

พฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่าน
มือถือสมาร์ทโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

Behaviours and factors affecting the use of financial application
on mobile devices of people in Bangkok

วินัส กาญจนโรจน์¹, ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร²

คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Venus Kanchanaroht^{1*} and Tunpawee Ratpongporn²

¹Department of General Management, Faculty of Business Administration,
Ramkhamhaeng University

²Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

*Corresponding author: 6514105039@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟนของประชาชน (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติกับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน เพื่อนำผลศึกษาไปส่งเสริมและพัฒนาให้การใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินเป็นไปโดยความปลอดภัยมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือประชาชนที่ใช้แอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟนจำนวน คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถามและเก็บแบบสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านช่องทางออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 35,001 – 45,000 บาท ประกอบอาชีพ ใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งผ่านมือถือสมาร์ทโฟน คิดเป็นร้อยละ รองลงมาคือแอปพลิเคชันอีวอลเล็ต คิดเป็นร้อยละ โดยใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินเพื่อการโอนเงินหรือรับเงินเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ รองลงมาคือใช้งานเพื่อเติมเงินหรือจ่ายบิล คิดเป็นร้อยละ

คำสำคัญ: แอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน พฤติกรรมการใช้บริการ ทัศนคติ ปัจจัยที่มีอิทธิพล

Abstract

The study investigated (1) the users' behaviors of financial application on smart phones within Bangkok area (2) the relationship between characteristic and users' behaviors of financial application on smart phones (3) the relationship between users' perspectives or attitudes towards the risks of using the financial application on smart phones, in order to understand and the results could be of use to improve the security of the financial application. The sample group consisted of respondents. Data analysis was conducted using descriptive analysis including frequency, percentage, mean, standard deviation.

Key words: Financial Application on smart phones or mobile devices, Users' Behaviors and attitude, Influential Factors

1. บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันถูกพัฒนาอย่างรวดเร็ว ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุม และทั่วถึง ได้สะดวกมากกว่าที่ผ่านมา การเข้าถึงได้ข้อมูลสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ทุกเวลาทุกสถานที่ โดยในระยะ 2-3 ปี ที่ผ่านมา พฤติกรรมการรับบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาทิ คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์แท็บเล็ต มือถือแบบสมาร์ทโฟนเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาการให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จากรายงานการสำรวจพฤติกรรมการใช้และการเข้าถึงโทรคมนาคม พ.ศ. 2567 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2567) มีการรายงานว่า ประชาชนร้อยละ 96.2 ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ และมีจำนวนร้อยละ 92.8 ระบุว่าใช้อินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ เมื่อความสะดวกในการใช้บริการมากขึ้นทำให้เกิดโอกาสของอาชญากรรมทางออนไลน์เพิ่มตามด้วย จากสถิติของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เผยแพร่ในสื่อออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ชื่อสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2567 เปิดเผยข้อมูลสถิติการแจ้งความผ่านระบบแจ้งความออนไลน์ทั้งหมด 575,507 เรื่อง มีมูลค่าความเสียหายจำนวนรวมกว่า 65,715 ล้านบาท เฉลี่ยความเสียหายรายวันประมาณ 80 ล้านบาท โดยจากสถิติที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติรวบรวมพบว่าเหยื่อส่วนใหญ่ของคดีอาชญากรรมทางออนไลน์นั้น เป็นเพศหญิงร้อยละ 64 และเป็นเพศชายร้อยละ 36 ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน

1.1 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐาน 1 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน

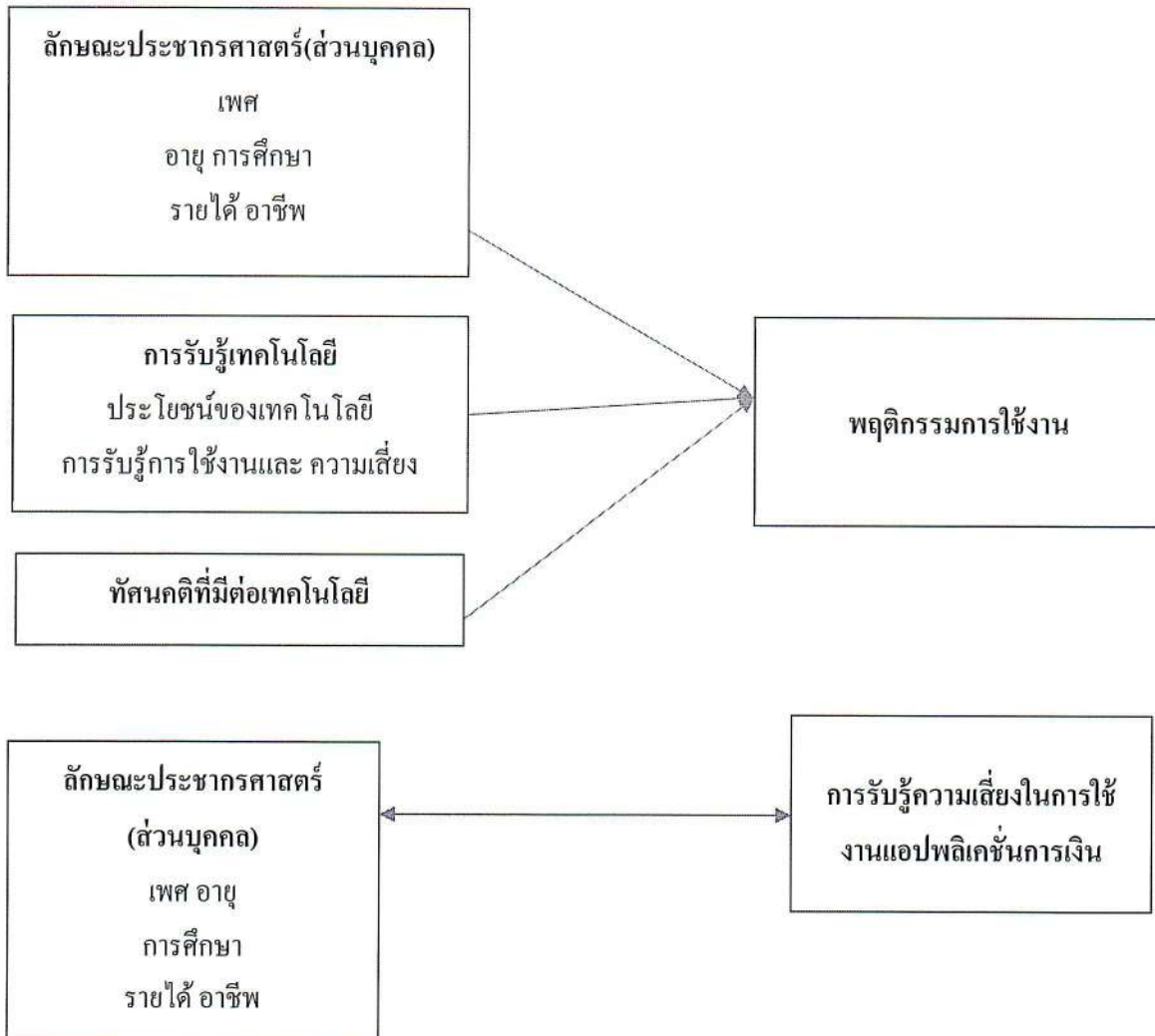
สมมุติฐาน 2 ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อการใช้งานผ่านมือถือสมาร์ทโฟน

สมมุติฐาน 3 ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน

1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



2 การทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทฤษฎีลักษณะประชากรศาสตร์

2.1.1 ปัจจัยด้านเพศและอายุ

ในงานวิจัยของ Venkatesh et al.(2003), Gefen และ Straub (1997) อ้างอิงจากปวีตรา สอนดี และชุติมา เกศดาอยู่รัตน์ (2561) ได้กล่าวถึงปัจจัยเรื่องเพศว่าส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้และทัศนคติของผู้ใช้งานสอดคล้องกับงานวิจัยของนักวิจัยหลายท่าน ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของเพศที่ส่งผลกระทบต่อเจตนาความตั้งใจใช้งานของผู้บริโภคโดยตรง Riquelme และ Rios (2010), Jayawardhena et al. (2009) ระบุความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงของการรับรู้ และทัศนคติการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ โดยเพศชายมีแนวโน้มที่จะยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือมากกว่าเพศหญิง อย่างไรก็ตามใน

