการ ปริมาณรายการ และมูลค่ารายการเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนบัญชีลูกค้า 13 ล้านราย และในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนบัญชีลูกค้า 20 ล้านราย ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และจากปริมาณที่เพิ่มขึ้นนี้เอง จึงไม่แปลกใจหากธนาคารต่าง ๆ มีการแข่งขันกันพัฒนาระบบเพื่อเป็นผู้นำ และให้ได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งานมากที่สุด

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “การยอมรับเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์” โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ และมีความต้องการความสะดวกสบายที่เพิ่มสูงขึ้น เพื่อให้ผลวิจัยนั้นมีประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์ในอนาคตให้สามารถพัฒนาเทคโนโลยีและเข้าถึงความต้องการของลูกค้าได้

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี กับพฤติกรรมการใช้งานจริงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์
- 2.2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ของ จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

### 3. สมมติฐานการวิจัย

- 3.1 ผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ มีการยอมรับเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับมาก และแตกต่างกัน
- 3.2 การยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานจริงในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์
- 3.3 ผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน
- 3.4 ผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ มีความพึงพอใจระดับมาก และแตกต่างกัน

### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.1 สามารถนำผลวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันของธนาคาร เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายและรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานได้มากขึ้น
- 4.2 สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประกอบในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และบริการอื่นๆให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

### 5. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์

ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ โดยประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจ โดยแบ่งเป็นการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use)

ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ มีการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง เดือน กุมภาพันธ์ 2561 ถึง เมษายน พ.ศ. 2561

### 6. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย แอปพลิเคชันที่ใช้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้งานระบบจริง ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้งาน ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ปริมาณการใช้งานต่อครั้ง และประเภทของการทำธุรกรรม เป็นคำถามปลายปิด จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และความพึงพอใจ โดยเป็นแบบสอบถามตามมาตราประเมินแบบลิเคิร์ต (Likert scale) มีระดับการตอบ 5 ระดับ คือ ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เกณฑ์ที่ได้นี้ สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงการแปลความหมายของระดับคะแนน

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21-5.00	ระดับมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับมาก
2.61-3.40	ระดับปานกลาง
1.81-2.60	ระดับน้อย
1.00-1.80	ระดับน้อยที่สุด

## 7. ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ถึงความมีประโยชน์ (Perceived Usefulness) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันของธนาคาร และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

ผลการศึกษาพบว่าตัวอย่างทั้งหมด 400 ชุด ประกอบด้วยธนาคารกสิกรไทย จำนวน 200 คน และธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 200 คน ส่วนใหญ่อายุ 26-35 ปี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และมีรายได้เฉลี่ย 15,001-35,000 บาทต่อเดือนจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5

พฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย ส่วนมากที่สุดคือ ใช้บริการเดือนละ 1-2 ครั้ง รองลงมา คือ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง เป็นลูกค้ามา 1-3 ปี ใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่า 5,000 บาท และใช้บริการโอนเงินเป็นส่วนใหญ่ ขณะเดียวกันพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนมากที่สุด คือ ใช้บริการเกือบทุกวัน รองลงมา คือ เดือนละ

1-2 ครั้ง เป็นลูกค้าใหม่ คือใช้บริการมาแล้วน้อยกว่า 1 ปี ใช้บริการต่อครั้งน้อยกว่า 5,000 บาท และใช้บริการโอนเงินเป็นส่วนใหญ่ และใช้บริการอื่นๆ เช่น ถอนเงินไม่ใช้บัตร ATM, ซื้อตั๋วหนัง SF และดูข้อมูลกองทุน

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานในระดับมาก

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารไทยพาณิชย์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นด้านพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ T-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ มีการรับรู้ถึงประโยชน์และการใช้งานง่ายในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้งาน โดยวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงซ้อน พบว่าผู้ที่ทำธุรกรรมของธนาคารกสิกรไทย มีการรับรู้ถึงประโยชน์สัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการและปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้ง ส่วนการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ และปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้งในการทำธุรกรรม ส่วนผู้ที่ทำธุรกรรมของธนาคารไทยพาณิชย์ มีการรับรู้ถึงประโยชน์สัมพันธ์กับระยะเวลาการเป็นลูกค้า ส่วนการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า และปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้งในการทำธุรกรรม

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการทำธุรกรรมการเงิน โดยใช้สถิติ Chi-Square ในการวิเคราะห์ พบว่าผู้ที่ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย ที่มีเพศแตกต่างกัน มีประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีระยะเวลาการเป็นลูกค้า ปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้ง และประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้ง และประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้ง และประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน

ผู้ที่ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารไทยพาณิชย์ ที่มีเพศแตกต่างกัน มีประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้ง และประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า ปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้ง และประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน และผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปริมาณที่ใช้บริการต่อครั้ง และประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ส่วนธนาคารธนาคารไทยพาณิชย์ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์คำตอบของทั้ง 2 ธนาคาร พบว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทยพาณิชย์ มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

