

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี**Factors Influencing the Technology Acceptance of Mobile Banking Technology****by Users in Ubon Ratchathani Province**ธรรมวิมล สุขเสริม¹ ณัฐกิตติ์ ไรจนโกคินเดชะกุล² นพอดล พัฒนาศิษุบล³ ดุสิต ศรีสร้อย⁴ และดุสิต จักรศิลป์⁵Thumwimon Sukserm¹, Nattakit Rochanapokindechakul², Nopadon Pattanasitubon³, Dusit Srisoi⁴,
and Dusit Jaksil⁵

Received: May 25, 2024 / Revised: July 16, 2024 / Accepted: November 15, 2024

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีสัญชาติไทยเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีที่ใช้ อินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดจำนวน 374,090 เลขหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีโอกาสรับรู้และเข้าถึงการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด โดยมีระยะเวลาของการสำรวจตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2564 ถึงเดือนธันวาคม 2565 จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุในช่วง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พบว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, $SD = 0.68$) และความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.43$, $SD = 0.98$) สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมองเทคโนโลยีในแง่ดี สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความคาดหวังในความพยายาม การสร้างนวัตกรรมส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งาน โมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ความเคยชิน แรงจูงใจด้านความชอบ อิทธิพลทางสังคม และความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งนี้ การให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีได้นั้น ควรมีการสื่อสารไปยังผู้ใช้งาน สร้างความเข้าใจ รวมถึงสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้ใช้งานให้มีความสนใจ และมีความเข้าใจ เพื่อเกิดการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของตัวผู้ใช้งานรวมถึงการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประเทศไทยที่ภาครัฐและเอกชนพยายามผลักดันให้เกิดขึ้น เนื่องจากสามารถลดต้นทุนในการผลิตและจัดเก็บธนบัตร อีกทั้งยังสะดวกต่อการใช้เงินและการทำธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงความปลอดภัยที่อาจมีความเสี่ยงในการใช้เงินสด

คำสำคัญ : สังคมไร้เงินสด โมบายแบงก์กิ้ง การยอมรับเทคโนโลยี¹อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี²นักศึกษาระดับหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี³อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการตลาด) คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี⁴อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี⁵อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ABSTRACT

The objectives of this research study were (1) to examine the acceptance of mobile banking technology by users in Ubon Ratchathani Province and (2) to identify the factors affecting this acceptance. The sample consisted of Thai nationals residing in Ubon Ratchathani Province and using the internet, based on 374,090 mobile phone numbers. This group was considered to have the highest likelihood of understanding, accessing, and using electronic payment systems. The survey period was from August 2021 to December 2022, with data collected from 400 participants using questionnaires. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression.

The results revealed that most respondents were female, aged 31 to 40 years old, with the majority holding a bachelor's degree. Among civil servants and state enterprise employees, the highest average opinion level was for performance expectation (mean = 4.58, SD = 0.68), while the lowest was for feelings of discomfort (mean = 2.43, SD = 0.98). Hypothesis testing indicated that optimism, facilitating conditions, effort expectation, and innovation significantly influenced the acceptance of mobile banking technology at a 0.01 significance level. However, performance expectations, a sense of insecurity, habits, preference motives, and social influence did not significantly impact technology acceptance. To facilitate technology acceptance, effective communication with users is essential, along with building understanding and cultivating positive attitudes that encourage both interest in and comprehension of new technologies. This approach benefits users while also supporting Thailand's transition to a cashless society, a goal promoted by both public and private sectors. Shifting toward cashless transactions can reduce the costs associated with currency production and storage, enhance the convenience of financial transactions, and increase security by reducing the risks linked to cash handling in various situations.

Keywords: Cashless Society, Mobile Banking, Technology Acceptance

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทต่อคนไทยเป็นอย่างมาก มีปริมาณการใช้งานสารสนเทศเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ปริมาณผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากอัตราการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ในปี 2563 - 2565 พบว่า จำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2565 มีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตถึงร้อยละ 77.80 (Wearesocial, 2022) และมีจำนวนผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือแบบ Smartphone คิดเป็นร้อยละ 96.60 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) จากพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีของคนที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในสถานการณ์โควิด-19 ทำให้คนไทยอยู่บ้านและใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ตมากขึ้น ส่งผลให้การค้า และธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย รวมถึงช่องทางการชำระเงินที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่มีเพียงเงินสดหรือเช็คที่ใช้ในการซื้อสินค้าหรือบริการเท่านั้น หากแต่ปัจจุบันผู้คนสามารถชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ได้หลากหลายช่องทาง (Wearesocial, 2022)

จากแนวโน้มการใช้งานธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้น จึงเกิดการปรับเปลี่ยนเป็นการให้บริการในรูปแบบดิจิทัล (Digital Banking Platform) มากยิ่งขึ้น (Oxford business group, 2017: website) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการใช้งานอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) (Mohanarajan, 2016) สำหรับประเทศไทยนั้น รัฐบาลไทยตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีเพื่อผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัล ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเน้นการสร้างเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยสนับสนุนให้เกิดสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ที่เชื่อมโยงการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีนี้ยังทำให้ธนาคารพาณิชย์ต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ซึ่งเป็นบริการที่นิยมในปัจจุบัน

ดังนั้น ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการผลักดันของภาครัฐ จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์ได้มีการปรับตัวอย่างสูงเพื่อรองรับธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องทางในการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร หรือไปที่ตู้ ATM อย่างเช่นในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบ ทำให้ธนาคารพาณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขา เป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ซึ่งเรียกว่า “ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Banking)”

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Banking) หมายถึง การประกอบธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน คือ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ซึ่งมีลักษณะการให้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน การชำระค่าบริการต่าง ๆ การสอบถามยอด การตรวจสอบเครดิตบูโร และการซื้อขายหน่วยลงทุน เป็นต้น โดยในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ยังสามารถพัฒนาลักษณะบริการที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิดความรวดเร็วและ

