



การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัย  
ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

FINANCIAL TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF PEOPLE IN BANGKOK  
METRO POLIS AND VICINITY

โดย  
เดชาธร ปริปัญญาพาน์

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์  
คณะเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปีการศึกษา 2561



**FINANCIAL TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF PEOPLE IN BANGKOK  
METROPOLIS AND VICINITY**



**BY  
DACHATORN PARIPUNYAPAT**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS IN APPLIED ECONOMIC  
FACULTY OF ECONOMICS**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY**

**ACEDAMIC YEAR 2018**

วิทยานิพนธ์เรื่อง  
การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัย  
ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

โดย  
เดชาธร ปริบุญญพาสน์

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์

มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปีการศึกษา 2561

ดร.วรรณสินธุ์ สัตยานุวัตร  
ประธานกรรมการสอบ

ผศ.ดร.ทศนัย ชุ่มวัฒนะ  
กรรมการ

ดร.ธัญพัทธ์ ไกรวานิช  
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

27 สิงหาคม 2561

Thesis entitled

**FINANCIAL TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF PEOPLE  
IN BANGKOK METROPOLIS AND VICINITY**

by

DACHATORN PARIPUNYAPAT

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Economics in Applied Economic

Rangsit University  
Academic Year 2018

---

Dr. Wanasin Sattayanuwat  
Examination Committee Chairperson

Asst. Prof. Dr. Todsanai Chumwatana  
Member

---

Dr. Tanpat Kraiwanit  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

August 27, 2018

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ที่ประสบความสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับการช่วยเหลือและความกรุณาจาก ดร.ธัญย์พัทธ์ ไคร์วานิช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ฝึกฝนและขัดเกลาความรู้ความสามารถ ให้ผู้วิจัยสามารถคิด วิเคราะห์ และสังเคราะห์องค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้มาประยุกต์ใช้กับการทำวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจน ติดตาม ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ หลายต่อหลายครั้ง ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง อีกทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำในด้านการเรียน การทำงาน และการดำเนินชีวิตที่เหมาะสม ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอบคุณท่านประธานกรรมการและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้แก่ ดร.วรรณสินธุ์ ตั๊ดยานุวัฒน์ และ ผศ.ดร. ทศนัย ชุ่มวัฒนะ และ ดร.ธัญย์พัทธ์ ไคร์วานิช ที่ให้คำแนะนำ และคำปรึกษาเพิ่มเติม แก่ผู้วิจัยในการดำเนินงานวิจัยให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์ อีกทั้งขอขอบคุณอาจารย์ประจำหลักสูตรคณะเศรษฐศาสตร์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ อบรมทั้งคุณธรรมและจริยธรรม จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอบคุณผู้ที่อยู่เบื้องหน้าและเบื้องหลังความสำเร็จในงานวิจัยครั้งนี้ทุกท่าน ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องในบริบทงานวิจัยที่ตลอดเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้ต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อทำให้งานวิจัยสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมถึง เจ้าหน้าที่ป.โท ที่คอยให้คำแนะนำ ในการทำงานวิจัยเป็นอย่างดี ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ในเรื่องการเรียนและเรื่องทั่ว ๆ ไป รวมถึงช่วยผลักดันให้ผู้วิจัยสามารถทำงานวิจัยได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีตลอดในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่ ค่อยกำลังใจ สนับสนุน และส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้ได้รับโอกาสทางการศึกษาที่ดี ถ้าหากงานวิจัยนี้มีประโยชน์ ผู้วิจัยขอมอบให้กับผู้ที่มีพระคุณทุกท่าน ตามที่ได้กล่าวอ้างไว้ข้างต้นไว้ทุกประการ

เดชาธร ปริบุญญาพาสน์

ผู้วิจัย

5808174 : สาขาวิชาเอก: เศรษฐศาสตร์ประยุกต์; ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ประยุกต์)

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยี การรับรู้ทางเทคโนโลยี  
 เฉชาธร ปริบุญญาพาสน์: การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้  
 อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (FINANCIAL TECHNOLOGY ACCEPTANCE OF  
 PEOPLE IN BANGKOK METROPOLIS AND VICINITY) อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ฉันทย์พัทธ์  
 ไคร์วานิช, 73 หน้า.

การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นวัตถุประสงค์ของงานวิจัยครั้งนี้ คือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินพบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถาม 820 คนพบว่าการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินจำนวน 595 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 และไม่ยอมรับ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 โดยเหตุผลที่ยอมรับ มีเหตุผลในการใช้งาน ความสะดวกด้านเวลา (บริการ24ชม.) จำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมา ใช้งานรวดเร็ว จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินพบว่า อายุมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .029 โดยค่าเฉลี่ยการยอมรับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินในช่วงอายุ 41 ถึง 50 ปีมีค่าเฉลี่ยที่ สูงที่สุด คือ 0.8182 รองลงมา ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 0.7668 และสุดท้าย อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 0.4839 ตามลำดับการทดสอบสมมติฐานด้านระบบนิเวศทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินพบว่า ตัวแปรเหตุผลในการทำธุรกรรม มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.013 โดยค่าเฉลี่ยด้านความรวดเร็วสูงที่สุดคือ 0.8042 รองลงมาคือ ความมั่นใจในระบบความปลอดภัย เท่ากับ 0.7429

ข้อเสนอแนะ ปัจจัยที่ควรศึกษาเพิ่มเติมด้าน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อให้เห็นภาพของปัจจัยแวดล้อมทางสังคมและการสื่อสาร อันจะส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานจริงในที่สุดรวมถึงการศึกษาเชิงลึกถึงปัญหาและอุปสรรคในการใช้งาน อาจพบประเด็นใหม่ๆ ที่สามารถทำให้การเกิดการยอมรับมากขึ้น

ลายมือชื่อนักศึกษา..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

**5808174 : MAJOR: APPLIED ECONOMICS; M.Econ. (APPLIED ECONOMICS)**

**KEYWORDS : TECHNOLOGY ACCEPTANCE, TECHNOLOGY ECOSYSTEM,  
TECHNOLOGY AWARENESS**

**DACHATORN PARIPUNYAPAT: FINANCIAL TECHNOLOGY  
ACCEPTANCE OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLIS AND VICINITY. THESIS  
ADVISOR: TANPAT KRAIWANIT, Ph.D., 73 p.**

Financial technology acceptance of people in Bangkok metropolis and vicinity is the objective of this research. A factor influencing acceptance of commercial technologies found that respondents from the 820 samples were explored to the study through a financial technology over 595 people, representing 72.6 percent and do not agree 225 people, representing 27.4 percent. The acceptable reasons for the use of the convenience of the times (24 hours service), was 399 persons or 48.7 percent, followed by work quickly of 240 accounted for 29.3 percent, respectively.

Testing the hypothesis base demographic factors affecting the acceptance of financial technologies, found that age influence acceptance of financial technologies, a significant at 0.05 and the coefficient is .029. The average acceptability of business technology in the age range of 41 to 50 years had the highest mean of 0.8182, followed by the lower than 20 years with the mean of 0.7668 and the last 51 years of age with the mean of 0.4839 respectively. The average acceptability of financial technology in the age range of 41 to 50 years had the highest mean of 0.8182, followed by the lower than 20 years with the mean of 0.7668 and the last 51 years of age with the mean of 0.4839 respectively.

Recommendations factors that should study in the field of information perception and social media use to visualize the social and communication environment that will affect the acceptance and actual use, including the in-depth study of the problems and obstacles in the implementation may find new issues that can make the reception more.

Student's Signature..... Thesis Advisor's Signature.....

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
<b>บทที่ 1</b>	
<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.6 นิยามศัพท์	7
<b>บทที่ 2</b>	
<b>แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>8</b>
2.1 บริบทงานวิจัยที่ศึกษา	8
2.2 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	11
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.4 ความคาดหวังประสิทธิภาพ	23
<b>บทที่ 3</b>	
<b>ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>26</b>
3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	27
3.3 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล	29



## สารบัญ

	หน้า
<b>บทที่ 4</b>	
<b>ผลการวิจัยและอภิปรายผล</b>	<b>31</b>
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย	42
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	<b>46</b>
5.1 สรุปผล	46
5.2 อภิปรายผล	47
5.3 ข้อเสนอแนะ	48
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>49</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>55</b>
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	56
ภาคผนวก ข บทความ	60
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>73</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	32
4.2	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	32
4.3	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	32
4.4	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	33
4.5	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	34
4.6	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	34
4.7	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอุปกรณ์ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	35
4.8	แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	35
4.9	จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางการรับรู้ข่าวสาร	36
4.10	จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	36
4.11	จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเห็นไทยแลนด์ 4.0 เป็นการสนับสนุนให้การใช้เทคโนโลยี	37
4.12	การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูล	38

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์	39
4.14 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินในอนาคต	39
4.15 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงิน	40
4.16 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแนวโน้มจะใช้ E-Money	40
4.17 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามนโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 จะเป็นการสนับสนุนให้การใช้เทคโนโลยีทางการเงิน	41
4.18 แสดงการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	41
4.19 ค่าเฉลี่ยการยอมรับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน จำแนกตาม ช่วงอายุ	42
4.20 ทดสอบค่าความแปรปรวน ของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน	43
4.21 ทดสอบค่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อการยอมรับทางเทคโนโลยีทางการเงิน (Tests of Between-Subjects Effects)	43
4.22 การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน จำแนกตามเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	44
4.23 ทดสอบค่าความแปรปรวน ของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน	44
4.24 ทดสอบค่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระด้านระบบนิเวศทางการเงินที่มีต่อการยอมรับทางเทคโนโลยีทางการเงิน(Tests of Between-Subjects Effects)	45

## สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	การเพิ่มขึ้นของปริมาณธุรกรรม E-Payment ไตรมาส 2/2560	2
1.2	จำนวนบัญชี Internet Banking และ Mobile Banking	3
1.3	กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย (Framework)	6
2.1	แบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	12
2.2	แบบจำลองของ Delone and Mclean (Information Systems Success Model)	13
2.3	อิทธิพลของความคาดหวังเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Point of Sale	19



