

## พฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง: แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

สุพัตรา โทหนอง<sup>1</sup>, อริสา มาชะส่วสดี<sup>1</sup> และกิตติกร สุนทรานุรักษ์<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม  
<sup>2</sup>กลุ่มวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

\*kittikorn@npru.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งหมายศึกษาพฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ จำนวน 385 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในพื้นที่ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-29 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับอนุปริญญาหรือสูงกว่า อาชีพอิสระ รายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เคยใช้บริการมาแล้วมากกว่า 1 ปี มีความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้โมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ เพื่อทำธุรกรรมโอนเงินไปบัญชีธนาคารกรุงไทยและต่างธนาคารมากที่สุด และระดับความเห็นต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ทั้งในแต่ละด้านและโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

**คำที่สำคัญ :** พฤติกรรมการใช้ การยอมรับนวัตกรรม โมบายล์แบงก์กิ้ง กรุงไทยเน็กซ์

## Use Behaviour and Innovation Acceptance of Mobile Banking: The Krungthai NEXT Application

Supattra Thontong<sup>1</sup>, Arisa Makhasawatdi<sup>1</sup> and Kittikorn Soontaranurak<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Bachelor of Business Administration Program in Finance and Banking, Faculty of Management Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

<sup>2</sup>Economics Group, Faculty of Management Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University

\*kittikorn@npru.ac.th

### Abstract

This study aims to study the behaviour of using and acceptance of mobile banking innovation, the Krungthai NEXT application, among customers of the Krung Thai Bank Public Company Limited. The samples used in the study were the users of the Krungthai NEXT application, totaling 385 people. Data were collected using questionnaires as a tool in the service area of the Krung Thai Bank Public Company Limited, Damnoen Saduak Branch, Ratchaburi Province. The results of the study found that the majority of respondents were female, aged between 20 - 29 years, single status, associate's degree or higher education, self-employed, average income 10,001 - 20,000 baht per month, most had a service period of more than 1 year. Respondents use mobile banking the Krungthai NEXT application the most to transfer money to the Krung Thai bank accounts and other banks. and level of opinion towards the acceptance of the innovation of mobile banking, the Krungthai NEXT, both in each section and overall, at a high level.

**Keywords:** Use behaviour, innovation acceptance, Mobile banking, Krungthai NEXT

### 1. บทนำ

เนื่องจากความก้าวหน้าและแพร่หลายของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันของมนุษย์ พฤติกรรมของคนในสังคมปัจจุบันจึงเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างชัดเจน โดยสิ่งประดิษฐ์หนึ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในยุคนี้คืออุปกรณ์สมาร์ทโฟน (smartphone) ที่ผู้คนจำนวนมากต้องมีไว้ในการครอบครอง เพื่อการติดต่อสื่อสารทั้งในแบบดั้งเดิมและคุณสมบัติอื่น ๆ ที่ช่วยตอบสนองความต้องการและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้มากยิ่งขึ้น เช่น การติดต่อสื่อสารสนทนาแบบส่วนตัวหรือแบบกลุ่มผ่านแอปพลิเคชัน ใช้ถ่ายภาพ ใช้ในการทำงานหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต หรือสามารถใช้เพื่อความบันเทิง เช่น ดูภาพยนตร์ ฟังเพลง เล่นเกม และอื่น ๆ กล่าวได้ว่า การมีสมาร์ทโฟนเพียงเครื่องเดียวก็สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งเรื่องส่วนตัว งาน หรือใช้เพื่อความบันเทิงได้ สมาร์ทโฟนจึงกลายเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงการติดต่อสื่อสารปฏิสัมพันธ์ได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านการเชื่อมต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและเป็นช่องทางสำคัญสำหรับธุรกิจต่าง ๆ ในการสื่อสารข้อมูลกับผู้บริโภคในรูปแบบที่หลากหลายตรงเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน

ในภาคการเงิน ธนาคารในฐานะผู้ให้บริการทางการเงินสำคัญจึงต้องมีการปรับตัวอย่างมากและรวดเร็วเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (internet banking) ซึ่งเป็นการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือถ้าให้บริการผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือเรียกว่าโมบายล์แบงก์กิ้ง (mobile banking) ซึ่งธนาคารออนไลน์ที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนโดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ต้องมีฟังก์ชันรองรับในการใช้งานโดยจะต้องดำเนินการติดตั้งโมบายล์แอปพลิเคชัน (mobile application) ของธนาคารลงบนโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเพื่อสามารถ

เชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปสู่บริการโมบายล์แบงก์กึ่งที่ธนาคารเปิดให้บริการโดยเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้บริโภคสามารถใช้บริการเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ทำให้มีความสะดวกสบายและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นและประหยัดทรัพยากร โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร หรือ ไปที่ตู้กดเงินอัตโนมัติเหมือนในอดีตที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของนวัตกรรมทางการเงินอย่างเช่นโมบายล์แบงก์กึ่งจะมากน้อยแค่ไหน อย่างไรนั้นย่อมขึ้นอยู่กับการยอมรับของผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคว่าเป็นเช่นไร ที่ผ่านมามีการศึกษาหลายชิ้นที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้งานและระดับการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งของผู้ใช้บริการ ทั้งในภาพรวมที่ไม่เจาะจงแอปพลิเคชันของสถาบันการเงินใด และแบบเจาะจงแอปพลิเคชันของสถาบันการเงินรายหนึ่ง ๆ โดยใช้ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (technology acceptance model) ที่เน้นการรับรู้ประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน และเจตคติในการใช้งาน [1] และทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (theory of planned behavior) ที่ให้ความสำคัญกับเจตคติและบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเป็นพื้นฐาน [2] ผลการศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่ง [3 - 5] ส่วนใหญ่ใช้บริการค่อนข้างประจำ [6] จนถึงใช้บ่อยในกลุ่มรุ่นใหม่ [7] ส่วนใหญ่ใช้เพื่อโอนเงินและตรวจสอบยอดเงิน [3, 6, 8 - 10] และมีระดับความเห็นต่อการรับรู้ประโยชน์การใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้ บรรทัดฐานหรืออิทธิพลของสังคม อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด [3 - 10] และระดับความเห็นต่อความเชื่อมั่นในการใช้ [3] ความปลอดภัยในการใช้ [7] มีเจตคติต่อการใช้งาน [3, 5 - 6, 9] การตั้งใจใช้งาน และพฤติกรรมใช้งานจริง [3] อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เช่นกัน เว้นแต่ในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีระดับความเห็นต่อการนำไปใช้งานอยู่ในระดับปานกลาง [5] ขณะที่การศึกษาในกลุ่มที่สองที่ดูเหมือนจะมีจำนวนน้อยกว่า โดยมุ่งเน้นเจาะจงไปยังการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งของสถาบันการเงินรายใดรายหนึ่ง พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เพื่อการโอนเงิน [11 - 12] เช่นกัน และมีระดับความเห็นต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน บรรทัดฐานของสังคม [13 - 14] เจตคติต่อการใช้งาน ความตั้งใจใช้งาน [11 - 14] ความน่าเชื่อถือ [12] อยู่ในระดับมากเช่นกัน ส่วนความเห็นต่อพฤติกรรมการยอมรับใช้งานอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด [11, 13 - 15] แต่การรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้กลุ่มผู้สูงอายุอยู่ในระดับน้อย [12] โดยรวมแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่งมีการใช้งาน และมีการยอมรับนวัตกรรมในระดับมากขึ้นไปเป็นส่วนใหญ่แต่อาจแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มได้

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ จะมุ่งเน้นการศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งเฉพาะแอปพลิเคชันใดแอปพลิเคชันหนึ่งตามแบบกลุ่มที่สองเพราะยังมีการศึกษาไม่มากนัก โดยเลือกศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่เรียกว่า แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (Krungthai NEXT) เพียงแอปพลิเคชันเดียว เนื่องจากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นธนาคารขนาดใหญ่ที่มีลูกค้าจำนวนมากและมีการพัฒนานวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งแอปพลิเคชันนี้ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมากกว่า 9 ล้านคน ในปี 2563 หลังจากเริ่มให้บริการเพียงแค่สองปี [16] และมียอดผู้ใช้งานมากกว่า 16.5 ล้านคนในปี 2566 มีผู้ใช้งานอย่างต่อเนื่องกว่าร้อยละ 75 [17] ซึ่งเป็นความสำเร็จที่น่าสนใจว่าผู้บริโภคหรือลูกค้าของธนาคารมีพฤติกรรมการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ อย่างไร และมีการยอมรับอย่างไรบ้างต่อนวัตกรรมนี้ โดยเลือกศึกษาในพื้นที่ให้บริการของสาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ผสมผสานระหว่างเมืองและชนบทซึ่งคล้ายกับพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศ จึงน่าจะเป็นตัวแทนของปรากฏการณ์ส่วนใหญ่ของประเทศได้ดีในระดับหนึ่ง ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาบริการของธนาคารและวงการธนาคารของไทยต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการ ประกอบด้วย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่ง แอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ ของลูกค้า ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