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

สะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้น รวมถึงประหยัดทรัพยากรการบริหารจัดการ โดยช่องทางที่มีความสำคัญและกำลังได้รับความนิยมมีการเติบโตในการทำธุรกรรมทางการเงิน ภายใต้รูปแบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Banking)

การใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในประเทศไทย โดยความพยายามของทั้งภาครัฐและเอกชนในระยะเวลา 2564 -2565 ที่ผ่านมา เป็นที่นิยมและได้รับการตอบรับจากประชากรในจังหวัดที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และความหนาแน่นของประชากร เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น เนื่องจากจังหวัดดังกล่าวมีความพร้อมและสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย แต่ยังไม่เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเท่าที่จะเป็นในอีกหลายจังหวัดในประเทศ อันเนื่องมาจากโครงสร้างของสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และภูมิภาคมีความแตกต่าง ตลอดจนการเข้าถึงเทคโนโลยี ความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักถึงความสำคัญของระบบธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ และความสำคัญในหลายด้านต่อตัวผู้ใช้ ความปลอดภัย และระบบการเงิน การคลังของประเทศที่แตกต่างกันของชุมชนเมืองและชนบท

จากการใช้โมบายแบงก์กิ้งที่แพร่หลายในประเทศไทยพบว่า จังหวัดใหญ่ ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต มีการใช้งานสูงเนื่องจากความพร้อมและการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่าย อย่างไรก็ตาม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นจังหวัดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและมีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับสามของประเทศ ยังพบว่า มีการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในระดับต่ำ แม้ว่าจะมีความพร้อมในด้านเศรษฐกิจและการเข้าถึงเทคโนโลยีสูง ด้วยโครงสร้างของสังคมและวัฒนธรรมที่ยังนิยมใช้เงินสดเป็นหลัก จึงยังไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นสังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) ดังตารางที่ 1 ที่แสดงให้เห็นร้อยละของการใช้ระบบธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนในจังหวัดอุบลราชธานีเพียงร้อยละ 45 ในปี 2564 และร้อยละ 55 ในปี 2565

ตารางที่ 1 การจัดอันดับการใช้ระบบธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ของจังหวัดอุบลราชธานี (ปี 2564 – 2565)

จังหวัด	ปี 2564	ปี 2565	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
กรุงเทพฯ	85%	90%	+5
เชียงใหม่	75%	82%	+7
ภูเก็ต	70%	78%	+8
อุบลราชธานี	45%	55%	+10

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2565)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จังหวัดอุบลราชธานีจะมีความพร้อมทั้งด้านจำนวนประชากร พื้นที่ เศรษฐกิจ และการศึกษา อีกทั้งจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดจำนวน 374,090 เลขหมาย มีโอกาสรับรู้และเข้าถึงการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แต่บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ หรือ Mobile Banking ในจังหวัดอุบลราชธานียังมีอัตราผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์น้อยดังตารางข้างต้น อันเนื่องมาจากผู้ใช้งานขาดการรับรู้ข่าวสารทางด้านเทคโนโลยี มีความนิยมที่จะใช้การให้บริการที่ธนาคารในการชำระเงินรูปแบบเดิมมากกว่า หรือการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจการให้บริการโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัด

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

อุบลราชธานี การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานในพื้นที่ โดยการวิเคราะห์ความคิดเห็นพื้นฐานจากผู้ใช้งานจะช่วยให้สามารถวางแผนทางการปรับปรุงบริการด้านการสื่อสารและส่งเสริมการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ให้กับประชาชนในพื้นที่ ตลอดจนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการบริการให้สอดคล้องกับเป้าหมายของรัฐบาลในการสร้างสังคมไร้เงินสด

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี นอกจากนี้จะช่วยให้ได้รับข้อมูลความคิดเห็นพื้นฐานจากผู้ใช้งานธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีต่อการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการหาแนวทางในการนำเสนอข้อควรปรับปรุง หรือพัฒนาต่อไปในอนาคตในด้านการบริการ หรือการสื่อสารของทางภาครัฐ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งอาจจะมีความต้องการนำเสนอบริการ การชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แก่ประชาชนในเขตจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อภาครัฐและเอกชนผู้เกี่ยวข้องในโครงการนี้ จะได้นำผลการวิจัยและข้อเสนอแนะจากประชาชนในเขตจังหวัดอุบลราชธานีไปพัฒนาในด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการสังคมไร้เงินสดให้มีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลสูงสุดตามเป้าหมายของรัฐบาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ เป็นการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้กรอบแนวคิดจากทฤษฎี UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2) และดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยี TRI 2.0 (Technology Readiness Index 2.0) ซึ่งได้ปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทการใช้งานของผู้บริโภคในประเทศไทย เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านมือถือ

จากทฤษฎี UTAUT2 ซึ่งเป็นการพัฒนาต่อจาก UTAUT (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003) ได้กำหนดปัจจัยหลักในการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งาน 4 ปัจจัย ได้แก่ **ความคาดหวังในประสิทธิภาพ** คือความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้ดีขึ้น **ความคาดหวังในความพยายาม** หรือการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นใช้งานง่ายและสะดวกสบาย **อิทธิพลทางสังคม** ซึ่งเกิดจากความรับรู้ถึงการสนับสนุนจากกลุ่มคนรอบข้าง และ **สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน** หมายถึง ความพร้อมของทรัพยากรและความเหมาะสมของ

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

สภาพแวดล้อมในการสนับสนุนการใช้งาน (Venkatesh, Thong, & Xu, 2012) ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งาน และเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการทำนายพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ

อนึ่ง TRI 2.0 ของ Parasuraman และ Colby (2015) เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ช่วยให้เข้าใจปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่กระตุ้นและยับยั้งการยอมรับเทคโนโลยี โดยเน้นที่ 4 มิติ ได้แก่ **การมองเทคโนโลยีในแง่ดี** ซึ่งผู้ใช้จะมีทัศนคติที่เชื่อว่า เทคโนโลยีสามารถเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพในการใช้ชีวิต **การสร้างนวัตกรรม** ซึ่งสะท้อนถึงการสนใจและเป็นผู้ดำเนินการรับเทคโนโลยีใหม่ **ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี** ซึ่งแสดงถึงความรู้สึกขาดการควบคุมหรือไม่สะดวกสบายในการใช้งานเทคโนโลยี และ **ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี** ซึ่งเป็นความรู้สึกไม่ไว้วางใจในด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลและความสามารถของเทคโนโลยีในการสนับสนุนการใช้งานในชีวิตประจำวัน (Parasuraman, 2000; Parasuraman & Colby, 2015)

ดังนั้น การผสมผสานระหว่าง UTAUT2 และ TRI 2.0 ในการศึกษาครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ถึงการยอมรับเทคโนโลยีผ่านปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้ใช้งานนโยบายแมกিং อันเป็นบริการที่ได้รับความนิยมในยุคดิจิทัล โดยผู้ศึกษาได้กำหนดนิยามของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายถึง ความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ช่วยลดเวลาในการทำกิจกรรมและเพิ่มคุณภาพของผลลัพธ์

ความคาดหวังในความพยายาม หมายถึง ความง่ายในการใช้งานของเทคโนโลยี รวมถึงการรับรู้ว่าระบบใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เข้าใจได้รวดเร็ว และใช้เวลาเรียนรู้ไม่นาน

อิทธิพลทางสังคม หมายถึง ความรับรู้ถึงการสนับสนุนจากบุคคลสำคัญ เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือกลุ่มสังคม ที่ส่งเสริมให้เกิดการใช้งานเทคโนโลยี

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน หมายถึง สภาพแวดล้อมและเครื่องมือที่เอื้อต่อการใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความพร้อมของอุปกรณ์และความเหมาะสมในการใช้งานของระบบ

แรงจูงใจด้านความชอบ หมายถึง ความพึงพอใจหรือความสนุกที่ผู้ใช้ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถเสริมแรงจูงใจในการใช้งานได้มากขึ้น

ความเคยชิน หมายถึง แนวโน้มการแสดงพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง อันเกิดจากประสบการณ์เดิมที่สร้างความคุ้นเคยในลักษณะการใช้งาน

การมองเทคโนโลยีในแง่ดี หมายถึง ทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีสามารถช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ชีวิตของผู้ใช้งาน

การสร้างนวัตกรรม หมายถึง ความสามารถในการคิดค้นและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้อีก่อนผู้อื่น รวมถึงการติดตามข่าวสารการพัฒนาเทคโนโลยีอยู่เสมอ

ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี หมายถึง ความรู้สึกไม่คุ้นเคยหรือไม่สามารถควบคุมเทคโนโลยีได้ ซึ่งอาจทำให้รู้สึกไม่สะดวกสบายในการใช้งาน

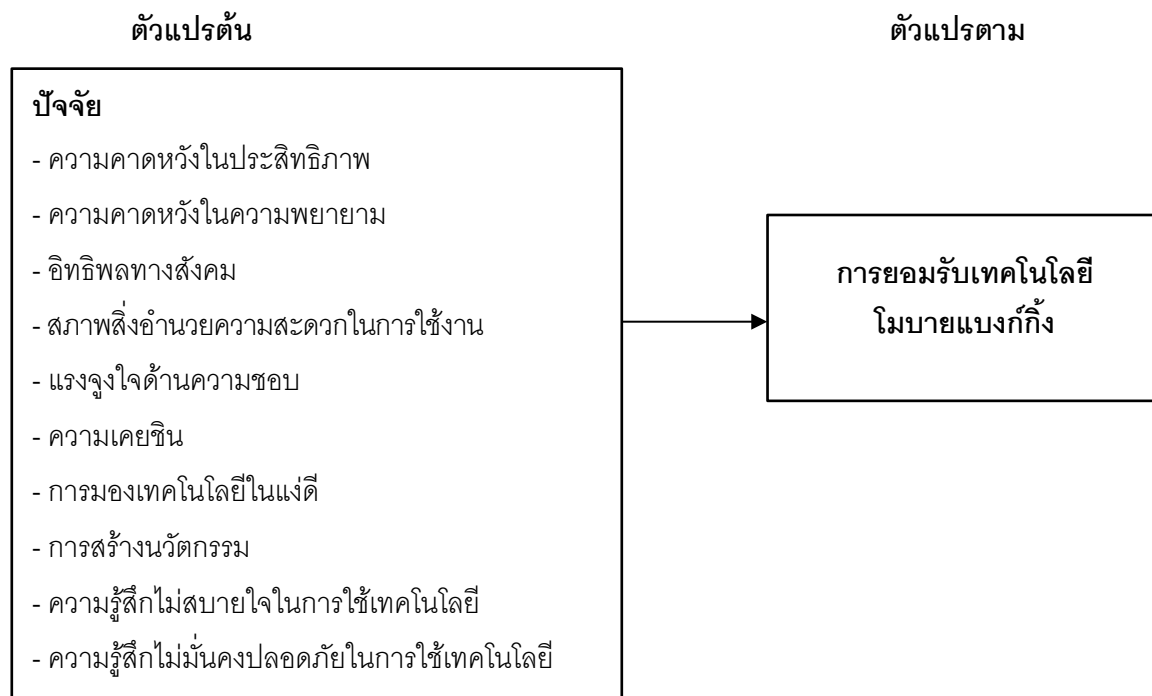
ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี หมายถึง ความไม่ไว้วางใจในความปลอดภัยของเทคโนโลยี อาจมีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบและความปลอดภัยของข้อมูล