งานวิจัยของ Van Slyke et al. (2010) พบว่าความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงไม่มีผลในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่

อายุเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญในการศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ งานวิจัยของ Porter และ Donthu (2006) และ Munnukka (2007) พบว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อการใช้และการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใด ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา เพศ และอื่น ๆ เช่นเดียวกับงานวิจัยในประเทศต่าง ๆ เช่นงานของ Jun et al. (2008) ในประเทศเกาหลี งานของ Dewan et al. (2009) ประเทศสหรัฐอเมริกา งานของ Laukkanen และPasanen (2008) ประเทศฟินแลนด์ และVenkatesh et al. (2003) ได้กำหนดปัจจัยทางด้านอายุและระดับการศึกษาเป็นปัจจัยควบคุม และได้พบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้และความพึงพอใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ Laukkanen และ Pasanen (2008) พบว่าอายุและเพศเป็นปัจจัยสำคัญสองตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เทคโนโลยีของผู้ใช้งาน โดยงานวิจัยเขาพบว่าอายุของผู้ใช้งานส่งผลกระทบทางบวกต่อการรับรู้เทคโนโลยี ผู้ใช้งานวัยรุ่นมักจะเป็นกลุ่มคนที่ชอบเทคโนโลยี และมีแนวโน้มที่จะมีความต้องการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่มากกว่าวัยอื่น ๆ สอดคล้องกับ Singh (2014) ที่ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับและใช้งานกระเป๋าเงินโทรศัพท์มือถือ เขาพบว่าผู้ใช้งานกลุ่มวัยรุ่นมีความพึงพอใจและแสดงออกถึงความสนใจการใช้งานกระเป๋าเงินโทรศัพท์มือถือมากกว่าวัยอื่น ๆ โดยผู้ใช้งานกลุ่มวัยรุ่นมีมุมมองต่อกระเป๋าเงินโทรศัพท์มือถือในทางที่ดี คือเป็นเทคโนโลยีที่ใช้งานง่าย และกลุ่มวัยรุ่นจะถูกดึงดูดให้ใช้งานเพื่อใช้จ่ายค่าสินค้าหรือรับบริการง่ายกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ

2.1.2 ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษา (Education Factors)

จากงานวิจัยของ Shin DH. (2009) อังอิงในปวิตรา สอนดี และชุตินา เกศดาญรัตน์ (2561) ได้กล่าวถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อเจตนาการใช้และยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ โดยเป็นเรื่องปกติที่สามารถสรุปความได้อย่างสอดคล้องกันว่า ผู้คนที่มียาได้สูงมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จในระดับการศึกษาที่สูงสอดคล้องกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ของ Allard, Banin และ Chebat (2009), Serenko, Turel, และ Yol (2006) ที่กล่าวถึงรายได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลการยอมรับเทคโนโลยี และในงานวิจัยของ Cooil et al. (2007) กล่าวถึงระดับการศึกษาที่สูงขึ้นที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับระดับความภักดีต่อแบรนด์ที่ต่ำลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Schaninger และ Sciglimpaglia (1981) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่สูงมีแนวโน้มที่จะตระหนักถึงข้อมูลและทางเลือกต่าง ๆ ที่หลากหลายในการตัดสินใจ ทำให้มีการประเมินและเปรียบเทียบทางเลือกต่าง ๆ ไว้มือ จึงทำให้มีความภักดีที่น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า โดยความสัมพันธ์ในเชิงลบนี้ระหว่างระดับการศึกษาและระดับความภักดีถูกสนับสนุนจากงานวิจัยของ Cooil et al. (2007) ที่กล่าวว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มความสัมพันธ์กับระดับรายได้ที่สูงขึ้นด้วย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบของทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดย Davis, Bagozzi and Warshaw (1989) ได้เสนอแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีและปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจหรือการยอมรับของผู้บริโภคที่จะนำเทคโนโลยีใหม่นั้นมาใช้จริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ได้แนวคิดมาจากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action หรือ TRA) นำเสนอโดย Ajzen and Fishbein (1975) และแนวคิด