# บทที่ 1

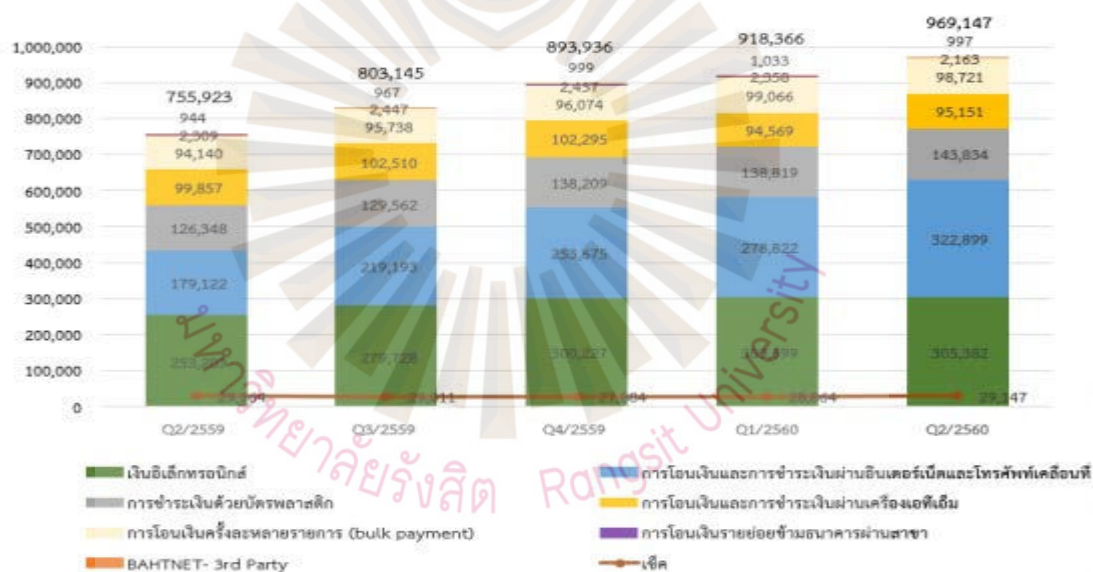
## บทนำ

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรายละเอียดบทนำดังต่อไปนี้

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตจนถึงปัจจุบัน เทคโนโลยีทางการเงินได้เข้ามาเป็นมีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคที่เป็น บุคคลทั่วไป นิติบุคคล ธุรกิจ ภาครัฐและเอกชน รวมทั้งด้านการทำธุรกรรมที่มีแนวโน้มไปในทางทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นและมีแนวโน้มที่คาดว่าจะเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจของสถาบันการเงินด้วยนวัตกรรมใหม่ ที่ช่วยทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวก สบาย รวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่าในการทำธุรกรรมในปัจจุบัน (Cao, 2016) โดยเทคโนโลยีทางการเงิน หรือ FinTech ย่อมาจาก Finance Technology หมายถึง อุตสาหกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย บริษัท ที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ระบบการเงินมีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือหมายถึง บริษัท ที่ให้บริการทางการเงินโดยใช้ซอฟต์แวร์หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ มีหลายประเภท FinTech ซึ่งรวมถึงการโอนเงินการระดมทุนการให้กู้ยืมแบบ P2P หรือ Peer to Peer เป็นการเชื่อมต่อแบบโครงข่ายโดยตรงระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่องนั้นจะมีความเท่าเทียมกัน สามารถทำงานได้เองและขอใช้บริการเครื่องอื่นได้ จึงเหมาะสำหรับนำมาใช้งานเพื่อจุดประสงค์ด้านความเร็วหรือติดตั้งได้โดยง่ายเมื่อไม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่จะรองรับ ตัวอย่างเช่น ในศูนย์ประชุมหรือการประชุมที่จัดนอกสถานที่ (Kantox, 2016) FinTech ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทั่วโลกและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตามรายงาน Accenture (2014) การลงทุนใน FinTech ทั่วโลกได้รับการเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงห้าปีที่ผ่านมา

FinTech หรือ Finance Technology ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากและมีการแพร่หลายจากทั่วโลก เป็นผลมาจากเทคโนโลยี ประกอบด้วย 4 ด้าน Social Media, Mobile, Analytics และ Cloud ที่เกิดการประยุกต์ใช้บนแนวโน้มการเติบโตด้านอินเทอร์เน็ตที่มีผู้ใช้งานจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ (จีเอเบิล, 2561) การเข้าถึงบริการทางการเงินเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ที่ผ่านมามีผลการศึกษามากมายชี้ให้เห็นว่า การเพิ่มการเข้าถึงบริการทางการเงินส่งผลกระทบต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาค โดยในระดับจุลภาค พบว่าการเข้าถึงบริการทางการเงินช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของครัวเรือน โดยการทำให้คนยากจนและผู้ด้อยโอกาสสามารถทำธุรกรรมการเงินพื้นฐานได้ด้วยต้นทุนที่สมเหตุสมผล เปิดโอกาสให้พวกเขามีเงินออมเพื่อสำรองเป็นค่าใช้จ่ายในอนาคต เช่น ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ค่าการศึกษา หรือใช้เป็นเงินทุนในการประกอบและขยายธุรกิจ (สฤณี อาชวานันทกุล, 2560)

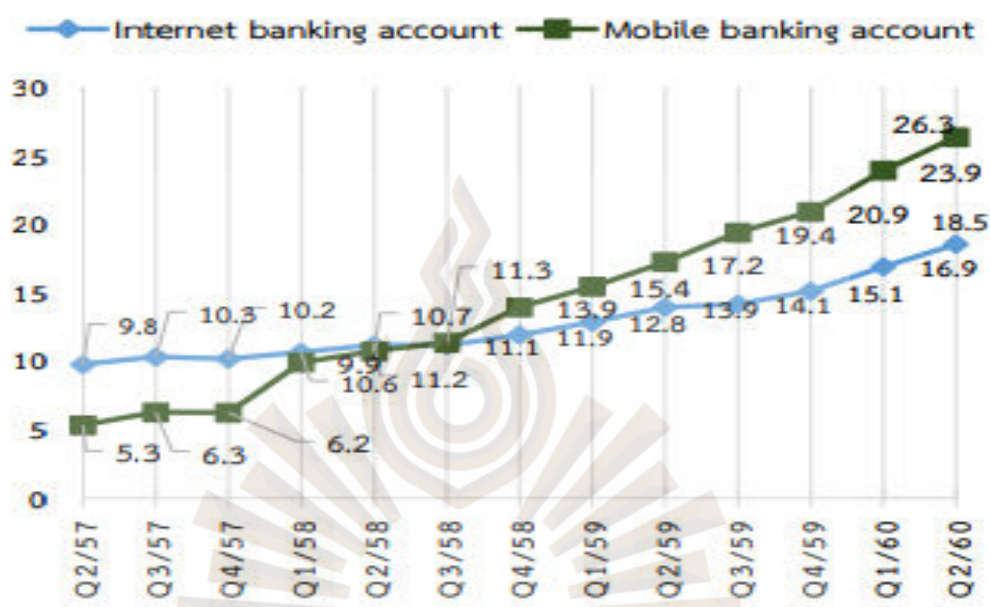


รูปที่ 1.1 การเพิ่มขึ้นของปริมาณธุรกรรม E-Payment ไตรมาส 2/2560

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560

ในรูปที่ 1.1 จะเห็นได้ว่าธุรกรรมการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในไตรมาส 2 ปี 2560 มีจำนวน 969.1 ล้านรายการ และมีมูลค่า 82.8 ล้านล้านบาท ปริมาณการใช้งานยังโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเติบโตเพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 28.2 ธุรกรรมการโอนเงินและการชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอัตราเติบโตสูงสุดที่ร้อยละ 80.2 เทียบกับช่วงเวลา

เดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากประชาชนเริ่มหันมาใช้บริการออนไลน์มากขึ้น ขณะที่การโอนเงิน และการชำระเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม และการโอนเงินรายย่อยข้ามธนาคารผ่านสาขา มีอัตราหดตัวร้อยละ 4.7 และ 6.3 ตามลำดับ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)



รูปที่ 1.2 จำนวนบัญชี Internet Banking และ Mobile Banking  
ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560

รูปที่ 1.2 จะเห็นได้ว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาจำนวน Mobile Banking Account เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด ผู้บริโภคนิยมเปิดบริการ Mobile Banking Account มากกว่า Internet Banking Account ตั้งแต่ไตรมาส 3 ปี 2558 เป็นต้นมา ณ สิ้นไตรมาส 2 ปี 2560 บัญชี Mobile Banking มีจำนวน 26.3 ล้านบัญชี เติบโตขึ้นร้อยละ 52.8 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของการใช้ Smart Phone อีกทั้งธนาคารต่าง ๆ ได้มีพัฒนา Mobile Banking Application ให้ใช้งานง่ายและสะดวกในการทำธุรกรรมการเงินมากขึ้น ผู้บริโภคนิยมทำธุรกรรมโอนเงินและชำระเงินผ่านช่องทาง Mobile Banking มากขึ้น โดยการโอนเงินและชำระเงินผ่านช่องทาง Mobile Banking มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 99 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยการโอนเงินข้ามธนาคารเพิ่มขึ้นร้อยละ 130.7 ส่วนหนึ่งมาจากการใช้บริการพร้อมเพย์ที่เริ่มให้บริการตั้งแต่ต้นปี 2560 การโอนเงินธนาคารเดียวกันเพิ่มขึ้นร้อยละ 95.1 และธุรกรรมการชำระเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 87.3 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้การชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking มีสัดส่วน

ปริมาณธุรกรรมสูงสุดเมื่อเทียบกับช่องทางอื่นๆ โดยมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 61 มากขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนกว่าร้อยละ 16 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

เงินอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Money หรือ e-Money คือ มูลค่าเงินที่อยู่ในรูปแบบในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ชิพคอมพิวเตอร์ในบัตรพลาสติก เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้บริการได้ชำระเงินล่วงหน้า (Pre-Paid) แก่ผู้ให้บริการ e-Money และสามารถใช้จ่ายชำระค่าสินค้าบริการได้ตามร้านค้าที่รับชำระ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องถือเงินสดให้ยุ่งยากและไม่เสียเวลาในการรอเงินทอน

ผู้บริโภคสามารถเติมเงินผ่านช่องทางต่าง ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละราย เช่น เติมเงินกับร้านค้าที่มีสัญลักษณ์เติมเงิน ทำรายการผ่านตู้ ATM หรือผ่านเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ หรือผ่านระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรือบัญชีธนาคารหรือบัตรเครดิตของผู้ใช้บริการที่ได้ผูกบัญชีไว้ และผู้ให้บริการ e-Money จะบันทึกมูลค่าของเงินที่เติมลงในบัตร เครือข่ายโทรศัพท์มือถือ หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้บริการสามารถตรวจสอบการเติมเงินได้จากใบเสร็จรับเงิน SMS บนโทรศัพท์มือถือ หรือ E-Mail แล้วแต่กรณี ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้มีรูปแบบเงินทางอิเล็กทรอนิกส์หลายรูปแบบ เช่น บัตรโดยสารรถไฟฟ้า (BTS) บัตรซื้ออาหารในศูนย์อาหาร บัตรเติมเงินโทรศัพท์มือถือ บัตรเติมเงินซื้อชั่วโมงอินเทอร์เน็ต บัตรชมภาพยนตร์ กระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ บัญชีเงินสดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการช้อปปิ้งออนไลน์ บัตรเครดิต บัตรเดบิต (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน [สคก.], 2561ก) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ผู้บริโภคการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์ชำระค่าสินค้าและบริการส่วนใหญ่เป็นการใช้บัตรเครดิตมากกว่าบัตรเดบิต

การดำเนินธุรกิจของฟินเทคจำเป็นต้องรวมกับสถาบันการเงินอยู่ เนื่องจากฟินเทคเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ต้องพึ่งพาอาศัยความสามารถของสถาบันการเงิน เช่น สินทรัพย์ในการปล่อยกู้ การเชื่อมต่อกับบัญชีธนาคารทั้งนี้ไม่ได้เข้ามาแทนที่ธนาคาร แต่ฟินเทคได้เข้ามาช่วยส่งเสริมและร่วมมือกัน เพราะเรื่องของการเงินเป็นสิ่งที่กระทบกับทุกคนโดยตรง เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมมากยิ่งขึ้น สามารถลดค่าใช้จ่ายเติมลงหรือลดเวลาของการให้บริการเพื่อความรวดเร็ว เพื่อให้สามารถแข่งขันกับระบบเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นในอนาคตได้

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงนำมาสู่การศึกษา เรื่องการศึกษาการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลในมุมมองของผู้บริโภคในด้าน



การรับรู้ข่าวสารทางการเงิน เครือข่ายและอุปกรณ์ที่ใช้ในการทำธุรกรรม ทางตลาดและการรับรู้ความเสี่ยง เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลทำให้เกิดการยอมรับและเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์และตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยังสามารทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข การพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินสามารถให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้เกิดการตอบสนองของผู้บริโภค ดังนั้นจึงสมควรที่จะมีศึกษาเกี่ยวกับหัวข้อนี้ต่อไป

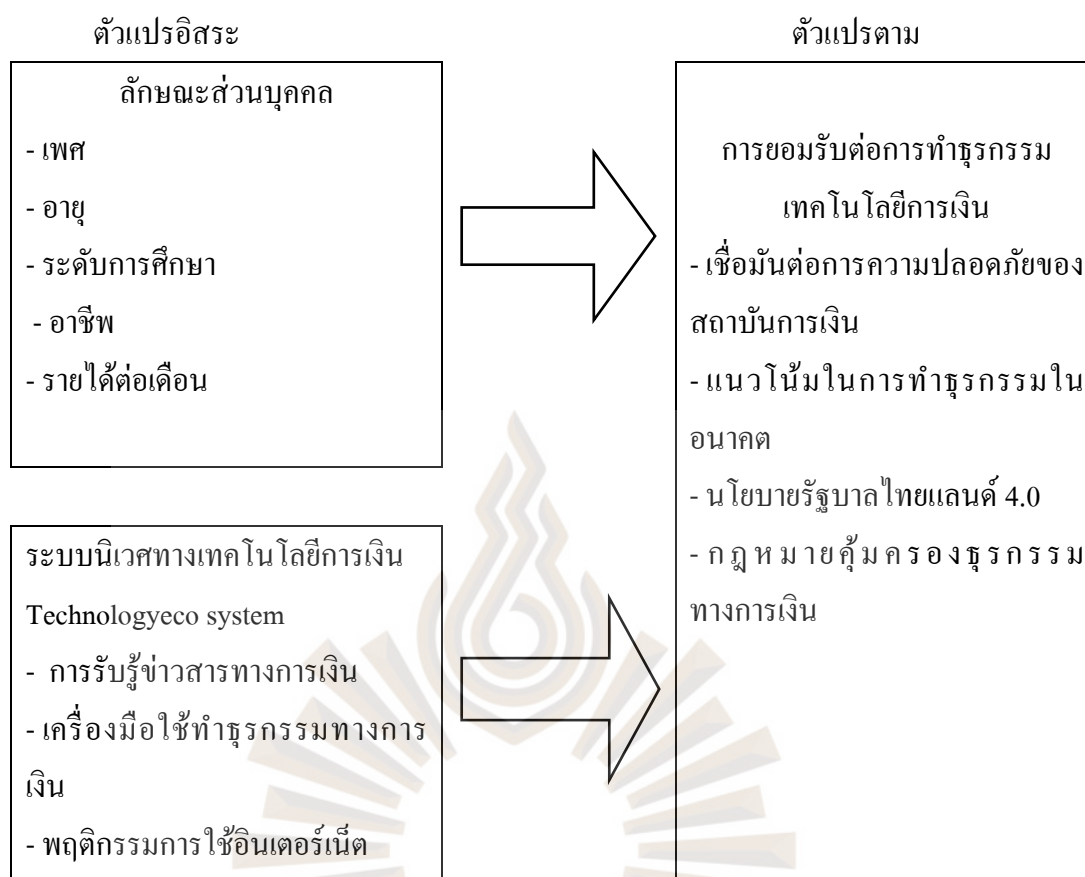
## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาการยอมรับต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของธนาคารในในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

## 1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีกรอบแนวคิดดังนี้



รูปที่ 1.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย (Framework)

#### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

กำหนดขอบเขตการวิจัยเรื่อง “การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล” ประกอบด้วยขอบเขตงานวิจัยด้านเนื้อหาการศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

##### 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ มีความต้องการศึกษาการยอมรับ โดยคำนึงถึง ความเชื่อมั่น ความปลอดภัย กฎหมายคุ้มครองเทคโนโลยีและรวมถึงนโยบายภาครัฐ

##### 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ มีขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยใช้บริการ Internet Banking จำนวน 820 ราย

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### 1.5.1 ประโยชน์ในเชิงวิชาการ

ประโยชน์เชิงวิชาการ สำหรับงานวิจัยเรื่องการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลเพื่อขยายผลการศึกษากการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

### 1.5.2 ประโยชน์ในเชิงบริหาร

เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินได้อย่างเหมาะสม ให้เกิดการนำไปใช้จริงและใช้เป็นแนวทางการตลาดเพื่อเป็นการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มยอดการใช้บริการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินมากขึ้น

## 1.6 นิยามศัพท์

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology Acceptance) หมายถึง ทัศนคติ ความเชื่อของบุคคลที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับบริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบต่างๆ การใช้บริการด้านต่างๆ เช่น การโอนเงินการชำระสินค้าและบริการ บริการด้านบัตรเครดิต ด้านเช็ค ด้านสินเชื่อบ้าน และสินเชื่ออื่น ๆ ที่ เช่น Counter Service, Paypal, AliPay

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลเพื่อให้เกิดความเข้าใจในงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษา จึงทำการรวบรวมข้อมูลแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

#### 2.1 บริบทงานวิจัยที่ศึกษา

##### 2.1.1 สถาบันการเงิน

สถาบันการเงิน หมายถึง สถาบันที่ทำหน้าที่ให้บริการทางการเงิน เช่น การรับฝาก-ถอนเงิน โอนการให้สินเชื่อ การรับชำระเงิน และธุรกรรมทางการเงินอื่น ๆ ตามที่ได้รับอนุญาต ให้แก่ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นประชาชนทั่วไป บริษัท ห้างร้าน หรือหน่วยงานราชการ ซึ่งการประกอบธุรกิจสถาบันการเงินภายใต้พระราชบัญญัติธุรกิจสถาบันการเงิน พ.ศ. 2551 และมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำกับดูแล โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท (สคง., 2561ข)

##### 1) ธนาคารพาณิชย์ (Commercial Bank)

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง บริษัทมหาชนจำกัดที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจการรับฝากเงิน ถอนเงิน โอน จ่าย ที่ให้สินเชื่อ ซื้อมาขายตั๋วแลกเงิน ซื้อมาขายเงินตราต่างประเทศ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยและหลักทรัพย์ ธุรกิจอนุพันธ์ทางการเงิน ธุรกิจธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) ธุรกิจการเงินและธุรกิจการให้บริการอื่น

##### 2) สำนักงานผู้แทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ

สำนักงานผู้แทนธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศหมายถึง สำนักงานของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตจาก ธนาคารแห่งประเทศไทยให้ดำเนินการแทน

ธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศ โดยดำเนินการได้เฉพาะที่เกี่ยวกับการติดต่อ ประสานงาน การแนะนำ แก่ลูกค้า และการรวบรวมข้อมูล เช่น ข่าวสารเกี่ยวกับฐานะทางการเงินของลูกค้าและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงิน เพื่อส่งให้สำนักงานใหญ่ หรือสำนักงานอื่น ๆ ของธนาคารเท่านั้น