ส่วน **การยอมรับเทคโนโลยี** นั้น หมายถึง การที่ผู้ใช้มีความตั้งใจหรือยินดีที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำกิจกรรมหรือการทำงาน โดยการยอมรับเทคโนโลยีจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายด้าน เช่น ความเชื่อในประสิทธิภาพของเทคโนโลยี ความง่ายในการใช้งาน และการสนับสนุนจากสภาพแวดล้อมหรือบุคคลรอบข้าง ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานในที่สุด (Venkatesh et al., 2003) โดยปัจจัยที่กล่าวถึงมีความสอดคล้องกับปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาทบทวนแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด ดังปรากฏในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีองค์ประกอบวิธีการวิจัยและวิเคราะห์ ดังนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรสัญชาติไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีการใช้อินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้งหมดจำนวน 374,090 เลขหมาย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีโอกาสรับรู้และเข้าถึงการใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรสัญชาติไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัด

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

อุบลราชธานีและใช้อินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ Taro (Yamane, 1973) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Closed-Ended Question) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกคำตอบ (Multiple Choices) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) ชนิดคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าให้นักการยอมรับจากน้อยไปมากโดย แบ่งระดับความเห็นออกเป็น 5 ระดับ จากคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ไปถึงคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

3) การทดสอบเครื่องมือเก็บข้อมูล มีการตรวจสอบความครอบคลุมและความตรงของเนื้อหาลักษณะคำถาม-คำตอบ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจได้ง่าย เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Validity) และจากการตรวจสอบได้ค่า Index of item objective congruence: IOC โดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามต่าง ๆ มีความเที่ยงตรงทุกข้อคำถาม ส่วนความเชื่อมั่น (Reliability) ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.86 ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นที่อยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ (กัญญา วาณิชย์ บัญชา, 2552)

4) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ทั้งหมด จำนวน 400 คนผ่านกลุ่มเครือข่ายของลูกค้าธนาคารแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีการใช้โทรศัพท์มือถือและใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์

5) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอค่าสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าความถดถอยเชิงพหุคูณ อนึ่งเกณฑ์การประเมินผลและการแปลผลของค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับต่าง ๆ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535)

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 คือ ระดับความคิดเห็นด้วยที่มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 คือ ระดับความคิดเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 คือ ระดับความคิดเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 คือ ระดับความคิดเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 คือ ระดับความคิดเห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.2 มีช่วงอายุในช่วง 31 – 40 ปี ร้อยละ 41.2 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 51.7 และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 51.7

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

2. ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี

จากการเก็บข้อมูลของผู้ที่ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 คน เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่ง โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีผลปรากฏตามตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเทคโนโลยี

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1. ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	4.58	0.68	มากที่สุด
2. ความคาดหวังในความพยายาม	4.30	0.76	มาก
3. อิทธิพลทางสังคม	3.41	0.92	ปานกลาง
4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	4.18	0.77	มาก
5. แรงจูงใจด้านความชอบ	3.97	0.74	มาก
6. ความเคยชิน	4.50	0.78	มาก
7. การมองเทคโนโลยีในแง่ดี	4.47	0.88	มาก
8. การสร้างนวัตกรรม	3.73	1.14	มาก
9. ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี	2.43	0.98	ปานกลาง
10. ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี	3.91	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ($\bar{X}$ = 4.58, SD = 0.68) รองลงมาคือ ความเคยชิน ($\bar{X}$ = 4.50, SD = 0.78) การมองเทคโนโลยีในแง่ดี ($\bar{X}$ = 4.47, SD = 0.88) ความคาดหวังในความพยายาม ($\bar{X}$ = 4.30, SD = 0.76) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{X}$ = 4.18, SD = 0.77) แรงจูงใจด้านความชอบ ($\bar{X}$ = 3.97, SD = 0.74) ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ($\bar{X}$ = 3.91, SD = 0.58) การสร้างนวัตกรรม ($\bar{X}$ = 3.73, SD = 1.14) อิทธิพลทางสังคม ($\bar{X}$ = 3.41, SD = 0.92) และความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ($\bar{X}$ = 2.43, SD = 0.98) ตามลำดับ

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
จากที่ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นมี ระดับการยอมรับเทคโนโลยี	4.28	0.76	มาก

จากตารางที่ 2 ระดับการยอมรับเทคโนโลยีนโยบายแบ่งกึ่ง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.29$, SD = 0.757)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งได้กำหนดสมมติฐานไว้ว่า สิ่งกระตุ้นมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่ง

การยอมรับเทคโนโลยี	B	Std. Error	Beta (β)	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	0.67	0.26		2.70	0.01		
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	0.09	0.07	0.08	1.29	0.20	0.26	3.91
ความคาดหวังในความพยายาม	0.19	0.06	0.19	2.90	0.00**	0.25	3.94
อิทธิพลทางสังคม	0.00	0.04	0.01	0.11	0.91	0.51	1.97
สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	0.21	0.06	0.22	3.47	0.00**	0.27	3.76
แรงจูงใจด้านความชอบ	-0.04	0.06	-0.04	-0.66	0.51	0.24	4.12
ความเคยชิน	-0.05	0.07	-0.05	-0.68	0.50	0.21	4.84
การมองเทคโนโลยีในแง่ดี	0.34	0.07	0.35	5.01	0.00**	0.21	4.80
การสร้างนวัตกรรม	0.13	0.04	0.15	2.92	0.00**	0.42	2.36
ความรู้สึกลังเลไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี	-0.00	0.04	-0.01	-0.09	0.93	0.37	2.67
ความรู้สึกลังเลไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้ เทคโนโลยี	-0.04	0.04	-0.05	-1.04	0.30	0.39	2.58
R=0.77, Adjusted R^2 =0.59, SEE = 0.49, F = 57.70, Sig. = 0.00*							