พื้นฐานการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1985) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี(Behavioral Intention) มีทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External Variables) การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of use) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using)

1. ตัวแปรภายนอก (External Variables) เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ หรือประสบการณ์ เป็นต้น มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
2. การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี (Perceived usefulness) คือ ระดับของผู้ใช้บริการที่เชื่อว่า เทคโนโลยีที่นำมาใช้มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่าง ๆ และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วย
3. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) คือ ระดับของผู้ใช้บริการที่คาดหวังว่าเทคโนโลยีนั้น สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยประสบการณ์ในการใช้มาก่อนก็สามารถใช้เทคโนโลยีนั้นได้อย่างคล่องแคล่ว ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีด้วย
4. ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using) ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายในการใช้งาน และส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน (สิงหะ ฉวีสุข และสุนันทา วงศ์ จตุรภัทร, 2559)

ทั้งนี้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้ถูกนำมาอธิบายในงานศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย เช่น Lichtenstein and Williamson (2006) ทำการศึกษาการยอมรับของผู้บริโภคการใช้งาน Internet Banking ในประเทศออสเตรเลีย, Abdinoor and Mbamba (2017) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศแทนซาเนีย, กนกวรรณ ปัญญธนพัฒน์ (2558) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย และ กฤตโสภาทิพย์ปัญญาวงศ์ (2559) ทำการศึกษาปัญหาและแรงจูงใจในการใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจากงานศึกษาดังกล่าว พบว่าปัจจัยในแบบจำลอง TAM มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้งานของบุคคลผู้ศึกษาจึงเลือกใช้แบบจำลอง TAM ในการศึกษาครั้งนี้

3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้ทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน งานศึกษาวิจัยควรดำเนินการกำหนดตามแนวคิดของ Taro Yamane โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% แต่เนื่องจาก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยทำการสร้างแบบสอบถามที่ไม่มีค่าใช้จ่ายถามบนภูเกิ้ล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้งาน

แอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเป็นแบบ 5 ระดับ ได้แก่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย เห็นด้วยระดับปานกลาง ค่อนข้างเห็นด้วย เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยนี้ไม่สามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้จริง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาและให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อการเก็บรวบรวมจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผ่านช่องทางออนไลน์ และข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบจะถูกนำมาใส่รหัสเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์และประมวลผล และแปลงเป็นรหัสตามรูปแบบที่กำหนดเพื่อนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายปัจจัยพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่ใช้งานต่อวัน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ หรือ Multiple Regression Analysis เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ โดยการวัดระดับความคิดเห็นเป็นการใช้การมาตราส่วนประมาณค่า หรือ rating scale 5 ระดับของ Likert scale

4 ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน คน เพศชาย จำนวน คน อยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี มากที่สุดเป็นจำนวน คน โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด โดยส่วนใหญ่พักอาศัยกับครอบครัวหรือคนอื่น เป็นจำนวนถึง คน และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุดเป็นจำนวน คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการใช้งาน จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินของธนาคารหรือโมบายแบงก์กิ้งเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้งานเพื่อโอนเงินหรือรับเงินเป็นอันดับแรก และเติมเงินหรือจ่ายบิลเป็นอันดับรองลงมา โดยมีการใช้งานราว 4 – 6 ครั้งต่อวัน อีกทั้งส่วนใหญ่ไม่เคยโอนเงินผิดเป็นจำนวนร้อยละ และคนที่เคยโอนเงินผิดไม่ได้เงินคืนเป็นร้อยละ และส่วนใหญ่ดำเนินการเอง อย่างไรก็ตามมีจำนวนถึงร้อยละที่ไม่ทราบว่าต้องดำเนินการอย่างไรกรณีโอนเงินผิด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ผลการศึกษาพบว่า