### 3) บริษัทบริหารสินทรัพย์ (บพส.)

บริษัทบริหารสินทรัพย์ (บพส.) หมายถึง บริษัทที่ได้จดทะเบียนกับ ธนาคารแห่งประเทศไทย ตามพระราชกำหนดบริษัทบริหารสินทรัพย์ พ.ศ. 2541 เพื่อทำหน้าที่บริหารสินทรัพย์ด้วยคุณภาพของสถาบันการเงิน โดยการรับซื้อหรือรับโอนสินทรัพย์ด้วยคุณภาพของสถาบันการเงินที่ยังเปิดกิจการอยู่หรือปิดกิจการแล้ว รวมถึงหลักประกันของสินทรัพย์ด้วยคุณภาพ เพื่อนำมาบริหาร เช่น ปรับปรุงโครงสร้างหนี้ พื้นฟูลูกหนี้

### 4) ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-bank)

ผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน หรือ Non-Bank หมายถึง ผู้ให้บริการทางการเงินที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน เช่น ผู้ให้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อส่วนบุคคลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Payment) การแลกเปลี่ยนเงินหรือโอนเงินตราต่างประเทศ

## 2.1.2 เทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology)

Financial Technology หรือเรียกย่อ ๆ ว่า FinTech หรือเทคโนโลยีทางการเงิน โดยเฉพาะระบบการสื่อสารออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจด้านการเงิน การธนาคาร และการลงทุน โดยความสะดวก แทบทุกธุรกรรมทางการเงินการลงทุนจะทำได้อย่างสะดวกมากผ่านมือถือ และออนไลน์ ทั้งธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันการเงิน ระบบการชำระเงิน ธุรกรรมหลักทรัพย์ ประกันชีวิต นับตั้งแต่การเปิดบัญชีธนาคาร สินเชื่อ ประกัน กองทุน หุ้่น การทำธุรกรรมทุกชนิดสามารถทำผ่านอิเล็กทรอนิกส์ได้ รวมไปถึงการประชุมผู้ถือหุ้น การมอบฉันทะ ทำประกันรถยนต์ และปลอดภัย การนำพาสังคมไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสดมากขึ้น (Cashless Society) ซึ่งจะทำให้เราไม่ต้องพกเงินสด และเก็บเงินสดไว้ที่บ้านอีกต่อไป อาชญากรรมต่าง ๆ ของประเทศก็จะลดลงในที่สุด (เกษฎา สุขทิส, 2561)

ส่วน Startup ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องจากฟินเทค คือการเกิดขึ้นของธุรกิจซึ่งส่วนมากเป็นเรื่องของเทคโนโลยี ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่สำหรับผู้บริโภคที่สามารถทำการขยาย

ได้ในวงกว้าง เช่น ธนาคารได้ทำแอปพลิเคชันขึ้นมาทำให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Smart Phone ที่ทำให้สะดวกต่อการใช้งาน โดยที่ไม่ต้องไปติดต่อธนาคารด้วยตนเองหรือเรียกว่า อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (เจษฎา สุขทิศ, 2560)

ความหมายของ E-Banking ที่เรียกกันหลากหลายกันมามีคำที่เรียกแทนมากมาย โดยใช้เรียกชื่อขึ้นอยู่กับแต่ละธนาคารใช้เรียกกัน โดยใช้คำและมีความหมายดังนี้

E-Banking หมายถึง การทำธุรกรรมต่างๆ กับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การรับฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน ชำระเงิน เป็นต้น E-Banking อาจเรียกด้วยชื่ออื่น เช่น Internet Banking (ธนาคารอินเทอร์เน็ต), Online Banking (ธนาคารออนไลน์), Electronic Banking (ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์), Cyber Banking (ธนาคารไซเบอร์) เป็นต้น (สำนักมาตรฐาน, 2555)

Internet Banking หรือ ธนาคารอินเทอร์เน็ตหมายถึง การประกอบธุรกิจการพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านอุปกรณ์หรือระบบ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หรือ อินเทอร์เน็ต มีการให้บริการเช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน เป็นต้น (ลินา ซานี, 2559)

Digital Banking หมายถึง การให้บริการลูกค้าในการทำธุรกรรมกับธนาคาร โดยลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาธนาคาร เช่น การให้บริการทางโทรศัพท์ (Call Center) การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางคืออส (ยูเอทีเอ็ม) อินเทอร์เน็ต (Internet Banking) และ โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) เป็นต้น (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559)

Mobile Banking หรือบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ เป็นบริการอิเล็กทรอนิกส์อีกช่องทางหนึ่งที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านโทรศัพท์มือถือในลักษณะโต้ตอบกับระบบงานของธนาคารได้เองโดยอัตโนมัติ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เพื่อการ โอนเงินและชำระเงิน (สำนักมาตรฐาน, 2555)

## 2.2 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

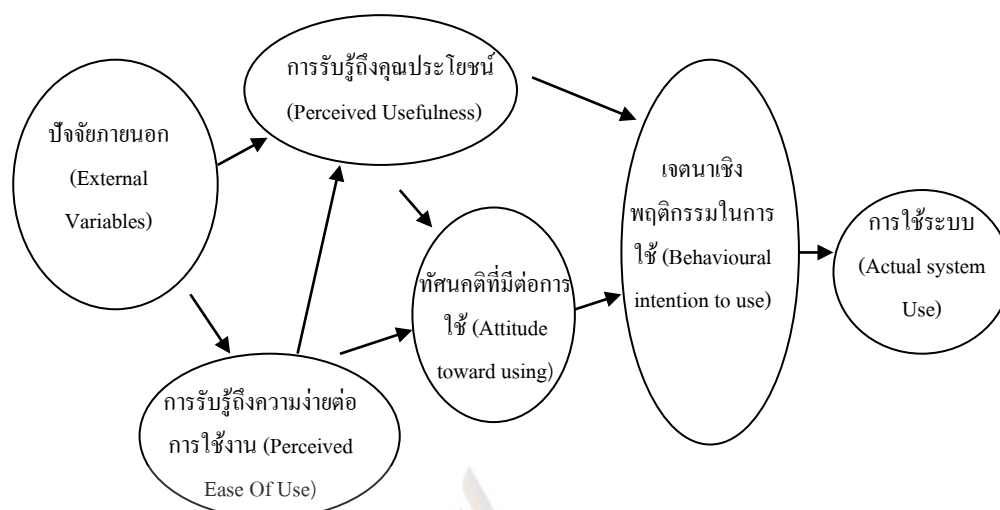
งานวิจัยนี้ได้ทำทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และแบบจำลอง และทฤษฎี เพื่อให้การศึกษาวิจัยนี้อยู่บนหลักพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง โดยประกอบด้วย ทฤษฎีการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้งาน แบบจำลองของ Delon and Mclean (2003) แบบจำลองการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน และส่วนประกอบทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า เพื่อมุ่งสู่ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงความง่าย สะดวก ต่อการใช้งานและรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งาน ทำให้เกิดการยอมรับการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินจริง โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Technology Acceptance Model เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) และเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างมากในการอธิบายและคาดการณ์พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการยอมรับและใช้เทคโนโลยีโดย Technology Acceptance Model ได้ปรับเปลี่ยนการวัดทัศนคติของ Theory of Reasoned Action ออกเป็นสององค์ประกอบสำคัญ ที่เป็นตัวสนับสนุนและผลักดันให้เกิดการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยประกอบด้วย 2 ปัจจัย (อัครเดช ปิ่นสุข, 2557)

การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease Of Use: PEOU) มีความหมายว่าการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ง่ายต่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจ ง่ายที่จะสามารถใช้งานได้ยาวนาน ในระดับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นในการใช้นวัตกรรมและมีแนวโน้มที่จะใช้นวัตกรรมนั้นสูงขึ้นยังทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงประโยชน์จากการใช้งาน เช่น ถ้าบริการโมบายแบงก์กึ่งมีขั้นตอนง่ายไม่ยุ่งยากผู้บริโภคก็จะรู้สึกว่าจะสามารถใช้เวลาเพียงเล็กน้อยในการทำธุรกรรมทางการเงินบางประการ ได้เหมือนกับการเดินทางไปที่สาขา เป็นต้น

การรับรู้ถึงคุณประโยชน์ (Perceived Usefulness) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้นวัตกรรมนั้นอย่างชัดเจนเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่แสดงพฤติกรรมการใช้โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยี (Behavioral Intention) มีปัจจัย 4 ประการ คือ ตัวแปรภายนอก การรับรู้ง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน และมีทัศนคติ ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ดังรูป



รูปที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา: Davis et al., 1989 อ้างถึงใน อัครเดช ปิ่นสุข, 2557

จากผลการวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องเพิ่มตัวแปรในแบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่อสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ ในวิธีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆของแต่ละบุคคลได้ชัดเจนได้ โดย สอดคล้องกับ ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะและความต้องการใช้งานเทคโนโลยี นอกจากนั้น Hart, Nwibere & Inyang (2015) อธิบายว่าการยอมรับเทคโนโลยี ยังหมายรวมถึง ทัศนคติ ความเชื่อของบุคคล อีกด้วย ที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง เพื่อให้เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง เป็นการนำเอาเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความเชื่อ กับพฤติกรรมและการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ ความรู้ และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม

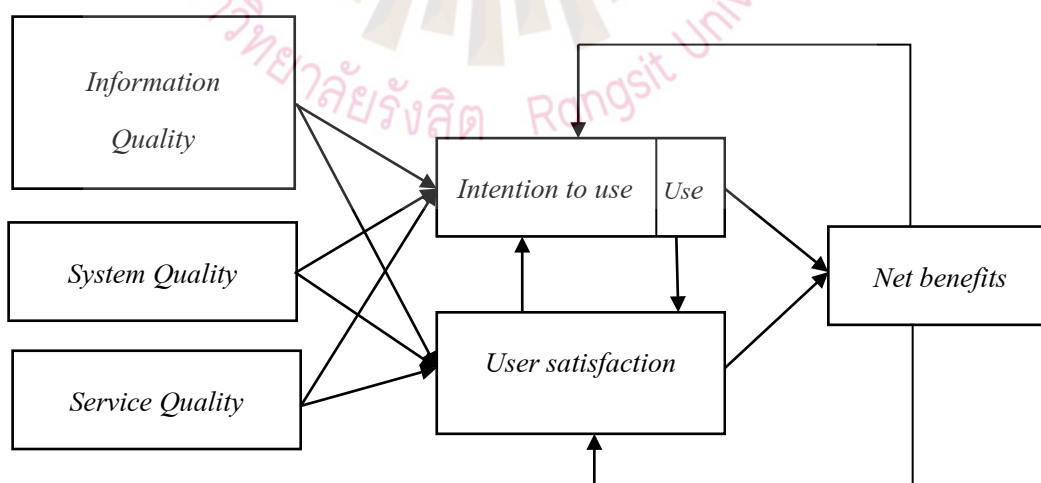
### 2.2.2 แบบจำลองของ DeLone and Mclean (Information Systems Success Model)

ทฤษฎีตัวแบบแบบจำลองของ DeLone and McLean (2004) Information Systems Success Model) โดยเป็นแบบจำลองใช้ประเมินด้านความสำเร็จหรือความล้มเหลวของระบบ



สารสนเทศมารวมเป็นปัจจัยต่างๆ ซึ่งเริ่มแรกทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) มีความหมายว่า ลักษณะที่พึงประสงค์ของระบบสารสนเทศมีตัวอย่างดังต่อไปนี้ เช่น มีความสะดวกในการใช้งาน ยืดหยุ่น และมีความน่าเชื่อถือในระบบ มีความสะดวกในด้านการเรียนรู้ในระบบ 2) คุณภาพของระบบ (System Quality) มีความหมายว่า ลักษณะที่พึงประสงค์ที่มีผลของระบบสารสนเทศ คือ รายงานการจัดหน้าเว็บ มีตัวอย่างเช่นมีความเข้าใจง่าย ถูกต้อง มีความกระชับของข้อมูลที่สมบูรณ์ 3) มีคุณภาพของการบริการ มีความหมายว่า คุณภาพของการสนับสนุนระบบ ผู้ใช้ได้รับการบริการที่ดี มีความถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีผู้นำไปศึกษาและพัฒนาตัวแบบอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งในปัจจุบันทฤษฎีตัวแบบความสำเร็จของระบบสารสนเทศมีปัจจัยต่าง ๆ ดังแสดงในรูปที่ 2.2 ความสำเร็จของระบบสารสนเทศวัดได้จากประโยชน์โดยรวมของระบบ (Net Benefits) ซึ่งเป็นผลมาจากตัวแปร 3 ตัว คือ ความต้องการใช้งานระบบ (Intention to Use) ของผู้ใช้งาน ทำให้มีการใช้งานระบบสารสนเทศ (Use) ซึ่งยังส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ (User Satisfaction) โดยตัวแปรข้างต้นเป็นผลมาจากตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) เช่น ความถูกต้องของข้อมูลในระบบ ระบบแสดงข้อมูลที่ถูกเปลี่ยนแปลงล่าสุด เป็นต้น ปัจจัยต่อมา คือ คุณภาพของระบบ (System Quality) ได้แก่ความพร้อมใช้งานของระบบ ความปลอดภัยของระบบ การตอบสนองของระบบ เป็นต้น และปัจจัยสุดท้าย คือ คุณภาพของการบริการ (Service Quality) ดังภาพ



รูปที่ 2.2 แบบจำลองของ Delone and Mclean (Information Systems Success Model)

ที่มา: Delone & Mclean, 2004

### 2.2.3 พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของคนใดคนหนึ่ง เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการใช้สินค้า (รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์, 2557)

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการศึกษาที่แต่ละบุคคลได้ตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า สามารถกำหนดยุทธศาสตร์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งต้องศึกษาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 1) ใครคือผู้บริโภค (Who?) 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) 3) ทำไมจึงซื้อ (Why?) 4) ซื้ออย่างไร (How?) 5) ซื้อเมื่อไร (When?) 6) ซื้อที่ไหน (Where?) 7) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often) โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจ ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดการณ์ได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่จะได้รับ 13 อิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แม้จะมีการตอบสนองผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

#### 1) พฤติกรรมของผู้ซื้อผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า

มีความสนใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภค (Buyer Behavior) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของพฤติกรรมบริโภค หมายถึง การกระทำของคนใดคนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงินและรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ รวมถึงผู้ซื้อที่เป็นอุตสาหกรรม (Industrial Buyer) หรือเป็นการซื้อบริษัทในอุตสาหกรรมหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อ แต่พฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเราเน้นถึงการซื้อของผู้บริโภคเอง ปกติเรามักใช้คำว่า พฤติกรรมของลูกค้า (Customer Behavior) แทนกันกับพฤติกรรมผู้ให้บริการได้คำทั้งสองคือ พฤติกรรมผู้ให้บริการทางการเงินและพฤติกรรมลูกค้านี้เป็นความหมายเหมือนกัน ในลักษณะในทางเศรษฐกิจของการบริโภค

#### 2) การซื้อและการบริโภค

คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค นั้น ในความหมายที่ถูกต้อง ไม่ใช่การบริโภค (Consumption) แต่หากหมายถึงการซื้อ (Buying) ของผู้บริโภค จึงเน้นถึงตัวผู้ให้บริการเป็นสำคัญ

และที่ถูกต้องแล้ว การซื้อเป็นเพียงกระบวนการหนึ่งของการตัดสินใจและไม่สามารถแยกออกได้จากการบริโภคสินค้า ทั้งที่กระทำโดยตัวผู้ซื้อเองหรือบริโภคโดยสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัวซึ่งมีผู้ซื้อทำตัวเป็นผู้แทนให้ การซื้อแทนนั้น ผู้ซื้อแทนจะเป็นผู้ทำงานแทนความพอใจของผู้ที่จะบริโภคอีกต่อหนึ่งด้วยเหตุผลนี้เอง ผู้วิเคราะห์การตลาดจึงต้องระวังอยู่เสมอถึงความสัมพันธ์นั้น

สรุปแล้วพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการหาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ส่วนพฤติกรรมผู้ซื้อหมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงินและรวมถึงการตัดสินใจ

## 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.3.1 งานวิจัยในประเทศไทย

อรทัย เกื่อนวัน (2555) ได้ศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคล ในส่วนของการทำงานที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ จากการศึกษาด้านส่วนบุคคลพบว่าลักษณะความแตกต่างกันของรายได้มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิรวัดน์ วงศ์รังษัย และกาญจนา สุกัญชรศิริกุล (2557) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อเทคโนโลยีอาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเออร์ซัน วาย โดยปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้มีผลต่อการรับรู้ทั้งการรับรู้ และการยอมรับเทคโนโลยีอาร์โค้ดสองมิตินอกจากนั้นยังพบว่าปัจจัยบุคคลมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันตามลักษณะเพศ ซึ่งสอดคล้องกับ บัญชรรัตน์ ทองหอม (2548) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านเพศมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ แต่จากการศึกษาของเสาวณิต อุดมเวชสกุล (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking พบว่าปัจจัยด้านเพศไม่ส่งผลต่อการยอมรับบริการ M-Banking เช่นเดียวกับ แสนพันธ์ สุวรรณโณ (2557) ซึ่งจากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในงานค้นคว้าอิสระเกี่ยวกับปัจจัยที่นำไปสู่การยอมรับและซื้อสินค้าผ่าน Social Commerce กรณีศึกษา Facebook พบว่าปัจจัยด้านเพศไม่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีและซื้อสินค้าออนไลน์

วอนชนก ไชยสุนทร (2558) พบว่าปัจจัยจากทัศนคติด้านสมรรถภาพส่งผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินในประเทศไทย สืบพงษ์ ปัทมโยธิน (2556) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีออนไลน์สำหรับวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี และ วิทยาลัย สม (2556) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Payment กรณีศึกษาการชำระเงินค่าบัตรชมภาพยนตร์พบว่า การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งานมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในระดับมาก

สรารุช กวชะกุล (2557) ศึกษาความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าด้านความปลอดภัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ของธนาคารมีตอบกลับทุกครั้งเพื่อยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมมากที่สุดด้านความเป็นส่วนตัวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเว็บไซต์ของธนาคารมีการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคลไว้เป็นความลับมากที่สุดด้านประโยชน์ที่ได้รับพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้บริการได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการมากที่สุดด้านความสะดวกการใช้งาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับธนาคารออนไลน์ช่วยให้ท่านสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น มากที่สุด

อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิทรนกร (2559) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-Satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ 1) การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์ 2) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความเป็นส่วนตัว และ 3. ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า ด้านความต้องการเฉพาะของลูกค้า และด้านความสะดวกในการใช้งาน โดยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 56 ในขณะที่คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าถึงการให้บริการ ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้านการจัดองค์ประกอบ และด้านช่องทางในการสื่อสาร ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กุลปรีชา นกดี และนิตนา ฐานิทรนกร (2559) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี Global Positioning System Tracking ของบริษัท พี.ที. ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัท พี.ที. ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และคุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ในขณะที่ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีทัศนคติต่อเทคโนโลยีคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการ ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยไม่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัท พี.ที. ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด

เยวพา ชูประภาวรรณ (2547) กล่าวว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี เป็นกระบวนการ ตัดสินใจของผู้บริโภค โดยอาศัยการสื่อสารสนับสนุน ซึ่งขั้นตอนในกระบวนการยอมรับและการใช้ เทคโนโลยี ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนดังนี้

1) การรับรู้ (Awareness) เป็นการที่นำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมสิ่งใหม่ โดยบุคคลรับรู้ว่ามีนวัตกรรมใหม่ เป็นขั้นตอนของการรับรู้ว่านวัตกรรมที่เกิดขึ้นและมีอยู่จริงแต่ยังได้รับข้อมูลแบบไม่ครบถ้วน