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

จากตารางที่ 4 พบว่า จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน แรงจูงใจด้านความชอบ ความเคยชิน การมองเทคโนโลยีในแง่ดี การสร้างนวัตกรรม ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี และความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ด้วยการพิจารณาตรวจค่าสัดส่วนความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่น ๆ (Tolerance) มีค่ามากกว่า 0.19 หมายความว่า ตัวแปรต้นมีความเป็นอิสระต่อกัน และค่า Variance Inflation Factors (VIF) น้อยกว่า 5.30 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันไม่สูงมากเกินไป (Hair et al., 2005) จากการทดสอบพบว่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.21 - 0.51 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.19 แสดงว่า ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้มีอิสระต่อกัน ส่วนค่า Variance Inflation Factors (VIF) มีค่าอยู่ระหว่าง 1.97 – 4.84 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5.30 เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน แรงจูงใจด้านความชอบ ความเคยชิน ความพร้อมด้านเทคโนโลยี การมองเทคโนโลยีในแง่ดี การสร้างนวัตกรรม ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กันไม่สูงมากเกินไป จึงยอมรับตัวแปรต้นเหล่านี้

ส่วนผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่า F เท่ากับ 57.70 และค่า Sig เท่ากับ 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งแสดงว่า ความแปรปรวนของข้อมูล มีความแปรปรวน โดยค่าความแปรปรวนของการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน แรงจูงใจด้านความชอบ ความเคยชิน ความพร้อมด้านเทคโนโลยี การมองเทคโนโลยีในแง่ดี การสร้างนวัตกรรม ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี พิจารณาจากค่า Adjusted $R^2 = 0.59$ แสดงว่า ผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่ง ในจังหวัดอุบลราชธานี มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับร้อยละ 59 หมายความว่า ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน การมองเทคโนโลยีในแง่ดี การสร้างนวัตกรรม ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำไปพยากรณ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ อิทธิพลทางสังคม แรงจูงใจด้านความชอบ ความเคยชิน ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีได้ร้อยละ 59 ส่วนอีกร้อยละ 41 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี มีค่า Sig = 0.00 คือ ความคาดหวังในความพยายามมีค่า Beta = 0.19 (Sig = 0.00 < 0.01) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานมีค่า Beta = 0.22 (Sig = 0.00 < 0.01) การมองเทคโนโลยีในแง่ดีมีค่า Beta = 0.35 (Sig = 0.00 < 0.01) การสร้างนวัตกรรมมีค่า Beta = 0.15 (Sig = 0.00 < 0.01) หมายความว่า การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน การมองเทคโนโลยีในแง่ดี การสร้างนวัตกรรมส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานนโยบายแบ่งกึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

อภิปรายผลการวิจัย

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ

ความคาดหวังในประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและมีความคาดหวังในการใช้เทคโนโลยี เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การทำรายการโอนเงิน รับเงิน และการชำระค่าบริการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการใช้เงินสดอีกด้วย เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohan (2014); Jansom (2013) พบว่า บุคคลที่มีความคาดหวังในประสิทธิภาพสูง จะมีความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีสูง รวมถึงการบริการที่มีประสิทธิภาพจะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาทางเลือกในการใช้งานของบุคคล

ความคาดหวังในความพยายาม

ความคาดหวังในความพยายามส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการพยายามเรียนรู้การใช้งานบริการโมบายแบงก์กิ้งด้วยตนเองได้ สามารถใช้งานได้ง่าย มีความเชี่ยวชาญในการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2557); AbuShanab and Pearson (2007) ที่กล่าวว่า เมื่อผู้ใช้งานเทคโนโลยีผ่านระบบต่าง ๆ ให้ความพยายามน้อยจะส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการใช้งานมากขึ้น นอกจากนี้ หากระบบที่ใช้บริการใหม่มีความคล้ายกับระบบเดิม ระบบนั้นควรเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และใช้งานได้ง่าย

อิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคมไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญกับตัวบุคคล เช่น บุคคลในครอบครัว เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และบุคคลมีชื่อเสียงในสังคมในการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงิน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2557) พบว่า อิทธิพลทางสังคมด้านบรรทัดฐานด้านจิตวิสัยส่งผลในทางลบต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile นั้น เพราะกลุ่มผู้ใช้งานเป็นกลุ่มผู้ใช้งานเป็นนักศึกษาที่มีความคิดสร้างสรรค์มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และต้องการความเป็นเอกลักษณ์ จึงไม่ต้องการใช้แอปพลิเคชันที่เหมือนกับผู้อื่น รวมถึงงานวิจัย Rondan-Cataluña, Arenas-Gaitán and Ramírez-Correa (2015) ที่ศึกษาเรื่องการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในกลุ่มผู้สูงอายุ ในประเทศสเปน พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งค่อนข้างน้อย และงานวิจัย Morosan and DeFranco (2016) ที่ศึกษาเรื่อง ความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบจ่ายเงินด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารข้อมูลแบบไร้สาย (NFC) ในโรงแรม ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการจ่ายค่าโรงแรมผ่านโทรศัพท์มือถือค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ไม่เป็นไปตามทฤษฎีที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ใช้งานในจังหวัดอุบลราชธานี มุมมองในปัจจัยดังกล่าวอาจไม่ได้ส่งผลต่อผู้ใช้งานในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีความแตกต่างของวิถีชีวิต แนวคิด รวมทั้ง การใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ผู้ใช้บริการมุ่งเน้นความสะดวกและความปลอดภัยในการใช้งานมากกว่าการใช้งานตามบุคคล หรืออิทธิพลทางสังคมอาจส่งผลต่อผู้ใช้งานโดยที่ผู้ใช้งานไม่รู้ตัว อีกทั้ง ผู้ใช้งานมีการใช้แอปพลิเคชันอื่น ๆ เป็นจำนวนมากแล้ว จึงไม่สะดวกที่จะใช้แอปพลิเคชันตามที่ผู้อื่นแนะนำ เป็นต้น