## 3. ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)

โดยเป็นการเก็บมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน กรุงเทพฯเน็กซ์ โดยดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2563 ในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดนครปฐม

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยใช้วิธีการเชิงปริมาณ ประกอบด้วย ประชากรในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

##### 4.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชัน กรุงเทพฯเน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชัน กรุงเทพฯเน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี จำนวน 385 ตัวอย่าง ได้จากการคำนวณโดยใช้สูตรของ Cochran [18] ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (convenience sampling)

##### 4.2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือในการทำวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิงของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) แอปพลิเคชัน กรุงเทพฯเน็กซ์ เป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชัน กรุงเทพฯเน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นส่วนที่ใช้ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชัน กรุงเทพฯเน็กซ์ คำถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ระยะเวลาการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ และลักษณะของการทำธุรกรรม

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมการเงินโมบายล์แบงก์กิงของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นส่วนที่ใช้วัดความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชัน กรุงเทพฯเน็กซ์ คำถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 26 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (ratio scale) โดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้คะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ลดลงถึง 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันกรุงเทพฯเน็กซ์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง และหาค่าอำนาจการจำแนกรายข้อด้วยการแจกแจงที (t-distribution) พบว่า แต่ละข้อมีค่า sig ต่ำกว่า 0.05 ทุกข้อ ยกเว้นข้อ 8 จึงนำออกจากแบบสอบถาม จากนั้นวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (coefficient alpha's Cronbach) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.937 ซึ่งเพียงพอสำหรับการนำแบบสอบถามไปใช้ได้

##### 4.3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยใช้แบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากลูกค้าธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก ในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2563 แล้วนำมาทำการประมวลผล โดยคณะผู้วิจัยเอง

##### 4.4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลแล้วจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ตามลำดับโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ในแต่ละส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย จำแนกเป็นเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. พฤติกรรมการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

3. การยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ นำคำตอบที่ได้จากคำถามแบบเลือกตอบ จำนวน 26 ข้อ มาประเมินให้คะแนนโดยใช้เกณฑ์การประเมินที่กำหนด จากนั้นนำข้อมูลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งในรายข้อและโดยรวม และใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ [19] ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความเห็นระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความเห็นระดับมาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความเห็นระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความเห็นระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความเห็นระดับน้อยที่สุด

ในส่วนของการวิเคราะห์การยอมรับนวัตกรรมเชิงพฤติกรรม นำระดับความเห็นในข้อ 25 และข้อ 26 มาคำนวณหา ค่าระดับความคิดเห็นเฉลี่ยของการยอมรับนวัตกรรม โดยใช้เกณฑ์ข้างต้น และถือว่า ความเห็นระดับมากและมากที่สุดเป็น ระดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับนวัตกรรม ส่วนผู้ที่มีระดับคะแนนต่ำกว่า เป็นผู้ที่ไม่ยอมรับนวัตกรรม

4. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ กับการยอมรับนวัตกรรม โดยใช้ การทดสอบไคแอสควร์ และการวัดขนาดของความสัมพันธ์โดยใช้ค่า Cremer's V

## 5. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้ ประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อ รถยนต์ และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผู้ให้บริการในความเห็นของลูกค้าในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์มี รายละเอียดดังนี้

### 5.1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกเป็น เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้หรือเงินที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่ ผู้ใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 52.47 เป็นเพศหญิง แต่กึ่งสัดส่วนเพศชายก็มีจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มี อายุ 20 - 29 ปี ร้อยละ 38.70 รองลงมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 30 - 39 ปี ร้อยละ 26.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพการสมรสเป็น โสด ร้อยละ 48.83 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับระดับอนุปริญญาตรี ขึ้นไป ร้อยละ 49.61 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/งาน อิสระ ร้อยละ 24.93 แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา หรือประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท ร้อยละ 41.30

