

พฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

Customer Behavior and Acceptance of Innovation Factors of Mobile Banking Users in
Government Saving Bank at Mae Suai District, Chiang Rai Area.

จิรนนท์ ต๊ะมอญ¹ และ วรัททยา ชินกรรม²
Jeeranan Tamon¹ and Warattaya Chinnakum²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างการศึกษาจำนวน 300 คน ซึ่งเป็นลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารออมสินในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ไคแอสคว์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาท ต่อเดือน พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเช็คยอดเงินและรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีเงินฝากและบัญชีสินเชื่อ รองลงมาคือบริการโอนเงินภายในบัญชีธนาคารและต่างธนาคาร ใช้งานแอปพลิเคชัน 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่จะใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงินในช่วงเช้า เวลา 06.00 – 12.00 น. และใช้ในทุกช่วงเวลาของเดือน

สำหรับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านอุปกรณ์สื่อสาร และน้อยที่สุดคือด้านการรับรู้ความเสี่ยง

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับความรู้สึกได้รับประโยชน์จากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ธนาคาร อายุมีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเรื่องการประหยัดเวลาในการเดินทางมาทำธุรกรรม และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลก่อนการเปิดใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

คำสำคัญ: พฤติกรรม, การยอมรับนวัตกรรม, ธนาคารออมสิน, โทรศัพท์เคลื่อนที่, แอปพลิเคชัน MyMo

ABSTRACT

This research was aimed to study behavior and innovation acceptance of service user of Government Savings Bank through mobile phone in Mae Suai District, Chiang Rai Province. A questionnaire was used to collect data from 300 samples who were customers using services of Government Savings Bank in Mae Suai District, Chiang Rai Province. Statistics

employed for data analysis included percentage, mean, standard deviation and Chi-square Analysis.

The study result was found that 300 samples were mostly female with age range of 30-39 years and education of below bachelor degree. The majority ran their private business and had average monthly salary of 10,000- 20,000 Baht. Behavior of service use through mobile phone of participants were mostly about checking balance and movement of saving account and credit account followed by internal and external money transfer. They mostly used the application for 1-3 times/ week, did monetary transaction in the morning during 06.00-12.00 hrs. and used it in every period of a month.

Innovation acceptance factors that affected behavior of service users of Government Savings Bank on mobile phone were found that innovation acceptance factor pertaining to product use was predominantly essential followed by communication device and risk perception as the least.

The result of examining relation between personal factor and innovation acceptance factor indicated that gender was interrelated with innovation acceptance in term of product benefit perception as they felt that they gained more benefit from service use through mobile phone than bank counter service. Meanwhile, age was related to perception of product benefit in term of time saving in travelling to do transaction and occupation was related to information acknowledgement in term of doing study before using services through mobile phone.

Key word: Customer Behavior, Innovation acceptance factors, Mobile Banking, Government Saving Bank, Application

ที่มาและความสำคัญ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กระแสโลกออนไลน์ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ที่สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็ว และสะดวกสบาย ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการดิจิทัลแบงกิ้ง (Digital Banking) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้บริการ Mobile Banking และ Internet Banking

ธนาคารออมสินจึงได้นำนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่มาใช้ โดยเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบพกพา เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น ภายใต้ชื่อ MyMo เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ได้มากขึ้น การพัฒนานวัตกรรมของธนาคารสามารถนำมาใช้กับกลุ่มลูกค้าของธนาคารที่ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าระดับฐานราก ธนาคารจึงมีการนำเสนอเทคโนโลยีที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ลูกค้าสามารถใช้ได้ เข้าใจได้ อีกทั้งยังสามารถซื้อหรือชำระสินค้าบริการ จ่ายค่าอุปโภคบริโภคต่างๆแบบง่ายๆ และ

ลูกค้าอีกกลุ่มหนึ่งที่อยู่ในเมือง ชอบวิธีการที่ทันสมัย ธนาคารก็จะมีเทคโนโลยีขั้นสูงไว้รองรับ จะเห็นว่าเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นจะต้องเหมาะสมกับทุกคนในประเทศไทย ไม่ใช่ดีดิดอลที่ทันสมัยเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเหมาะสมกับลูกค้าของธนาคาร ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธนาคารเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ความเหมาะสมของรูปแบบการใช้งานนวัตกรรมในอนาคตเพื่อเพิ่มฐานลูกค้าให้แก่ธนาคาร และเพื่อให้ผู้ใช้บริการของธนาคารได้รับความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย จะใช้ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ซึ่งเนื้อหาในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า จะทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการลูกค้าที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใช้คำถามปลายปิด ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check list)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในการใช้บริการของลูกค้า จะทำการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยต่างๆต่อการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการลูกค้าที่เลือกทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบการประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เป็นมาตรวัดลักษณะของข้อคำถาม มีทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้