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็น ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ทั้งในด้านความพร้อมในการใช้งาน และความสอดคล้องเหมาะสมต่อผู้ใช้งาน เช่น การใช้โมบายแบงก์กิ้งในการทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวก ไม่มีเหตุขัดข้องของระบบที่ส่งผลกระทบต่อความไม่สะดวกในการใช้งาน สามารถรองรับได้กับทุกเครือข่าย และทุกระบบปฏิบัติการ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Guo et al. (2015); จักรพงษ์ สือประเสริฐสิทธิ (2554) พบว่า การที่บริการมีระบบสนับสนุนการใช้งานมากขึ้น จะช่วยให้ผู้ใช้งานมีความยินดีที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น และมีสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีในการใช้งานที่ดีขึ้น จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดีต่อบริการ และมีโอกาสที่จะใช้งานมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานจริงของบริการ Mobile Instant Messaging: MIM

แรงจูงใจด้านความชอบ

แรงจูงใจด้านความชอบไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้มีความเห็นว่า การใช้โมบายแบงก์กิ้งสามารถควบคุมการใช้จ่ายได้ ซึ่งการใช้โมบายแบงก์กิ้งมีความสะดวกและง่ายต่อการใช้จ่ายมากกว่าการควบคุมการใช้จ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Morosan and DeFranco (2016); กุลนาถ ภัทธานวรัตน์ และ รพีพร ศรีจำปา (2561) พบว่า แรงจูงใจด้านความชอบไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากพฤติกรรมการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี มีความต้องการและเชื่อมั่นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านหน้าเคาน์เตอร์ธนาคาร โดยมีพนักงานของธนาคารเป็นผู้ให้บริการมากกว่าการทำธุรกรรมด้วยตนเอง อีกทั้ง ยังผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่อาจจะยังไม่มี ความเชี่ยวชาญในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง และไม่ทราบว่าโมบายแบงก์กิ้งมีบริการทางการเงินที่หลากหลายมากกว่าการโอน ชำระค่าสินค้า และบริการ เป็นต้น

ความเคยชิน

ความเคยชินไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการคุ้นเคยต่อการโอนเงินผ่านการโอนเงินผ่านตู้ ATM หรือ หน้าเคาน์เตอร์ธนาคารมากกว่าบริการโมบายแบงก์กิ้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Morosan and DeFranco (2016) พบว่า ความเคยชินส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งยังไม่มีประสบการณ์ที่เพียงพอทั่วถึง ในการใช้งานและสร้างความเข้าใจต่อผู้ใช้งานถึงวิธีการใช้โมบายแบงก์กิ้ง อีกทั้ง ต้องขยายตลาดให้ครอบคลุม ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มอาชีพ เป็นต้น

การมองเทคโนโลยีในแง่ดี

การมองเทคโนโลยีในแง่ดีส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman and Colby (2015); Shambare (2013) แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี สามารถควบคุมการใช้จ่ายประจำวันได้ดียิ่งขึ้น สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน เช่น ลดข้อจำกัดด้านเวลา เปิด ปิดทำการของสถาบันการเงิน คือ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา ทุกสถานที่ เมื่อมีความประสงค์ เป็นต้น

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

การสร้างนวัตกรรม

การสร้างนวัตกรรมส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการเป็นผู้นำนวัตกรรมมาใช้ก่อนผู้อื่น มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ อยู่เสมอ รวมถึงสามารถเป็นผู้ให้คำแนะนำในการใช้งานบริการโมบายแบงก์กิ้งได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2557); Parasuraman and Colby (2015) พบว่า การสร้างนวัตกรรมส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี

ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้มีความเห็นว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นสิ่งที่เข้าใจยาก อีกทั้ง ไม่คิดว่าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไม่เหมาะกับตนเอง รวมถึงไม่ได้มีความรู้สึกไม่สบายใจ เมื่อต้องขอคำแนะนำในการใช้งานเทคโนโลยีกับผู้อื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิต สุวรรณวงศ์พร (2563) พบว่า ความรู้สึกไม่สบายใจที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการช่วยเหลือทางการเงินผ่านแอปทพไม่สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย และไม่สอดคล้องกับดัชนีความพร้อมด้านเทคโนโลยี

ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี

ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการไม่ได้คิดว่า ปัจจุบันผู้คนพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไป และไม่คิดว่าคนส่วนใหญ่พึ่งพาเทคโนโลยี และส่งผลให้ผู้มีความสัมพันธ์กันน้อยลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman and Colby (2015) อย่างไรก็ตาม การศึกษาในครั้งนี้ ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งก็มีความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งในปัจจุบันผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้งมีการพัฒนาระบบให้มีความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบของสถาบันการเงินและประชาชนผู้ให้บริการ โดยมีการปรับปรุงการกำกับดูแลความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นเพศหญิง ส่วนด้านอายุ ส่วนมากมีอายุในช่วง 31 – 40 ปี โดยมีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี และมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงจากมากไปน้อยได้ ดังนี้ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ รองลงมาคือ ความเคยชิน การมองเทคโนโลยีในแง่ดี ความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความชอบ ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี การสร้างนวัตกรรม อิทธิพลทางสังคม และความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 10 ตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า สิ่งกระตุ้นด้านการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถเรียงจากค่าเบต้า (β) มากไปน้อยได้ ดังนี้ (1) ปัจจัยการมองโลกในแง่ดี (2) ปัจจัยสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (3) ปัจจัยความคาดหวังในความพยายาม (4) ปัจจัยการสร้างนวัตกรรม (5) ปัจจัยความคาดหวังในประสิทธิภาพ (6) ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม (7) ปัจจัยความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี (8) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความชอบ (9) ปัจจัยความเคยชิน และ (10) ปัจจัยความรู้สึก