### 5.2. พฤติกรรมการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 47.27 ใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์มาแล้ว มากกว่า 1 ปี และอีกร้อยละ 39.48 ใช้มาแล้ว 6 เดือน - 1 ปี ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ย 3 -4 ครั้ง/สัปดาห์ และผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนไม่น้อยร้อยละ 32.47 ที่ใช้โดยเฉลี่ย 5 ครั้ง/สัปดาห์ ขึ้นไป ส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์เพื่อทำธุรกรรมโอนเงินไปบัญชีกรุงไทยและต่างธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 71.70 รองลงมาคือใช้ชำระและ/หรือรับเงินค่า ซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 68.60 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (n=385)

| รายการ               | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------|
| ระยะเวลาการใช้บริการ |            |        |
| ไม่เกิน 6 เดือน      | 51         | 13.25  |
| 6 เดือน - 1 ปี       | 152        | 39.48  |
| มากกว่า 1 ปี         | 182        | 47.27  |

**ตารางที่ 1** พฤติกรรมการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (n=385) (ต่อ)

| ความถี่ในการใช้บริการ(จำนวนครั้ง/สัปดาห์)   |     |       |
|---|-----|-------|
| โดยเฉลี่ย 1 – 2 ครั้ง / สัปดาห์             | 77  | 20.00 |
| โดยเฉลี่ย 3 - 4 ครั้ง / สัปดาห์             | 183 | 47.53 |
| โดยเฉลี่ย 5 ครั้ง หรือมากกว่า/ สัปดาห์      | 125 | 32.47 |
| <b>ลักษณะของการทำธุรกรรม</b>                |     |       |
| โอนเงินไปบัญชีกรุงไทยและต่างธนาคาร          | 276 | 71.70 |
| ชำระและ/หรือรับเงินค่าซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ | 264 | 68.60 |
| จ่ายบิลค่าสาธารณูปโภคต่างๆ                  | 179 | 46.50 |
| เติมเงินค่าโทรศัพท์                         | 158 | 41.00 |
| สอบถามยอดและรายการเคลื่อนไหวในบัญชี         | 247 | 64.20 |

### 5.3. การยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับนวัตกรรมในแต่ละด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความเสี่ยงของนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์อยู่ในระดับมากทั้งสามด้าน ขณะที่เจตคติต่อการใช้บริการนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง อยู่ในระดับมากเช่นกัน สำหรับบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง ก็อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาขยับลงไปทั้งบรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือบรรทัดฐานของคนที่ดีต่อกันก็อยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อพิจารณาความตั้งใจในการใช้นวัตกรรมซึ่งเป็นผลมาจากเจตคติ การรับรู้ความเสี่ยง และบรรทัดฐานจากกลุ่มอ้างอิง ก็พบว่ามีความเห็นในระดับมาก และต่อเนื่องไปสู่การยอมรับเชิงพฤติกรรมการใช้นวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์อยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยทั่วไปมีการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในระดับมากทั้งแต่ละด้านและโดยรวม

**ตารางที่ 2** การยอมรับนวัตกรรมการเงินโมบายล์แบงก์กิง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (n=385)

| ข้อความ   | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนฯ | ระดับ |
|---|-----------|----------------|-------|
| <b>การรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์</b>   | 3.94      | 0.61           | มาก   |
| 1. เชื่อว่าสามารถเรียนรู้การติดตั้งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ได้   | 3.90      | 0.80           | มาก   |
| 2. เชื่อว่าสามารถเรียนรู้ระบบและขั้นตอนการทำธุรกรรมการเงินบนแอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ ได้ไม่ยาก                           | 3.91      | 0.75           | มาก   |
| 3. คิดว่าการทำธุรกรรมการเงินโดยใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ มีรูปแบบการใช้งานที่ง่าย และรวดเร็ว                            | 4.02      | 0.67           | มาก   |
| <b>การรับรู้ถึงประโยชน์ของแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์</b>  | 4.24      | 0.52           | มาก   |
| 4. การใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ทำให้ทำธุรกรรมการเงินรวดเร็วกว่าเดิม  | 4.18      | 0.64           | มาก   |
| 5. การใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ช่วยให้ทำธุรกรรมการเงินได้โดยสะดวกทุกที่ ทุกเวลา  | 4.24      | 0.68           | มาก   |
| 6. การใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย  | 4.30      | 0.70           | มาก   |
| 7. การใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ทำให้ตรวจสอบบัญชีได้ง่าย  | 4.25      | 0.69           | มาก   |
| <b>การรับรู้ถึงความเสี่ยง</b>   | 3.89      | 0.59           | มาก   |
| 9. กังวลว่าการใช้งานแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ จะทำให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น   | 3.74      | 0.76           | มาก   |
| 10. เชื่อว่าการทำธุรกรรมการเงินบนแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ มีประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และเข้าถึงได้ตลอดเวลา | 4.04      | 0.66           | มาก   |