2) ความสนใจ (Interest) บุคคลที่เริ่มมีความสนใจ เริ่มจากการค้นหาข้อมูลและได้เรียนรู้เกี่ยวกับ นวัตกรรมเพิ่มขึ้น พฤติกรรมเป็นไปในลักษณะที่มั่นใจและใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นการรับรู้ ในขั้นนี้จะทำให้บุคคลได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ๆมากขึ้น บุคลิกภาพ ค่านิยม สังคมหรือ ประสิทธิภาพต่างๆ จะมีผลต่อบุคคลนั้น และมีผลต่อการติดตามข่าวสาร

3) การประเมิน (Evaluation) เป็นการไตร่ตรอง ของแต่ละบุคคลจะนำข้อมูลที่ได้นำมาพิจารณาข้อดีและข้อเสีย เพื่อตัดสินใจว่าควรจะทำลองนวัตกรรมนี้ เพื่อเกิดการตัดสินใจที่จะลองความคิดใหม่ๆ โดยบุคคลมักคิดว่าการใช้สิ่งใหม่ๆ นั้นเป็นการเสี่ยงที่ไม่แน่ใจ ผลที่จะได้รับในขั้นนี้จึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อสร้างความมั่นใจยิ่งขึ้นว่าสิ่งที่ได้ตัดสินใจว่าทดลองนั้นถูกต้อง โดยการให้คำแนะนำข่าวสารเพื่อการประกอบการตัดสินใจ

4) การทดลอง (Trial) เป็นการทดลองการใช้เทคโนโลยีก่อนให้เกิดนวัตกรรมใหม่ โดยลองปฏิบัติทั้งหมดหรือแค่บางส่วน เพื่อพิสูจน์ประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น และรอตัดสินใจว่าจะยอมรับการใช้เทคโนโลยีนั้น จึงแสวงหาข่าวสาร ที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ซึ่งผลทดลองการยอมรับนี้จะมี ความสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจ ที่จะปฏิเสธหรือยอมรับ

5) การยอมรับ (Adoption) เป็นกระบวนการในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินใหม่ หลังจากได้ทดลองปฏิบัติแล้ว และนำไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องหลังจากยอมรับนวัตกรรม แล้ว

กลุ่มเป้าหมายจะมีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจยอมรับ ถ้าข่าวสารที่ได้รับภายหลังมีผลว่าไม่สมควรรับนวัตกรรมนั้น อาจทำให้เกิดพฤติกรรมเลิกยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ แต่ถ้าได้รับข่าวสารที่ดีภายหลังอาจจะกลับมายอมรับใหม่ได้อีก

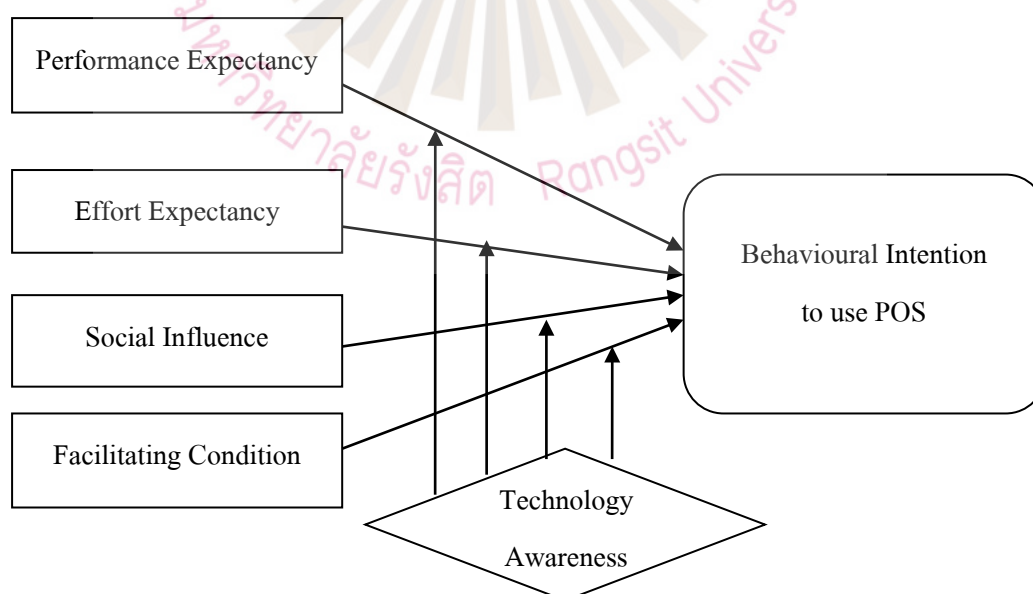
### 2.3.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

Lin, Seedy, and Deron (2011) ศึกษา การประเมิน การยอมรับ การใช้งานเทคโนโลยีของรัฐบาลสาธารณรัฐแรมเบีย ซึ่งรูปแบบ The Technology Acceptance Model (TAM) ได้ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในการอธิบายและคาดการณ์การยอมรับของผู้ใช้ของเทคโนโลยี กับความก้าวหน้าในด้านไอทีและความนิยมการขยายตัวของการใช้งานอินเทอร์เน็ตในสาธารณรัฐแรมเบีย ซึ่งต้องการให้ประชาชนยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) ของรัฐบาลสาธารณรัฐแรมเบีย ในการรับบริการจากหน่วยงานภาครัฐและในการทำข้อมูลเข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าหลักโครงสร้างของเทคโนโลยี The Technology Acceptance Model (TAM) มีอิทธิพลอย่างมากต่อความตั้งใจในการนำเทคโนโลยีระบบสารสนเทศมาใช้งานของรัฐบาลสาธารณรัฐแรมเบีย

Ahmad and Ramstetter (2012) เน้น ว่าตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและยังขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีที่เรียกกร้องให้เปลี่ยนกระบวนการทัศนในแนวทางการจัดการธุรกิจจึงต้องใช้การออกแบบการจัดการทางเลือก นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เช่น อีคอมเมิร์ซกระบวนการทางธุรกิจจะง่ายขึ้น แต่ก็ยังมีการแข่งขันจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ยังคงแข็งแกร่งขึ้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องเกิดขึ้นจากแนวทางการจัดการเทคโนโลยีในการจัดการธุรกิจ

Yin and Shi (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจ่ายเงินออนไลน์ในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของรัฐบาลจากประชาชนในประเทศจีน ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) การรับรู้ทางเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) และความกังวล (Anxiety) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจ่ายเงินออนไลน์ในการใช้บริการเว็บไซต์ท่องเที่ยวของรัฐบาลจากประชาชนในประเทศจีน สอดคล้องกับ Junadi (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์

ในประเทศอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) การรับรู้ทางเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) และความกังวล (Anxiety) ส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย Yu, Fu, Ting, and Lu (2013) ได้ศึกษา ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บัตรสมาร์ตการ์ดแทนการใช้เงินสดของผู้ประกอบการในย่านท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ ประเทศไทย ผลการศึกษา ปัจจัยด้านความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) การรับรู้ทางเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) และความกังวล (Anxiety) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้บัตรสมาร์ตการ์ดแทนการใช้เงินสดของผู้ประกอบการในย่านท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ ประเทศไทย ประเทศไต้หวันและในลักษณะเดียวกันกับ Jansorn (2013) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) อิทธิพลจากสังคม (Social Influence) การรับรู้ทางเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) และความกังวล (Anxiety) ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยโดยสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้



รูปที่ 2.3 แสดง อิทธิพลของความคาดหวังเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Point of Sale

ที่มา: Delone & Mclean, 2004

P1: อิทธิพลของความคาดหวังเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Point of Sale จะถูกควบคุมโดยเทคโนโลยีความตระหนัก

ความสามารถของเทคโนโลยีคุณลักษณะการใช้ศัภยภาพค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ของตนเช่นความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจ ตามความหมายของความตระหนักและความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีการศึกษาในปัจจุบันได้กำหนดและใช้งานโครงสร้างดังกล่าวในฐานะ “ความไม่เท่าเทียมทางเทคโนโลยี” และกำหนดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ Point of Sale (POS)

Oliveira, Manoj, Goncalo, and Filipe (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การยอมรับ ความรู้ความเข้าใจและความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินทางมือถือ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ซึ่งได้สำรวจผ่านระบบออนไลน์กับประชาชนในประเทศโปรตุเกส ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เทคโนโลยีรักษาความปลอดภัย มีความคาดหวังในประสิทธิภาพของเทคโนโลยีและคิดว่า เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อสังคมโดยจะมีผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อม อีกทั้งมีการยอมรับเทคโนโลยี การชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือและมีความมั่นใจที่จะแนะนำเทคโนโลยีให้กับบุคคลอื่น

Faruq (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความมั่นใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงิน แบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไนจีเรีย ผลการศึกษา รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้พบว่ามี 4 ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมความมั่นใจที่จะใช้งานระบบ (Behavioral Intention) และการใช้งานระบบ (Use Behavior) คือ

#### 1) ปัจจัยด้านความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy)

Hsieh, Wu, and Hsu (2014) กล่าวว่า ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) เป็นความคิด ความเชื่อ ความต้องการ ความมุ่งหวังหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยี ซึ่งเป็นความเชื่อว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และ Neuendorf and Valdiseri (2016) รายงานว่า ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) คือ ความเชื่อแต่ละบุคคลว่าสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้กับผู้ใช้ เทคโนโลยีได้ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีความหมายคล้ายคลึงกับความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Huang (2015) รายงานว่า ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) เป็นหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อ



ความตั้งใจใช้งานเทคโนโลยี นอกจากนี้ Yu et al. (2013) รายงานว่า ความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy) เป็นปัจจัยสำคัญ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานใช้บัตรสมาร์ทการ์ดแทนการใช้จ่ายเงินสดของผู้ประกอบการใน ย่านท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ ประเทศไทยได้

## 2) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions)

สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือ อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีที่มีส่วนช่วยสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกให้การใช้งาน เทคโนโลยีเป็นไปด้วยความราบรื่น และ Neuendorf and Valdiseri (2016) รายงานว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คือ ความเชื่อของแต่ละบุคคลว่าโครงสร้างพื้นฐานที่องค์กรมีจะช่วยส่งเสริมหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดการใช้งานได้ โดยปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิด เช่นเดียวกันกับสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน