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

‘ไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี’ ทั้งนี้ ตัวแปรทั้งสี่ตัวสามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การมองเทคโนโลยีในแง่ดี สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ความคาดหวังในความพยายาม การสร้างนวัตกรรม ได้ร้อยละ 59 ส่วนอีกร้อยละ 41 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โอบายแบงก์กึ่งในภาพรวมของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยี โอบายแบงก์กึ่ง ได้แก่ ปัจจัยการมองโลกในแง่ดี ในมิติของการมองโลกในแง่ดี ผู้ให้บริการโอบายแบงก์กึ่งควรให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เกิดการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุด โดยการสื่อสารไปยังผู้ใช้งาน สร้างความเข้าใจ รวมถึงสร้างทัศนคติที่ดีแก่ผู้ใช้งานให้มีความสนใจ และมีความเข้าใจ เพื่อเกิดการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของตัวผู้ใช้งานรวมถึงการก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประเทศไทยที่ภาครัฐ และเอกชนพยายามผลักดันให้เกิดขึ้น เนื่องจากสามารถลดต้นทุนในการผลิต จัดเก็บ ธนบัตร อีกทั้ง ยังสะดวกต่อการใช้เงินและการทำธุรกรรมทางการเงิน รวมถึงความปลอดภัยที่อาจมีความเสี่ยงในการใช้เงินสดในโอกาสต่าง ๆ

นอกจากนี้ ธนาคารที่ให้บริการโอบายแบงก์กึ่ง และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการระบบชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำไปวิเคราะห์ และนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยช่วยให้ทราบและตระหนักถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการยอมรับและใช้งานบริการโอบายแบงก์กึ่ง ซึ่งนำไปสู่การกำหนดนโยบาย พร้อมทั้งกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ระบบการให้บริการโอบายแบงก์กึ่งเกิดประสิทธิภาพสูงสุด สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานโอบายแบงก์กึ่งได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอสรุปและข้อเสนอแนะ ดังนี้

การมองเทคโนโลยีในแง่ดี ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับโอบายแบงก์กึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันให้บริการได้ทุกสถานที่ ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาเปิด-ปิดทำการของสถาบันการเงิน ช่วยทำให้ผู้ใช้งานมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ผู้ให้บริการควรเพิ่มช่องทางการให้บริการ โดยหาพันธมิตร เช่น ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น ร้านเทสโก้เอ็กซ์เพรส (Tesco Lotus Express) ร้านบิ๊กซี (Big C) หรือบริษัทต่าง ๆ แม้กระทั่งร้านค้า ที่สามารถทำธุรกรรมผ่านช่องทางโอบายแบงก์กึ่งได้ เช่น การชำระบิลตามใบแจ้งหนี้ชำระสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้มีความครอบคลุมการให้บริการมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกในการสมัครไม่ยุ่งยาก พนักงานยินดีให้การช่วยเหลือและแก้ปัญหาจากการใช้งานได้อย่างทันท่วงที หรือมีหน่วยงานสำหรับรับเรื่องหากเกิดปัญหาของระบบการใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการว่า จะได้รับการแก้ปัญหาในทุก ๆ ครั้งที่เกิดขึ้น ซึ่งธุรกรรมทางการเงินเป็นเรื่องละเอียดอ่อน และไม่ควรมีข้อผิดพลาด อีกทั้ง มีความสะดวกต่อการชำระเงิน เพื่อซื้อสินค้าออนไลน์หรือแม้แต่ชำระค่าบริการต่าง ๆ รวมไปถึงการจ่ายค่าสาธารณูปโภคทั้งค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าโทรศัพท์ที่ไม่ต้องไปจ่ายถึงเคาน์เตอร์ เพียงโอนเงิน ผ่านระบบออนไลน์ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินทุกรูปแบบได้อย่างง่ายดาย และสามารถตรวจสอบยอดเงิน สรุปข้อมูลการเงิน ข้อมูลการถอนเงิน และข้อมูลทางการเงิน เพื่อส่งเข้าอีเมลส่วนตัวได้อย่างสะดวกซึ่งทำให้ง่ายต่อการตรวจสอบธุรกรรมดังกล่าวได้ทุกเวลา เป็นต้น

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ความคาดหวังในความพยายาม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการใช้งานบริการโมบายแบงก์กิ้งน่าจะเป็นบริการที่สามารถใช้งานได้ง่าย มีการออกแบบ Application ให้มีความทันสมัย มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย มีการทำคู่มือการสมัคร และการใช้งานที่สะดวกต่อการเรียนรู้ ทำความเข้าใจในการใช้งานมีความเหมาะสมทุกเพศ ทุกช่วงวัย ซึ่งจะทำให้การให้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้รับความนิยม และเกิดความเชื่อมั่นในการใช้งาน

การสร้างนวัตกรรม ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมโดยเฉพาะแผนการลงทุนด้านไอทีและระบบงานต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการด้านดิจิทัล มุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านระบบชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัลที่ครอบคลุมการใช้งานหลากหลายรูปแบบตามความต้องการและไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้บริการ ทั้งในกลุ่มผู้รับชำระเงิน และผู้จ่ายเงิน รวมถึงการเปิดตัวโมบายแบงก์กิ้งเวอร์ชันใหม่ที่ทันสมัย มีความแตกต่างจากเดิม เพื่อช่วยสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดียิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาบริการใหม่ ๆ เพิ่มเติม เช่น การเปิดบัญชีผ่านออนไลน์โดยยืนยันตัวตนผ่านระบบ National Digital ID Platform เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม มีปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพัฒนาหรือปรับปรุง ดังนี้

ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงความคาดหวังในประสิทธิภาพ อย่างเช่น โมบายแบงก์กิ้งต้องมีขั้นตอนในการโอนเงินที่น้อยลง ไม่ซับซ้อน เกิดความสะดวก และเข้าใจได้ง่าย แต่ยังคงมีความปลอดภัยในการลดขั้นตอนการโอนนั้นควบคู่กัน เป็นต้น

ความรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการเพิ่มระบบความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เช่น การถูกโจมตีจากภัยคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งในปัจจุบันมีรูปแบบการโจมตีที่มากขึ้น มีหลากหลายรูปแบบการโจมตี ในการโจมตีระบบที่สำคัญขององค์กร ดังนั้น ผู้ให้บริการควรมีแผนการประเมินความเสี่ยง เพื่อให้ผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งเกิดความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยของการใช้เทคโนโลยีทำธุรกรรมทางการเงิน เป็นต้น

ความเคยชิน ผู้ประกอบการควรปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีความน่าสนใจ เกิดความอยากทดลองใช้ ซึ่งให้เห็นถึงความสะดวกในการใช้งาน และช่วยแนะนำ สนับสนุนกลุ่มลูกค้าทุกช่วงวัย ที่ยังไม่คุ้นเคยในการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ให้เกิดการเรียนรู้ นวัตกรรมให้เข้าใจได้ง่าย และสามารถใช้งานโมบายแบงก์กิ้งในชีวิตประจำวันได้อยู่เสมอ มากกว่าการทำธุรกรรมผ่านเคาเตอร์ธนาคาร และตู้ ATM

แรงจูงใจด้านความชอบ ผู้ประกอบการควรปรับปรุงแอปพลิเคชัน ให้มีฟังก์ชันที่ตอบสนองความต้องการ และศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุดมุ่งหวัง ของผู้ใช้งาน เช่น การเพิ่มฟังก์ชันการควบคุมการโอนเงิน และสามารถสรุปค่าใช้จ่าย โดยแยกหมวดหมู่การใช้จ่ายได้ นอกจากจะเป็นแอปพลิเคชันการทำธุรกรรมทางการเงินแล้ว ยังสามารถฉบับที่ค่าใช้จ่ายได้ในเวลาเดียวกัน ง่ายต่อการจดจำ และควบคุมการใช้จ่ายได้ สร้างความพึงพอใจ และตอบสนองความต้องการทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น เป็นต้น

อิทธิพลทางสังคม ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการตลาดของธนาคาร เช่นการนำดารา นักแสดง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงที่กำลังมีกระแสนิยมในขณะนั้นมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการใช้งาน และเป็นที่ยอมรับซึ่งบุคคลที่มีชื่อเสียงมีส่วนในการสร้างแรงบันดาลใจ เพิ่มความน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ และนำไปใช้งานตาม เป็นต้น

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

ความรู้สึกไม่สบายใจในการใช้เทคโนโลยี ผู้ประกอบการควรปรับปรุงการสร้างการรับรู้แก่ผู้ให้บริการให้เข้าใจถึงความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาโมบายแบงก์กึ่งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม และแสดงให้เห็นว่า โมบายแบงก์กึ่งถูกออกแบบเพื่อให้คนทั่วไปสามารถใช้งานได้อย่างเท่าเทียม เป็นต้น

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile*.
การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จักรพงษ์ สื่อประเสริฐสิทธิ. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี: กรณีศึกษาการใช้บริการสื่อสารระหว่างกันผ่านข้อความและรูปภาพแบบทันทีผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- มานิต สุวรรณวงศ์พร. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้บริการการช่วยเหลือทางการเงินผ่านแชทบอท*.
วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *การใช้งานโมบายแมกเก็ตติ้งในประเทศไทย: รายงานผลสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน*. สืบค้น 12 มิถุนายน 2563, จาก
http://www.nso.go.th/sites/2014en/Survey/ICT/Survey%20In%20Household/2020/fullreport_63.pdf.
- AbuShanab, E., & Pearson, J. M. (2007). Internet banking in Jordan the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) perspective, *Journal of Systems, and Information Technology*, 9(1), 78-97.
- Guo, H., Huang, X., & Craig, P. (2015). Factors Influencing the user acceptance of Alipay, *The International Conference on Economy, Management and Education Technology* (pp. 344–347). Bali, Indonesia: Mid Sweden University.
- Hair, H. J. (2005). Outcomes for children and adolescents after residential treatment: A review of research from 1993 to 2003, *Journal of Child and Family Studies*, 14(4), 551-575.
- Jansom, T. (2013). *Analysis of acceptance factors for electronic payment services of thai people based on UTAUT* (Master's Thesis). Mahidol University.
- Mohan, S. (2014). *Consumer's acceptance towards NFC mobile payments* (Master's Thesis). University of Amsterdam.
- Mohanarajan, A. (2016). *Business as an art form* (Master's thesis). Ontario College of Art and Design University.
- Morosan, C., & DeFranco, A. (2016). It's about time: revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels, *International Journal of Hospitality Management*, 53(1), 17-29.
- Oxford business group. (2016). *The Report Thailand 2016*, *Country Reports Web site*. Retrieved by January 28, 2017, from <https://www.oxfordbusinessgroup.com/analysis/going-digital-digitalisation-becoming-norm-banking-sector>.

ปีที่ 15 ฉบับที่ 30 กรกฎาคม - ธันวาคม 2567

- Parasuraman, A. (2000). Technology Readiness Index (TRI): A multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307-320. <https://doi.org/10.1177/109467050024001>
- Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2015). An updated and streamlined technology readiness index: TRI 2.0, *Journal of Service Research*, 18(1), 59-74. <https://doi.org/10.1177/1094670514539730>
- Rondan-Cataluña, F. J., Arenas-Gaitán, J., & Ramírez-Correa, P. E. (2015). A comparison of the different versions of popular technology acceptance models, *Kybernetes*, 44(5), 788-805.
- Shambare, R. (2013). Technology readiness and EFTPoS usage in Zimbabwe, *International Journal of Business and Economic Development*, 1(1), 13-22.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wearesocial. (2022). *Digital 2022*. Retrieved December 17, 2022, from <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022>.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd ed.)*, New York: Harper and Row Publications.