ตารางที่ 2 การยอมรับนวัตกรรมการเงินโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (ต่อ)

| ข้อความ   | ค่าเฉลี่ย   | ส่วนเบี่ยงเบนฯ | ระดับ      |
|---|-------------|----------------|------------|
| <b>เจตคติต่อการใช้บริการนวัตกรรมการเงินแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์</b>                                   | <b>4.15</b> | <b>0.442</b>   | <b>มาก</b> |
| 11. การใช้บริการแอปพลิเคชัน กรุงไทยเน็กซ์ เป็นความคิดที่ฉลาด  | 4.23        | 0.58           | มาก        |
| 12. การทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์เป็นความคิดที่ทันสมัย<br>เพิ่มความสะดวกรวดสบาย     | 4.08        | 0.55           | มาก        |
| 13. ขอบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์   | 4.14        | 0.67           | มาก        |
| <b>บรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง</b>  | <b>3.73</b> | <b>0.80</b>    | <b>มาก</b> |
| 14. คนในครอบครัวเห็นว่าการใช้แอปพลิเคชันเป็นความคิดที่ฉลาด  | 3.80        | 0.86           | มาก        |
| 15. คนในครอบครัวคิดว่าควรใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์  | 3.73        | 0.97           | มาก        |
| 16. เพื่อนส่วนใหญ่คิดว่าการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ เป็นความคิดที่ฉลาด                             | 3.71        | 0.97           | มาก        |
| 17. เพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่คิดว่าท่านควรใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์                                     | 3.69        | 0.95           | มาก        |
| <b>บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อด้วย</b>   | <b>3.64</b> | <b>0.95</b>    | <b>มาก</b> |
| 18. คนที่ติดต่อด้วยคิดว่าการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ เป็นความคิดที่ฉลาด                            | 3.66        | 1.05           | มาก        |
| 19. คนที่ติดต่อด้วย คิดว่าท่านควรใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์  | 3.64        | 0.99           | มาก        |
| 20. คนที่ติดต่อด้วยส่วนใหญ่นิยมใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์  | 3.62        | 1.03           | มาก        |
| <b>บรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิง</b>   | <b>3.52</b> | <b>0.81</b>    | <b>มาก</b> |
| 21. ผู้คนที่รู้จักส่วนใหญ่คิดว่าการใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ เป็นความคิดที่<br>ฉลาด                 | 3.55        | 0.91           |            |
| 22. ผู้คนที่รู้จักส่วนใหญ่คิดว่าควรใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์  | 3.49        | 0.89           | มาก        |
| <b>ความตั้งใจในการใช้</b>   | <b>3.91</b> | <b>0.60</b>    | <b>มาก</b> |
| 23. มีความตั้งใจที่จะใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน                             | 3.91        | 0.73           | มาก        |
| 24. จะแนะนำคนอื่น ๆ ให้ใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน                           | 3.91        | 0.68           | มาก        |
| <b>การยอมรับเชิงพฤติกรรมกรการใช้นวัตกรรมการเงินแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์</b>                           | <b>3.99</b> | <b>0.57</b>    | <b>มาก</b> |
| 25. ใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ เป็นประจำ   | 3.94        | 0.69           | มาก        |
| 26. ทุกครั้งที่ต้องทำธุรกรรมการเงิน มักเลือกใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์<br>มากกว่าไปทำที่สาขาหรือ ATM | 4.04        | 0.69           | มาก        |
| <b>รวม</b>  | <b>3.91</b> | <b>0.50</b>    | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามต่อการยอมรับกรใช้นวัตกรรมโดยมีพฤติกรรมใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์เป็นประจำ และมักเลือกใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์มากกว่าไปทำธุรกรรมที่สาขาหรือ ATM พบว่า มีผู้ที่ยอมรับกรใช้นวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ มีระดับคะแนนความเห็นเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 คะแนน จำนวน 343 คน คิดเป็นร้อยละ 89.10