ส่วนที่ 4 ทัศนคติที่ส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน จากผลการศึกษาพบว่า

ส่วนที่ 5 การตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ผลการศึกษาพบว่า

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษานี้จะทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยจะทำการวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยตัวแปร เพศ ใช้วิเคราะห์ด้วยสถิติ t-Test ตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ใช้สถิติ F-Test (ANOVA) กรณีที่เปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม หากพบว่ามีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการ LSD (Least Significant Different) สถิติเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ โดยใช้สถิติความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน วิเคราะห์โดยใช้สถิติแบบการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ปัจจัยการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยี ทัศนคติ และการตัดสินใจสมัครใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน จะทำการวัดค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ซึ่งจะใช้ระดับวัดข้อมูลเป็นอัตราภาคขั้น (interval scale) วัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตรฐานส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับของ Likert scale

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน แอปพลิเคชันทางการเงินผ่านมือถือสมาร์ทโฟน วิเคราะห์โดยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

6. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

- 1) เพื่อให้การศึกษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ควรศึกษาปัจจัยด้านความมั่นคงปลอดภัยในการใช้งานแอปพลิเคชันการเงิน
- 2) ควรศึกษาปัจจัยเชิงคุณภาพประกอบการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่รัดกุมยิ่งขึ้น
- 3) สามารถนำไปใช้ในการจัดทำนโยบายส่งเสริมการใช้ดิจิทัลอย่างมั่นคงปลอดภัย และเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการการป้องกันอาชญากรรมออนไลน์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- จิวิธ อินทร์บำรุง. (2553) ส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิยภัทร แสงพ่ายพ. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อุปกรณ์กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (E-Wallet) ในกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการเงินและธนาคาร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- ปิตรา สอนดี. (2560). การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารการตลาดดิจิทัล, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Sangprasert, N., Sasithanakornkaew, S., & Apisuphachok, W. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋า ตัง. *Journal of MCU Nakhondhat*, 9(4), 245-259.
- วรัญญู กิจเจริญธนารักษ์, & ปวีณา คำพุททะ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน. *วารสารบริหารศาสตรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 10(1), 129-145.
- อรุช, & ศรินทร ภาณุ. (2564). การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์การรับรู้ความ สะดวกในการใช้งาน การรับรู้ ทัศนคติ ในการใช้งาน (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัย มหิดล).
- ศร สวรรค์, & นวล ปาน. (2564). พฤติกรรมและทัศนคติของคนเจนวายที่มีผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ (Doctoral dissertation, มหาวิทยาลัย มหิดล).
- อุดร อุประ, & สืบชาติ อันทะไชย (2566) การศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มี ต่อทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดอุดรธานี วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2567 หน้า 355
- ชุตินันท์ เชี่ยวพานิชย์. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการ Application Grab ของเจนเอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วงศกร ยุกิจภูมิ, เตือนเพ็ญ รววรรณวิวัฒน์ (2559) พฤติกรรมการใช้งานและปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในแอปพลิเคชัน LINE ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร. วารสารนานาชาติ มหาวิทยาลัยขอนแก่น สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 6(3) : กันยายน – ธันวาคม 2559
- จิตรัตน์ สมบูรณ์ ฐ์ เข้าใจและตระหนัก “อาชญากรรมทางไซเบอร์” (Cybercrime) ป้องกันภัยคุกคามใกล้ตัว ค้นเมื่อ 22 มกราคม 2568, จาก <https://www.chula.ac.th/news/138291/>
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567) รายงานการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานและการเข้าถึงโทรคมนาคม พ.ศ. 2567. ค้นเมื่อ 28 มกราคม 2568
- ณัฐนันท์ แสงประเสริฐ, ศรัณย์ธร ศศอนาการแก้ว, วราพรรณ อภิสุภะโชค (256) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชันเป๋าตัง. วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์ : 9(4) (เมษายน 2565)
- สุภาภรณ์ สุวรรณรัตน์. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้ให้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร. บทความวิชาการ. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14 2562. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- Zhao Xing. (2564). ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงและความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.