## 3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

อิทธิพลจากสังคม คือ ระดับความเข้าใจ ของแต่ละบุคคลที่เชื่อว่าบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อตนเองและเชื่อว่าตนเองต้องใช้เทคโนโลยีนั้น รวมถึงระดับของการใช้เทคโนโลยีที่จะช่วยส่งเสริมหรือเพิ่มประสิทธิภาพหรือสถานะภาพทางสังคม และ Neuendorf and Valdiseri (2016) อธิบายว่า อิทธิพลของสังคม คือ การรับรู้ของแต่ละบุคคลว่า กลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลได้ให้ความคาดหวัง หรือเชื่อว่าแต่ละบุคคลควรใช้เทคโนโลยี สารสนเทศใหม่ ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับอิทธิพลของสังคม

## 4) การรับรู้ทางเทคโนโลยี (Perceived Compatibility)

ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) คือ ระดับที่นวัตกรรมได้รับการมองว่าสอดคล้องกับเทคโนโลยีหรือการทำงานสอดคล้องกับค่านิยม ความต้องการและประสบการณ์ของผู้รับนวัตกรรม การรับนวัตกรรมซึ่งไม่นิยม เนื่องจากจะเป็นกระบวนการที่ช้ามาก เพราะผู้รับนวัตกรรมจะต้องเปลี่ยนแปลงค่านิยมของตนเองเสียก่อนจึงจะทำให้การยอมรับนวัตกรรมประสบความสำเร็จ และ Neuendorf and Valdiseri (2016) รายงานว่า ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี (Perceived Compatibility) คือ ความง่ายต่อการใช้งาน ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องหรือมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับความคาดหวังจากการใช้งาน (Performance Expectancy)

### 5) ความกังวล (Anxiety)

ความกังวลเป็นความรู้สึกวิตกกังวลในการใช้ เทคโนโลยีว่าเทคโนโลยีสามารถตอบสนองความต้องการได้ รวมถึงความวิตกกังวลถึงระดับความปลอดภัยของเทคโนโลยีที่ใช้งาน และ Neuendorf and Valdiseri (2016) รายงานว่า ความกังวล (Anxiety) คือ ความรู้สึกต่างๆ ซึ่งเป็นปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นเมื่อมีการแสดงพฤติกรรม เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ (SCT) นำมาใช้วัดระดับความรู้สึก (Feel) ความลังเลใจ (Hesitate) ความกลัว (Scares/intimidating) สอดคล้องกับผลการศึกษา Jansorn (2013) รายงานว่า ปัจจัยด้านความกังวล (Anxiety) ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และ Junadi (2015) รายงานว่า ความกังวล (Anxiety) รายงานว่า ความกังวล (Anxiety) ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอินโดนีเซีย

ทั้ง 5 ปัจจัยนี้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไนจีเรีย ที่มีปริมาณและมูลค่าของธุรกรรมเงินสดที่ไนจีเรียสูงและคาดว่าจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากไม่นำไปใช้ขั้นตอนการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ใหม่ของธนาคารกลางที่มีการให้บริการรับชำระมีรายงานว่าต่ำมาก นักวิจัยหลายคนได้ใช้ทฤษฎีการยอมรับทางเทคโนโลยีหลายรูปแบบในการตอบสนองปรากฏการณ์ที่คล้ายคลึงกัน แต่การศึกษาที่มีการแยกส่วนออกไป ดังนั้นทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร จึงได้รวมเอาทฤษฎีและรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยีเข้าสู่มุมมองแบบครบวงจร อย่างไรก็ตามการศึกษาล่าสุดที่ใช้ ทฤษฎีเอกภาพของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี และตรวจสอบความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดข้อขัดแย้งกัน ดังนั้นการศึกษานี้จึงพิจารณาว่าการรับรู้ด้านเทคโนโลยีช่วยลดความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังความคาดหวังความพยายามมีอิทธิพลต่อสังคัมการอำนวยความสะดวกด้านเงื่อนไขและความมั่นใจในการใช้บริการตามจุดชำระ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในประเทศไนจีเรียไม่ใช่ประเทศเดียวที่เกิดปัญหานี้ เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศไนจีเรียได้มีความกังวลเกี่ยวกับปริมาณและมูลค่าของเงินสดที่ไหลเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจซึ่งส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านการจัดการเงินสดสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเหตุการณ์นี้มีความเชื่อมโยงกับความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงกระบวนการชำระเงิน เนื่องจากมีการเกิดปัญหาทางธุรกิจ เช่นระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (EPS) ของรัฐบาลไนจีเรียผ่านธนาคารกลางไนจีเรีย (CBN) ได้ลงมือปฏิบัติเกี่ยวกับการปฏิวัตินโยบายการเงินที่รุนแรงซึ่งเรียกว่า "นโยบายเรื่องเงินสด" ซึ่งจะนำไปสู่กระบวนการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้รูปแบบต่างๆของระบบการชำระเงิน

อิเล็กทรอนิกส์ EPS เป็นวิธีการทำธุรกรรมทางการเงินเกิดขึ้นผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร หรือ ICT เพื่อโอนเงินจากผู้ชำระเงิน (ลูกค้า) ไปยังผู้รับเงิน (พ่อค้า) ผ่านเทคโนโลยีโดยไม่ต้องมาธนาคาร (Turban, Lee, King, Liang, & Turban, 2009)

## 2.4 ความคาดหวังประสิทธิภาพ

### 2.4.1 ความคาดหวังประสิทธิภาพ

ได้กำหนดว่า ในระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบนี้จะช่วยให้เขาบรรลุผลการปฏิบัติงานได้ (Venkatesh, Davis, & Morris, 2003, p.447) โครงสร้างที่คล้ายคลึงกับความคาดหวังในการปฏิบัติงานในแบบจำลองและทฤษฎีที่ผ่านมามีการรับรู้ประโยชน์ของ แบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี หรือ TAM ย่อมาจาก Technology Acceptance Model ความได้เปรียบในด้านเอกสารดิจิทัลความสามารถในการทำงานของ MPCU ความคาดหวังของผลลัพธ์และแรงจูงใจภายนอกในผลที่ได้คือชายที่มีอายุน้อยกว่า ที่น่าสนใจหลักฐานเชิงประจักษ์จากวรรณคดีที่ผ่านมายืนยันว่าอายุและเพศมีผลต่อการควบคุมที่สำคัญมากต่ออิทธิพลของความคาดหวังในการปฏิบัติต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

### 2.4.2 ความคาดหวัง Expectancy

ความสะดวกในการใช้ระบบ (Venkatesh et al., 2003, p.450) ได้มีการสร้างสามารถตรวจสอบได้ใน แบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี ตามการรับรู้การใช้เอกสารดิจิทัลที่มีความซับซ้อน อ้างอิงจาก Venkatesh et al. (2003) หลักฐานจากวรรณคดีที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของความพยายามในการคาดหวังเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีในกลุ่มแรงงานที่มีอายุมากกว่าและและเป็นเพศหญิงจึงตั้งสมมติฐานเพศอายุและประสบการณ์ในการลดความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง

อิทธิพลของความพยายามในการคาดหวังเกี่ยวกับการยอมรับทางพฤติกรรมมีความสอดคล้องกันในการศึกษาข้างต้น ได้ทำการศึกษาค้นคว้าที่คล้ายคลึงกันที่ไม่เห็นด้วยกับการค้นพบนี้ ตัวอย่างเช่น Sumak, Hericko, Pusnik, and Polancic (2011) ได้ทำการศึกษาเพื่อระบุตัวกำหนดของการยอมรับการเรียนรู้เสมือนจริงในสโลเวเนีย พบว่าพฤติกรรมยอมรับของนักเรียนในการรับ

การเรียนรู้ผ่านระบบอีเลิร์นนิ่งไม่ได้รับอิทธิพลจากความในการทำงาน ในทำนองเดียวกัน Cheng, Wang, Lin, and Jian (2011) ได้ตรวจสอบการยอมรับระบบบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ในหมู่พนักงานของบริษัท ชี้นำในได้หวั่น ผลการวิจัยไม่ต่างจาก ผลการวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการตามสถานที่ต่างๆ และการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศจีนและได้หวั่นตามลำดับ Sumak et al. (2011) พบว่ามีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านความพยายามในเรื่องเจตนาธรรมที่มีนัยสำคัญ

### 2.4.3. อิทธิพลทางสังคม

Venkatesh et al. (2003) ระบุว่า ระดับที่บุคคลเห็นว่าคนสำคัญอื่น ๆ เชื่อว่าควรใช้ระบบใหม่ (Venkatesh et al., 2003, p. 451) ที่ยังสามารถโยงไปถึง การใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลและเอกสารดิจิทัลเป็นปัจจัยทางสังคมและภาพลักษณ์ตามลำดับ ในทำนองเดียวกันอายุเพศประสบการณ์และความสนใจในการใช้งานถูกสร้างทฤษฎีเพื่อควบคุมอิทธิพลของอิทธิพลทางสังคมและเจตนาธรรมทางพฤติกรรมเนื่องจากวรรณคดีที่ผ่านมาได้พิสูจน์แล้วว่าผลที่ได้แข็งแกร่งขึ้นในสตรีและผู้ที่มีประสบการณ์ในสถานการณ์บังคับ (Venkatesh et al., 2003)

ตัวแปรมีการกำหนด ในระดับที่แต่ละคนเชื่อว่าองค์กรและโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคนิคมีอยู่เพื่อสนับสนุนการใช้ระบบ (Venkatesh et al., 2003, p.453) คล้ายกับเงื่อนไขการอำนวยความสะดวก ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจรในรูปแบบที่ผ่านมาและทฤษฎีการควบคุมการรับรู้ ความเข้ากันได้และเงื่อนไขการอำนวยความสะดวกของรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี ผลกระทบต่อการคาดหวังประสิทธิภาพการทำงานและความคาดหวังของความพยายามลดอิทธิพลของการอำนวยความสะดวกในเงื่อนไขเกี่ยวกับความตั้งใจในการกระทำ อย่างไรก็ตามหลักฐานเชิงประจักษ์พิสูจน์ว่าอิทธิพลของแรงงานที่มีอายุมากขึ้นมีความเข้มแข็งมากขึ้น (Venkatesh et al., 2003)