ตารางที่ 3 การยอมรับนวัตกรรมการเงินโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์

| รายการ            | จำนวน      | ร้อยละ        |
|-------------------|------------|---------------|
| ไม่ยอมรับนวัตกรรม | 42         | 10.90         |
| ยอมรับ            | 343        | 89.10         |
| <b>รวม</b>        | <b>385</b> | <b>100.00</b> |

#### 5.4. ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัย คือ ลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงในตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้ของผู้ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่าอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่ใช้ ความถี่ที่ใช้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อวัดขนาดความสัมพันธ์โดยใช้ค่า Cremer's V พบว่า อายุ สถานภาพการสมรส และความถี่ที่ใช้ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับการยอมรับนวัตกรรม ขณะที่ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่ใช้ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการยอมรับนวัตกรรม

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการและการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง

| ตัวแปร         | Pearson Chi-Square | Cremer's V | ความหมาย |
|----------------|--------------------|------------|----------|
| เพศ            | 2.718              | 0.084      | น้อย     |
| อายุ           | 34.793*            | 0.301      | ปานกลาง  |
| สถานภาพการสมรส | 46.187*            | 0.346      | ปานกลาง  |
| ระดับการศึกษา  | 17.745*            | 0.215      | น้อย     |
| อาชีพ          | 13.736*            | 0.189      | น้อย     |
| รายได้เฉลี่ย   | 10.804             | 0.168      | น้อย     |
| ระยะเวลาที่ใช้ | 26.305*            | 0.261      | น้อย     |
| ความถี่ที่ใช้  | 36.728*            | 0.309      | ปานกลาง  |

หมายเหตุ ค่า Pearson Chi-Square ที่มีเครื่องหมายดอกจัน (\*) หมายถึง ค่าที่มีระดับนัยสำคัญน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

#### 6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ของลูกค้านาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้านาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ จำนวน 385 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่ก็มีเพศชายในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี สถานภาพการสมรสเป็นโสด สำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญาตรีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับจ้าง/งานอิสระเป็นส่วนใหญ่ และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ส่วนใหญ่ได้ใช้แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์มาแล้วมากกว่า 1 ปี และส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 3 - 4 ครั้ง/สัปดาห์ วัตถุประสงค์ที่ใช้คือเพื่อทำธุรกรรมโอนเงินไปบัญชีกรุงไทยและต่างธนาคารเป็นหลัก รองลงคือใช้ชำระและ/หรือรับเงินค่าซื้อขายสินค้าออนไลน์ เมื่อพิจารณาระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับนวัตกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามโดยทั่วไปมีระดับความเห็นต่อการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ในระดับมากทั้งแต่ละด้านและโดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยอมรับการใช้นวัตกรรมโมบายล์แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้ และการยอมรับนวัตกรรม พบว่า อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่ใช้ ความถี่ที่ใช้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยอายุ สถานภาพการสมรส และความถี่ที่ใช้ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับการยอมรับนวัตกรรม ขณะที่ระดับการศึกษา อาชีพ ระยะเวลาที่ใช้ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการยอมรับนวัตกรรม

#### 7. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายผลการวิจัยจำแนกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันตั้งแต่ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์หรือมากกว่า และได้ใช้แอปพลิเคชันมาเป็นระยะเวลากว่า 1 ปี เป็นส่วนมาก แสดงถึงการใช้งานเป็นประจำและความคุ้นเคยของผู้ใช้บริการกับ



นวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งอยู่ในระดับดี สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมา [3 - 7] ที่พบว่าผู้ใช้บริการมีความถี่ในการใช้ค่อนข้างประจำจนถึงบ่อย นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นถึงผลสำเร็จในระดับหนึ่งของการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่ง แอปพลิเคชันกรุงเทพฯนี้เอง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้บริการที่ใช้ประจำ [17]

