

หัวข้องานค้นคว้าอิสระ	การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โมบาย แบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง Determinants of technology acceptance of mobile banking: An empirical study
ชื่อผู้เขียน	นางสาวจิรนนท์ พุ่มภิญโญ Miss Jiranun Pumpinyo
แผนกวิชา/คณะ	สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษางานค้นคว้าอิสระ	ดร. ประวิทย์ เขมะสุนันท์
ปีการศึกษา	2552

บทสรุป

ปัจจุบันกระแสวิกฤตทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจอย่างรวดเร็วและรุนแรง ก่อให้เกิดการแข่งขันในทุกภาคอุตสาหกรรมธุรกิจ การรักษฐานลูกค้า และการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดต้องอาศัยการดำเนินกลยุทธ์ที่เหมาะสมและทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ

ธุรกิจอุตสาหกรรมทางการเงิน ถือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในระดับประเทศ และในระดับสากล จึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการให้บริการแก่ลูกค้าและเป็นการช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานของธนาคารด้วยเทคโนโลยีหนึ่งที่ธนาคารเลือกพัฒนาเป็นช่องทางนำเสนอบริการแก่ลูกค้า ได้แก่ บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เป็นการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์เพื่อการสื่อสาร (โทรศัพท์เคลื่อนที่) ซึ่งในปัจจุบันถูกจัดเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตประจำวัน และแม้ว่าแนวโน้มในปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และผู้ให้บริการทั้งสถาบันการเงินรวมถึงผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างพากันเน้นย้ำเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการอย่างเต็มที่เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ อีกทั้ง รูปแบบวิธีการเปิดให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการจะอำนวยความสะดวก และง่ายต่อการใช้งาน ช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตาม บริการนี้ได้รับความนิยมและมีมูลค่าการใช้บริการเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันเนื่องมาจากความวิตกกังวลต่อความเสี่ยงด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ นอกจากนี้ ยังคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับหรือความคุ้มค่าใน

การลงทุนใช้บริการ และขั้นตอนการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับการทำธุรกรรมการเงินผ่าน
เจ้าหน้าที่ของธนาคาร

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับและใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง
ของลูกค้านักธนาคารพาณิชย์ กับ ปัจจัยด้านการรับรู้ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี
(Extended TAM) ประกอบด้วย (a) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceive usefulness) (b) การรับรู้ถึง
ขั้นตอนการใช้งานง่าย (Perceive ease of use) และ (c) การรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk)

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามเพื่อนำไปสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ
ต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโมบาย แบงก์กิ้งกับกลุ่มตัวอย่าง โดยได้ทำการ
ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability test) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha) เท่ากับ 0.901
และเก็บข้อมูลลูกค้าที่เข้าใช้บริการธุรกรรมที่สาขาของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง จำนวน 400 ชุด

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ
54.0 โดยเป็นผู้ใช้บริการในปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ 41.3 ขณะที่เพศชายร้อยละ 58.7 ของ
ผู้ให้บริการทั้งหมด โดยส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 49.0 มี
สถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.5 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท ร้อยละ
52.0 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.2

การวิเคราะห์ผลการวิจัยใช้วิธีการทางสถิติประกอบด้วย การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่ม (Independent Sample Test) การวิเคราะห์แบบไครพารามิเตอร์
(Chi-Square) และการวิเคราะห์ความถดถอยชนิดหลายตัวแปร (Multiple regression analysis)
โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการศึกษาแบ่งเป็นสองส่วนคือ การศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อ
การยอมรับเทคโนโลยี โมบาย แบงก์กิ้ง และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับ
การตัดสินใจใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง ดังนี้

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โมบาย แบงก์กิ้ง

จากการศึกษาในขั้นต้นผู้วิจัยได้รวบรวมปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีดังนี้

1. ปัจจัยการรับรู้ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM) ได้ทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่

1.1 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี

1.2 ด้านการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย

1.3 ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยี

ใช้วิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อปัจจัยการรับรู้ระหว่าง 2 กลุ่มประชากร พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการใช้งานง่าย และด้านความเสี่ยงส่งผลต่อการยอมรับโมบาย แบงก์กิ้ง แตกต่างกันระหว่าง 2 กลุ่มประชากร โดยกลุ่มผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์และการใช้งานง่ายมากกว่า และวิตกกังวลต่อความเสี่ยงน้อยกว่าผู้ยังไม่ใช้บริการ

2. ด้านประสบการณ์หรือพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีโดยใช้วิธีวิเคราะห์ Chi-square พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการมีประสบการณ์หรือพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีบ่อยครั้งกว่า โดยการใช้บริการ Mobile commerce และ Telephone Banking แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และใช้วิธีวิเคราะห์ Independent Sample Test ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการใช้โปรแกรมประยุกต์ของโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าผู้ยังไม่ใช้บริการ

3. จากการศึกษาคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และสถานะภาพต่อการใช้บริการ พบว่า เพศ และอายุส่งผลต่อการใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง โดยส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งเป็นเพศชาย และมีช่วงอายุในวัยทำงาน ระหว่าง 21-40 ปี สำหรับผู้ยังไม่ใช้บริการโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุมากกว่า

2. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจบริการ

ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจบริการ ใช้วิธีการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) จากปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีตามแบบจำลอง TAM ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้การใช้งานง่าย ด้านความเสี่ยง รวมถึงประสบการณ์การใช้ Mobile commerce Telephone banking พฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์ และอายุ

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significant) ที่ 0.05 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้กับการตัดสินใจใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งในอนาคต พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์และการใช้งานง่ายมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคตในทิศทางบวก แต่การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้งานมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ

กล่าวคือ การวิตกกังวลต่อความเสี่ยงในการใช้บริการเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยี
โมบาย แบงคิง

2. ประสิทธิภาพการใช้ Mobile commerce Telephone banking กับการตัดสินใจใช้
บริการโมบาย แบงคิงในอนาคต พบว่า มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคตในทิศ
ทางบวก กล่าวคือ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต

3. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้โปรแกรมประยุกต์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่กับ
การตัดสินใจใช้บริการในอนาคต พบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในอนาคตได้

4. ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุกับการตัดสินใจใช้บริการในอนาคต พบว่า มี
ความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในทิศทางลบ กล่าวคือเป็นอุปสรรคในการตัดสินใจใช้บริการ และ
สามารถสรุปเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = - 0.146 + 0.247(\text{ประสิทธิภาพการใช้โมบายคอมเมอร์ซ}) + 0.257(\text{ประสิทธิภาพการใช้ Telephone Banking}) + 0.283(\text{การรับรู้ประโยชน์}) + 0.459(\text{การรับรู้การใช้งานง่าย}) - 0.162(\text{ช่วงอายุ})$$

จากผลการศึกษาดังกล่าว ธนาคารพาณิชย์สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการ
วางกลยุทธ์ในการเสนอบริการให้ลูกค้าต่อไปได้