- ด้านอุปกรณ์สื่อสาร
- ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
- ด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์
- ด้านการรับรู้ความเสี่ยง
- ด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้านลักษณะข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้านพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เลือกใช้บริการผ่านช่องทางแอปพลิเคชันของธนาคาร เนื่องจากผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารออมสิน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คนจึงมีการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารทั้งหมด รองลงมาคือการใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารกรุงเทพ การเลือกใช้บริการภายในแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ใช้เช็คยอดเงินและรายการ เคลื่อนไหวทางบัญชีเงินฝากและบัญชีสินเชื่อ มีการใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เป็นช่วงเวลา 06.00 – 12.00 น. และในแต่ละเดือนจะใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงใดก็ได้ของเดือน

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในภาพรวมแต่ละด้าน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการใช้งานผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.23 อันดับที่ 2 คือ ด้านอุปกรณ์สื่อสาร มีค่าเฉลี่ย 4.19 อันดับที่ 3 ด้านการรับรู้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.16 อันดับที่ 4 ด้านการรับรู้ข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 4.08 และอันดับที่ 5 มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ย 3.90

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรม

การวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธนาคารออมสิน โดยใช้สถิติ Chi-Square Test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

4.1 ผลทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

	ค่า χ^2 ที่คำนวณได้	ค่า χ^2 ที่ $df = 4, \alpha = 0.05$	ระดับนัยสำคัญ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ท่านรู้สึกได้รับประโยชน์จากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ธนาคาร	9.55817	9.488	0.05	ปฏิเสธ H_0
การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทาง	6.08195	9.488	0.05	ยอมรับ H_0
การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้ท่านมีความสะดวกสบายมากขึ้น	9.46612	9.488	0.05	ปฏิเสธ H_0
ท่านรู้สึกถึงการได้รับบริการที่ทันสมัย	2.75826	9.488	0.05	ยอมรับ H_0
ท่านรู้สึกปลอดภัยมากกว่าการถือเงินสดมาทำธุรกรรม	3.61746	9.488	0.05	ยอมรับ H_0

ผลการศึกษาพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกได้รับประโยชน์จากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ธนาคาร แต่ปัจจัยอื่นๆในด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ค่าที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าค่าที่ได้จากการเปิดตาราง แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก สรุปได้ว่าเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

ในการทดสอบหาระดับความสัมพันธ์ของสองตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์จากการคำนวณ $C_{cal} = 0.17571$ ซึ่งไม่เท่ากับ 0 และค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 0 อธิบายได้ว่าเพศมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกรับได้รับประโยชน์จากการใช้บริการแอปพลิเคชันมากกว่าหน้าเคาเตอร์อย่างมีนัยสำคัญ

4.4.2 ผลทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

	ค่า χ^2 ที่คำนวณได้	ค่า χ^2 ที่ $df = 20, \alpha = 0.05$	ระดับนัยสำคัญ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ท่านรู้สึกได้รับประโยชน์จากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ธนาคาร	14.30797	31.41	0.05	ยอมรับ H_0
การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้ท่านประหยัดเวลาในการเดินทาง	63.29579	31.41	0.05	ปฏิเสธ H_0
การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้ท่านมีความสะดวกสบายมากขึ้น	10.63831	31.41	0.05	ยอมรับ H_0
ท่านรู้สึกถึงการได้รับบริการที่ทันสมัย	13.15503	31.41	0.05	ยอมรับ H_0
ท่านรู้สึกปลอดภัยมากกว่าการถือเงินสดมาทำธุรกรรม	15.73122	31.41	0.05	ยอมรับ H_0

ผลการศึกษาพบว่า ค่าโดยรวมที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าค่าที่ได้จากการเปิดตาราง แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก สรุปได้ว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ แต่อายุมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกประหยัดเวลาเดินทางเมื่อใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว

ในการทดสอบหาระดับความสัมพันธ์ของสองตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์จากการคำนวณ C_{cal} มีค่าเท่ากับ 0.4174 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 และค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 0.75 อธิบายได้ว่าอายุมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกประหยัดเวลาในการเดินทางมาทำธุรกรรมอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการเดินทางเป็นอุปสรรคต่อผู้ใช้บริการที่มีอายุมากที่ไม่มีความคล่องตัวเหมือนวัยรุ่นหรือวัยทำงาน การเดินทางในแต่ละครั้งมีความลำบาก และอาจใช้เวลานาน การใช้บริการธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เพราะบางคนอยู่ห่างไกลจากธนาคาร อาจจะต้องใช้เวลาในการเข้ามาทำธุรกรรมผ่านธนาคารในแต่ละครั้ง การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางมากยิ่งขึ้น