## 8. อภิปรายผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี พบว่าผู้ใช้มีการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานในระดับมาก เหมือนกับงานวิจัยของพิรุฬพงศ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2552) เนื่องจากประชากรส่วนมากให้ความสำคัญด้านการใช้ประโยชน์มากกว่า ซึ่งเมื่อรับรู้ถึงประโยชน์แล้ว จะมีพฤติกรรมเชิงบวกในการจะทำธุรกรรมทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และเนื่องจากธนาคารไทยพาณิชย์มีการพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง เพื่อเอาใจทุกเพศทุกวัย ทำให้ลูกค้าของไทยพาณิชย์ส่วนมากเป็นลูกค้าที่ใช้งานมาแล้วน้อยกว่า 1 ปี ต่างจากธนาคารกสิกรไทยที่ผู้ใช้ส่วนมากมาจากฐานลูกค้าเดิมของธนาคาร ซึ่งใช้งานมาแล้ว 1-3 ปีเป็นส่วนใหญ่ เมื่อวิเคราะห์เป็นด้าน พบว่า ธนาคารกสิกรไทย การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มากขึ้น สัมพันธ์กับความถี่ในการใช้งานและปริมาณการใช้งานต่อครั้งที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย ส่วนธนาคารไทยพาณิชย์ การรับรู้ประโยชน์ที่มากขึ้น ผกผันกับระยะเวลาการเป็นลูกค้า กล่าวคือลูกค้ามีการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จึงเริ่มมีการใช้งานมากขึ้นหรือส่วนมากเป็นลูกค้าใหม่นั้นเอง การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่มากขึ้น สัมพันธ์กับความถี่ในการใช้งานที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ผกผันกับระยะเวลาการเป็นลูกค้าและปริมาณการใช้งานต่อครั้งที่เพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือเมื่อผู้ใช้รับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ผู้ใช้จึงหันมาใช้งานมากขึ้น โดยเป็นลูกค้าใหม่ที่ใช้งานได้ไม่นานและใช้ในปริมาณน้อยต่อครั้ง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม มีพฤติกรรมการใช้งานที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำไปแบ่งกลุ่มลูกค้าและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตามกลุ่มเป้าหมายได้ โดยลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์พึงพอใจต่อแอปพลิเคชันมากกว่าธนาคารกสิกรไทย ซึ่งธนาคารเองต้องมีการพัฒนาด้านต่างๆให้ตรงกับความต้องการลูกค้าให้มากขึ้น และข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้ คือ หลีกเลี่ยงได้ยกเลิกค่าธรรมเนียมแล้ว ทำให้มีความสนใจในการใช้ mobile banking มากขึ้น ควรนำบัตรเครดิตมาอยู่ในแอปพลิเคชัน ควรมีสรุปผลรายรับรายจ่ายต่อเดือนบนแอปพลิเคชัน และบันทึกเลขบัญชีลูกค้าประจำพร้อมประวัติ

## 9. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ผู้ที่สนใจสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งด้านการวิจัย และการนำไปประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาหรือวางแผนกลยุทธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรเก็บข้อมูลของผู้ใช้งานเป็นระยะ เช่น ก่อนใช้งาน ระหว่างใช้งาน และหลังใช้งาน เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละช่วง ควรสำรวจหลายธนาคาร

เพื่อเปรียบเทียบระหว่างธนาคารที่มีผู้ใช้จำนวนมากกับผู้ใช้น้อย หรืออาจเพิ่มการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบ  
สนทนากลุ่มหรือ การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- เกศวิฑู ทิพย์ศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- จิวิธ อินทร์บำรุง. (2553). ส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง บมจ. ธนาคารกรุงไทย อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เจกิตานัน มีสุข, ณิชชา ศศิโรจน์และ ธนบดี ตั้งเลิศปัญญา. (2557). ทัศนคติและการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโปรแกรมประยุกต์บนโทรศัพท์มือถือ. (การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์บัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชยพร ดุลละอุมาลัย. (2552). ทัศนคติ และการยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา: การให้บริการบัตรโดยไม่ต้องรับเงินโอน (Cardless). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญชนก กุณที. (2553). ทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ที่มีต่อธุรกรรมทางการเงินทางอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง กิ่ง ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปัญญา สุนทรปิยะพันธ์. (2552). พฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของกลุ่มนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- พรพรรณ ช้างงามเนียม. (2553). ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชรพงศ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2552). ความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วรวิฑู มีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศศิวิมล มณีเหล็ก. (2554). ทัศนคติและความพึงพอใจในการใช้ บริการ K-Mobile Banking Plus ของบุคลากร และนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุภิกานต์ สมบุญเจริญ, สริตา เจตนากรบัญชา และ สุจีวรรณ ภาพันธ์. (2558). ทัศนคติและการยอมรับการใช้ บริการออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์บัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.



อรุณทัย พยัคฆพงษ์. (2560). แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีการแข่งขันทางการตลาด. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรีปีที่ 11 ฉบับที่ 25 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม 2560 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

การทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ 2561, จาก [www.bot.or.th](http://www.bot.or.th) (ธนาคารแห่งประเทศไทย)

ข้อมูลพื้นฐานของธนาคาร สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2561, จาก [www.kasikornbank.com](http://www.kasikornbank.com) (ธนาคารกสิกรไทย)

ข้อมูลพื้นฐานของธนาคาร สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2561, จาก [www.scb.co.th](http://www.scb.co.th) (ธนาคารไทยพาณิชย์)

Ajzen, Icek and Fishbein, Morris. (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Davis, F. D., Bagozzi, R., & Warshaw, P. (1989). User acceptance of computer technology A comparison of two theoretical models. Management Science. 35(8), 982-1003.

Pender, Nola. (1996). Health Promotion in Nursing Practice. 3rded. Stamford, CT: Appleton and Lange.

Schramm, Wilbur. (1960). The Process and Effects of Mass Communication. Urbana, IL.: University of Illinois Press.

Pikkarainen, T., Pikkarainen, K., Karjaluoto, H., Pahlila, S. (2004). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. Internet Research. 14(3), 224-235.

Chuttur, M. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model: Origins, Developments and Future Directions. Sprouts: Working Papers on Information Systems.

Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. 186-204.

Stigzelius, E. (2011). User adoption of an online learning environment. Master's Thesis: Aalto University School of Science.