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันกรุงเทพฯนี้เพื่อโอนเงิน และ ชำระและ/หรือรับเงินค่าซื้อขายสินค้าออนไลน์ ตรวจสอบยอดเงิน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมา [3, 6, 8 - 12] แสดงให้เห็นถึงความคึกคักของธุรกรรมซื้อขายออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งดังกล่าวเช่นแอปพลิเคชันกรุงเทพฯนี้ก็มีบทบาทสำคัญในการเติบโตของตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นต่อการยอมรับในแต่ละด้าน ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความเสี่ยง และเจตคติต่อการใช้บริการนวัตกรรมการเงินแอปพลิเคชันกรุงเทพฯนี้รวมทั้งบรรทัดฐานของคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัวและเพื่อนฝูง บรรทัดฐานของกลุ่มคนที่ติดต่อกับ ซึ่งโดยรวมก็คือบรรทัดฐานของกลุ่มอ้างอิงหรืออิทธิพลของสังคม ตลอดจนความตั้งใจในการใช้งาน แม้จะแตกต่างกันบ้าง กล่าวคือ บางด้านอาจสูงหรือต่ำกว่าบางด้าน แต่ล้วนแล้วจัดอยู่ในระดับมากทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี และทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน และยังสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมาที่พบว่าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่งต่างก็มีระดับความเห็นต่อการยอมรับในประเด็นเหล่านี้ในระดับมาก หรือมากที่สุด [3 - 14]

4. โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามโดยทั่วไปให้การยอมรับเชิงพฤติกรรมต่อนวัตกรรมแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่งกรุงเทพฯนี้ในระดับมาก โดยทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนเป็นประจำ และทุกครั้งที่ต้องทำธุรกรรมทางการเงินมักเลือกทำบนสมาร์ตโฟน สอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมา [3, 11, 13 - 15] ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความเห็นต่อการยอมรับการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์แบงก์กึ่งในระดับมากหรือมากที่สุดเช่นเดียวกัน

## 8. ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่งส่วนใหญ่คุ้นเคยและยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันในระดับที่ดี ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรพัฒนาบริการของแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่งในด้านอื่น ๆ ที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานที่อาจหลากหลายให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิมได้

2. แม้ว่าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่ง กรุงเทพฯนี้จะมีระดับความเห็นต่อการยอมรับในระดับมากทั้งสิ้น แต่ในบางด้านก็อาจยังมีระดับความเห็นต่อการยอมรับน้อยกว่าด้านอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาที่ตอบสนองต่อการยอมรับของผู้ใช้บริการในด้านเหล่านี้ให้มากยิ่งขึ้น

ในการวิจัยครั้งต่อไป คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

3. ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับนวัตกรรมการเงิน โมบายล์แบงก์กึ่งของธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) โดยธรรมชาติแล้วคุณลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจจะเป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นจากการตอบแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้เป็นการศึกษาเจาะลึกจากความคิดเห็นหรือความรู้สึกภายในของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นเพื่อให้ผลการวิจัยครั้งต่อไป มีความละเอียดและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยควรทำการวิจัยโดยการสนทนากลุ่ม กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อจะได้รับทราบถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสัมภาษณ์พูดคุย และจากการสังเกตการณ์

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่รวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการของธนาคารเพียงแค่สาขาเดียว เป็นกรณีศึกษา จึงอาจไม่สะท้อนถึงความเป็นจริงได้อย่างเพียงพอ ดังนั้น จึงควรศึกษาจากพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม

5. การวิจัยครั้งนี้กรณีศึกษาเฉพาะพฤติกรรมและการยอมรับนวัตกรรมการเงินแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่ง กรุงเทพฯนี้ของธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) เพียงแอปพลิเคชันเดียว ดังนั้น ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและการยอมรับนวัตกรรมการเงินแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่งของธนาคารกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) กับสถาบันการเงินอื่น ๆ ด้วยเพื่อจะได้เข้าใจในปรากฏการณ์การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่งได้ชัดเจนขึ้น

6. แม้ว่าส่วนใหญ่จะยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันโมบายล์แบงก์กึ่ง แต่ก็ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนหนึ่งที่ไม่ยอมรับนวัตกรรม ซึ่งอาจมาจากได้หลายเหตุผลปัจจัย จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป



## 9. เอกสารอ้างอิง

- [1] Marikyan, D. & Papagiannidis, S. (2023) *Technology Acceptance Model: A review*. TheoryHub Book. <https://open.ncl.ac.uk/> / ISBN:9781739604400
- [2] Wayne, W. L. (2022, November 3). *Behavioral Change Models*. Boston University School of Public Health. [https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories\\_print.html](https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories_print.html)
- [3] Natpapat Darapong. (2017). *Factors Affecting the Acceptance of Mobile Banking in Thailand*. [Master of Economics (Business Economics)]. Thammasat University. (in Thai)
- [4] Pawitra Sorndee. (2018). *Innovation Acceptance Mobile Banking Application between 40-60 Year Old*. [Master of Communication Arts (Digital Marketing Communications)]. Bangkok University. (in Thai)
- [5] Vorasin Panishkul. (2020). *Technology Acceptance and Intention to Use Mobile Banking Application of the Elderly in Bangkok*. [Master of Business Administration (Financial Management)]. Dhurakij Pundit University. (in Thai)
- [6] Wichada Maingoengam. (2019). *Behavior and Technology Acceptance on Mobile Banking Services of Generation X Users in Bangkhae District in Bangkok*. [Master of Arts (Public and Private Management)]. Silapakorn University. (in Thai)
- [7] Tanattha Tatiyajinda. (2017). *Factors Affecting the Use of Online Banking Service of Generation Y in Bangkok*. [Master of Management (Business Management)]. Mahidol University. (in Thai)
- [8] Kawinna Jaeso, Katesara Thongsuk, Thamonwan Pantayoo, Orasa Naklue, and Suteera Dechnakarin. (2020). The Acceptance and Usage of Mobile Banking among Generations: A Case of Users in Songkhla Province. *Journal of Management and Marketing Rajamangala University of Technology Thanyaburi*. 7(1) pp. 74-85. (in Thai)
- [9] Patamaphorn Janwiphawee. (2021). *Factors Relating to The Behavior of using Financial Transactions Service on Mobile Banking*. [Master of Business Administration]. Prince of Songkla University Phuket Campus. (in Thai)
- [10] Wanida Pawanja, and Nipa Niruttikul. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Intention to Use Mobile Banking Applications among Enterprise of Sole Proprietorship. *Journal of Graduate School of Commerce-Burapha Review*. 16 (1 January-June), pp. 16 -28. (in Thai)
- [11] Rungnapa Tonum. (2018). *Comparison of Customer Acceptance of Online Transaction Innovation Krung Thai Bank and Kasikorn Bank*. [Master of Business Administration]. Silapakorn University. (in Thai)
- [12] Prapanan Wongkittichaiikul. (2021). *Factors Affecting the Use of Krungthai NEXT among Silver age in Bangkok*. [Master of Business Administration]. Silapakorn University. (in Thai)
- [13] Kritsana Samornbovornsuk. (2020). *Acceptance and Decision to Use Financial Services through Long-term Mobile Banking Applications in Bangkok*. [Master of Management (Business Management)]. Mahidol University. (in Thai)
- [14] Sumintorn Baotham, Duangrudee Wu, Jirapa Chalatharawat, Pattaraporn Lamloes, Suthida Paluk, and Amornsatri Ponsila. (2023). Perception Factors Affecting Students' Acceptance of Using Thai Banking Applications: Rajamangala University of Technology Isan. Sakon Nakhon Campus. *Journal of Management Science and Accounting*. 2(2 July – December), pp. 19 – 34. (in Thai)
- [15] Pree Klayphet. (2012). *Comparison of Acceptance of Mobile Banking Technology Case Study MYMO and K PLUS in Hua Hin Prachuap Khirikhan*. [Master of Business Administration (Marketing)]. Rajamangala University of Technology Rattanakosin. (in Thai)



- [16] ThaiPublica. (2020, September 26). "Payong" Krungthai CEO pins new version of Krungthai NEXT app and adjusts the mode to Open Banking. <https://thaipublica.org/2020/09/krungthai-next-the-full-scale-digital-banking/> (in Thai)
- [17] Tidarat Henprom. (2023, October 2). Krungthai launches "Instant Branch Transactions" service through the Krungthai NEXT app. Deposits and withdrawals are faster than before. Thunhoon. <https://thunhoon.com/article/280491> (in Thai)
- [18] Cochran, W.G. (1953). *Sampling techniques*. New York: John Wiley.
- [19] Chusri Wongrattana. (2017). *Techniques in Using Statistics for Research*. 13th edition. Nonthaburi. Taineramitkij Inter Progressive. (in Thai).