4.4.3 ผลทดสอบสมมติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมในด้านการรับรู้ข่าวสาร

	ค่า χ^2 ที่คำนวณได้	ค่า χ^2 ที่ $df = 28, \alpha = 0.05$	ระดับนัยสำคัญ	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ก่อนเปิดใช้บริการ ท่านได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริการออนไลน์มาเป็นอย่างดีแล้ว	70.60058	41.337	0.05	ปฏิเสธ H_0
ท่านมีความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีและรับรู้ถึงบริการภายในแอปพลิเคชันทั้งหมด	9.02038	41.337	0.05	ยอมรับ H_0
เจ้าหน้าที่ธนาคารสามารถอธิบายการใช้งานแอปพลิเคชันได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย	21.75182	41.337	0.05	ยอมรับ H_0
มีการนำเสนอ และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ทำให้ท่านเชื่อมั่นต่อการใช้บริการ	11.14440	41.337	0.05	ยอมรับ H_0
ภาพลักษณ์ของธนาคารช่วยเสริมการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน	22.97971	41.337	0.05	ยอมรับ H_0

การศึกษาพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริการออนไลน์เพียงอย่างเดียว ส่วนปัจจัยอื่นๆในด้านการรับรู้ข่าวสารค่าที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าค่าที่ได้จากการเปิดตาราง แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก

ในการทดสอบหาระดับความสัมพันธ์ของสองตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์จากการคำนวณ C_{cal} มีค่าเท่ากับ 0.4365 ซึ่งไม่เท่ากับ 0 และค่าสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 0.75 อธิบายได้ว่าอาชีพมีระดับความสัมพันธ์ปานกลางกับการศึกษาข้อมูลบริการออนไลน์ก่อนการใช้งานผลิตภัณฑ์ เนื่องจากอาชีพที่ใช้ในการกำหนดตัวแปรได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ เจ้าของกิจการ และเกษตรกร จากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ ได้แก่ ร้านค้า ร้านอาหาร จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารอยู่บ่อยครั้ง เมื่อได้รับการบริการทางการเงินแบบใหม่ที่จะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น งานศึกษาหาข้อมูลก่อนการใช้งานจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์อย่างถ่องแท้ก่อนการใช้งานผลิตภัณฑ์

สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อสรุป

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 300 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการผ่านช่องทางแอปพลิเคชันของธนาคาร เนื่องจากผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารออมสิน รองลงมาคือการใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคารกรุงเทพ การเลือกใช้บริการภายในแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ใช้เช็คยอดเงินและรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีเงินฝากและบัญชีเงินเชื่อ มีการใช้บริการ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เป็นช่วงเวลา 06.00 – 12.00 น. และในแต่ละเดือนจะใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในช่วงใดก็ได้ของเดือน

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรม สามารถสรุปความสัมพันธ์ได้ดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับเพศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในเรื่องความรู้สึกได้รับประโยชน์จากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในเรื่องการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถประหยัดเวลาในการเดินทางมาทำธุรกรรมกับธนาคาร ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมด้านการรับรู้ข่าวสารในเรื่องการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการออนไลน์ก่อนการเปิดใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

จากการศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่พบว่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการมีอายุในช่วง 30 – 39 ปี มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ ได้แก่ ค้าขายของชำ ร้านอาหาร ร้านขายเสื้อผ้า ร้านบริการอื่นๆ เป็นต้น ดังนั้นธนาคารควรหาช่องทางการตลาดที่จะเข้าถึงกลุ่มลูกค้าธุรกิจให้มากขึ้น เนื่องจากการค้าในปัจจุบันเน้นความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการหมุนเวียนเงินในธุรกิจ ดังนั้นหากธนาคารเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการจากกลุ่มลูกค้าดังกล่าวในมากขึ้น ก็จะทำให้ธนาคารได้รับผลตอบแทนจากการให้บริการธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับเพศและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าการใช้บริการหน้าเคาเตอร์ ดังนั้นเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์จากบริการมากที่สุด ทางธนาคารควรให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยจากการใช้บริการ ควรมีการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการถึงระบบการรักษาความปลอดภัยของตัวผลิตภัณฑ์ที่มีการป้องกันความเสี่ยงที่รัดกุม สร้างความมั่นใจในการใช้บริการ และตรวจเช็คระบบการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับอายุ ในเรื่องการประหยัดเวลาในการเดินทางมาใช้บริการที่ธนาคาร เนื่องจากบางครั้งลูกค้าที่มีอายุมากไม่สามารถเดินทางมาธนาคารได้บ่อยครั้ง การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าและเป็นการแก้ไขปัญหาเรื่องการเดินทางได้อีกทางหนึ่ง

ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลการใช้บริการออนไลน์ก่อนการเปิดใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เนื่องจากบุคคลแต่ละอาชีพรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น อาชีพที่ต้องใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ย่อมเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้เร็วกว่าบุคคลไม่ได้ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ดังนั้นการรับรู้ข่าวสารของแต่ละบุคคลจึงไม่เท่ากัน การนำเสนอผลิตภัณฑ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงบุคคลทุกอาชีพ ทุกระดับ

เอกสารอ้างอิง

กิตติพร ไชยโรจน์. 2555. ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี. แนวคิด ทฤษฎี การจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา: สืบค้น 20 พฤษภาคม 2560, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/494628>

- กิตตินันท์ นาคทอง. 2559. “ธนาคารบนมือถือ” แบบไหนที่ปลอดภัย-แบบไหนที่เราต้องการ. หนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์: สืบค้น 13 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.manager.co.th/Columnist/ViewNews.aspx?NewsID=9590000125566>.
- จิราพร ศรีพลวัฒน์. 2552. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง. กรุงเทพฯ: การค้นคว้าอิสระคณะพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร. 2557. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นราทิพย์ ณ ระนอง. 2557. การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความเสี่ยง และความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. 2559. สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล. ข่าวประชาสัมพันธ์. สืบค้น 1 เมษายน 2560, จาก https://www.gsb.or.th/getattachment/5d2722a9-093d-4d15-a913-6445ad6b0cc3/Hot-Issue_สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล.aspx
- ผศ.ดร.ภัทรกิติดี เนตินิยม. 2554. ภาพรวมนวัตกรรมทางการเงิน. แผนการสอนชุดวิชา วาณิชธนกิจ และ นวัตกรรมทางการเงิน. หน้า 19. สืบค้น 13 พฤษภาคม 2560, จาก in.bus.ku.ac.th/pdf/P/02_P_Fin%20Inno_STOU.pdf
- รัฐวัชร พัฒนจิระจุจน์. 2557. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค. คลังบทความ เดือนตุลาคม. สืบค้น 13 พฤษภาคม 2560, จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- ระวีวรรณ ตั้งศิริเจริญ . 2554.ทัศนคติและพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ ศึกษาเฉพาะกรณีธนาคารฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้แบงกิ้งคอร์ปอเรชั่น จำกัด สาขาประเทศไทย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. การค้นคว้าอิสระ รายงานวิจัยวิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิชาญ ยะวงศา. 2550. ความต้องการและพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(พัฒนาสังคม) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วัชรพล คงเจริญ. 2557. ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัชรระ นาคเงินทอง. 2551. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการออนไลน์ที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสมเด็จพระเจ้าพระยา. รายงานวิจัยคณะสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- สามารถ แสนภิบาล. 2553. ปัจจัยการใช้ธนาคารบนมือถือผ่านเทคโนโลยีโครงข่ายสื่อสาร 3G กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- หน่วยบริหารสื่อเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร ฝ่ายสื่อสารองค์กร. 2560. ธนาคารออมสินยกระดับ

Mobile Banking ด้วย “MyMo My Card” กดเงินสดได้ บัตรไม่ต้อง ช่วงเปิดตัว
รับโปรโมชั่น ฟรี!! ค่าธรรมเนียม 6 เดือน. ข่าวประชาสัมพันธ์. สืบค้น 1 เมษายน 2560,
จาก [https://www.gsb.or.th/news-events/press-releases/2560,ม-ค-\(1\)/ธนาคารออมสิน-
ยกระดับด้วย-MyMo-My-Card.aspx](https://www.gsb.or.th/news-events/press-releases/2560,ม-ค-(1)/ธนาคารออมสิน-ยกระดับด้วย-MyMo-My-Card.aspx)

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2560. **PromptPay**. ระบบการชำระเงิน. สืบค้น 5 เมษายน 2560, จาก
<https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PSServices/PromptPay/Pages/default.aspx>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2560. **สถิติระบบการชำระเงิน**. สืบค้น 11 พฤษภาคม 2560, จาก
<https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactions.aspx>

เอกสารความรู้สถาบันดำรงราชานุภาพ. **S Curve คืออะไร ทำเพื่ออะไร เกี่ยวข้องกับงานมหาดไทย
อย่างไร**. สืบค้น 5 เมษายน 2560, จาก

http://www.stabundamrong.go.th/web/sara_KM/s2.pdf

เอกคณิต เอี่ยมภักดี. **ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory)**.

นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศทางการศึกษา. สืบค้น 13 พฤษภาคม 2560, จาก
<https://www.gotoknow.org/posts/516302>

อัจฉรา แสงมณี. 2557. **ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในการเลือกใช้บริการ
ทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่**. การค้นคว้า
แบบอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.