### 2.4.4 บริบทไนจีเรีย

Chiemeke and Ewwiepaefe (2011) อธิบายว่า การรับรู้ของผู้ใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลาย ๆ ชนิดเช่น จุดบริการที่มีระบบการใช้งานค่อนข้างยากและไม่แน่ใจถึงผลการปฏิบัติงาน ในทำนองเดียวกัน Biola and Dan (2012) อธิบายว่าพฤติกรรมของชาวไนจีเรียมักจะถูกควบคุม โดยการกระทำของผู้อื่นซึ่งพวกเขาให้ความสำคัญอย่างสูงเช่นเพื่อนพ่อแม่ผู้นำศาสนาบุคลากรกีฬา ครูและ

นักการเมืองและคนดัง พฤติกรรมของพวกเขายังมีปฏิริยาต่ออิทธิพลของโทรทัศน์วิทยุอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์และสื่อสิ่งพิมพ์

ดังนั้นจึงควรสรุปว่าความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงระบบการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสินค้าในไนจีเรียอาจเกี่ยวข้องกับการขาดโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอเพื่อสนับสนุนการใช้ระบบกลัวความไม่แน่นอนของการทำงานของระบบและความพยายามที่จำเป็นและ อิทธิพลของคนที่มีความสำคัญต่อผู้อื่น ดังนั้นจึงมีเหตุผลสำคัญที่จะสร้างทฤษฎีว่าทฤษฎีเอกภาพของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร โครงสร้าง ความคาดหวังประสิทธิภาพ ความพยายามในการมีอิทธิพลต่อสังคมและเงื่อนไขในการอำนวยความสะดวกเกี่ยวข้องกับบริบทของประเทศไนจีเรียดังนั้นการศึกษารุ่นนี้จึงได้พิจารณาว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทดังกล่าว



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีขั้นตอนและรายละเอียดในการศึกษาวิจัยแบ่งเป็น ดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษารับการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินมุมมองทางด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและปัจจัยที่สำคัญ

#### 3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากรที่นำมาศึกษาในงานครั้งนี้

ประชากรสำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้ คือ คือกลุ่มสมาชิก หน่วยงานทั้งหมดที่มีคุณสมบัติอยู่ในขอบเขตผู้วิจัยได้สนใจที่จะศึกษา โดยทั้งนี้กลุ่มประชากรอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในงานวิจัยเรื่อง การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล มีการกำหนดกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาซึ่ง ผู้บริโภคที่เคยทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน หรือไม่เคยทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินก็ได้

##### 3.1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือ กลุ่มสมาชิกย่อยๆภายในกลุ่มประชากรที่มี คุณสมบัติอยู่ในขอบเขตที่สามารถทำการศึกษาและตอบ โจทย์งานวิจัย โดยถือว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นตัวแทนที่มี

คุณลักษณะที่สามารถครอบคลุมกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ครบถ้วน ซึ่งผลจากการศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 820 คนจากจำนวนประชากรทั้งหมด

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อนำมาสร้างและพัฒนาข้อคำถามของแบบสอบถามออนไลน์ให้สอดคล้องตามกรอบของงานวิจัยนี้และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ครบถ้วนสมบูรณ์

#### 3.2.1 ออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire Design)

การดำเนินการออกแบบแบบสอบถาม โดยจัดทำตารางพัฒนาข้อคำถามโดยดึงจากปัจจัยจาก Research Model หลังจากนั้นทำการประเมินข้อคำถาม เพื่อนำมาจัดทำเป็นแบบสอบถาม และเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม จึงนำแบบสอบถามไปทดสอบความเข้าใจในการตอบแบบสอบถามกับกลุ่มทดสอบ (Pilot Test) จำนวน 30 คน ก่อนนำไปใช้ในการสอบถามเก็บข้อมูลงานวิจัยต่อไป โดยวิเคราะห์ค่า ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990, p. 204) แบบสอบแต่ละชุดมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.70 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม เป็นการตรวจรายการ (Check List) โดยให้ระบุข้อมูล เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลระบบนิเวศน์เป็นเทคโนโลยีทางการเงิน เช่น ด้านความถี่ในการใช้งานด้านการใช้อุปกรณ์ ด้านเหตุผลในการทำธุรกรรม ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านปัญหาและอุปสรรค ด้านธุรกรรมในอนาคต ด้านการสนับสนุนและด้านบริการ

ส่วนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีการเงิน เช่น ด้านความเชื่อมั่น ด้านแนวโน้ม และ ความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัย

### 3.2.2 การให้คะแนนตัวแปร

งานวิจัยในครั้งนี้ การให้บริการการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินชุดของคำถามในส่วนนี้เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert (วิสวะ การระเกตุ, 2559) เป็นมาตรารัดที่ให้เลือกคำตอบ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยลักษณะของข้อมูลเป็นสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นมาก	มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นปานกลาง	มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นน้อย	มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นที่มีความสำคัญต่อปัจจัยนั้นน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

โดยเกณฑ์การประเมินผลในแต่ละอัตราภาคชั้น (Class Interval) สามารถใช้ สูตรการคำนวณความกว้างของช่วงแต่ละชั้นได้ดังต่อไปนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นคะแนน}}$$

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ดังนั้นความกว้างของอันตรภาคชั้น เท่ากับ 0.8 นำมาจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและ เกณฑ์โดยมีความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยนั้นมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยนั้นมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยนั้นปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยนั้นน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.01 – 1.80 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยนั้นน้อยที่สุด



### 3.3 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่องการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลมีขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้รวบรวมจากการแจก แบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินเป็นกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการ ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 3.3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการแสดง ลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม และนำเสนอรายละเอียด ของข้อมูลเหล่านี้เพื่อเป็นการอธิบายค่าของข้อมูล โดยนำเสนอในรูปแบบดังนี้ ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

- 2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95) โดยใช้การทดสอบ Two way ANCOVA: Analysis of Covariance (มนตรี พิริยะกุล, 2555) ในการทดสอบสมมติฐานแล้วนำคะแนนการทดสอบก่อน (Pre-test) มาเป็นตัวแปรร่วม (Covariate) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยมีสูตรดังนี้

$$y_{ij} = \mu_y + \alpha_j + \beta_w(x_{ij} - \mu_x) + \epsilon_{ij}; j = 1, 2, \dots, n$$

นั่นคือ

$$y_{ij} - \beta_w(x_{ij} - \mu_x) = \mu_y + \alpha_j + \epsilon_{ij}; j = 1, 2, \dots, n$$

$$\begin{aligned} \text{หรือ} \quad & \bar{y}_j = \mu_y + \alpha_j + \beta_w(\bar{x}_j - \bar{x}) + \bar{e}; j=1,2,\dots,n \\ \text{นั่นคือ} \quad & \bar{y}_j = \beta_w(\bar{x}_j - \bar{x}) + \mu_y + \alpha_j + \bar{e}; j=1,2,\dots,n \end{aligned}$$

เมื่อ	$y_{ij}$	แทน	ค่าที่ $i$ ของ $y$ ในกลุ่มที่ $j$
	$x_{ij}$	แทน	ค่าที่ $i$ ของ $x$ ในกลุ่มที่ $j$
	$\mu_y$	แทน	ค่าเฉลี่ยรวมของ $y$
	$\mu_x$	แทน	ค่าเฉลี่ยรวมของ $x$
	$\beta_w$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของสมการในกลุ่มที่ $j$
	$\alpha_j$	แทน	อิทธิพลของ Treatment ที่ $j$ ที่มีต่อ $y$
	$\alpha_j$	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ANCOVA มีดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมเป็นตัวแปรควบคุม (Controlled Variable หรือ Covariate) และตัวแปรตามมีค่าแตกต่างกันตามตัวแปรอิสระ (ตัวแปรอิสระจะเป็นตัวแปรกลุ่ม) ทั้งนี้เพื่อให้ผลการศึกษของเราเทียบได้กับการศึกษาในอดีตหรือในบริบทอื่น

2) ตรวจสอบข้อตกลงเรื่อง Stability of Variance และ Normality หากขัดแย้งให้แปลงข้อมูลโดยอาศัย Log Transformation หรือ Box-Cox Transformation

3) วิเคราะห์สมการถดถอยระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรควบคุมแล้วทดสอบว่าตัวแปรควบคุมในภาพรวม (ยังไม่แยกตามกลุ่มตัวแปรอิสระ) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหรือไม่

4) วิเคราะห์สมการถดถอยระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรควบคุมแยกตามกลุ่มของตัวแปรอิสระ (นี่คือ Interaction ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรควบคุม) แล้วทดสอบว่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของกลุ่มต่าง ๆ เหล่านั้นต่างกัน หรือไม่หากพบว่าต่างกันก็ไม่ให้นำตัวแปรควบคุม ตัวนั้นมาร่วมวิเคราะห์เพราะหากนำอิทธิพลของตัวแปรร่วมมาหักออกจากค่าของตัวแปรตามจะไม่เกิดความเป็นธรรมเพราะหักมากน้อยไม่เท่ากัน

5) หักอิทธิพลของตัวแปรร่วมออกจากค่าของตัวแปรตามแล้วเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยในระหว่างกลุ่ม

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาเครื่องมือ เก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมา โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางที่ประกอบการบรรยาย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยควบคุมตัวแปรอื่นที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (ANCOVA)

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งของงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งได้กำหนดกรอบแนวคิดของลักษณะทางประชากรศาสตร์รวม 5 ด้าน คือ เพศ การศึกษา อายุ อาชีพและรายได้ และด้านระบบนิเวศทางการเงิน

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	289	35.2
หญิง	531	64.8
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็นเพศหญิง จำนวน 531 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 และเพศชาย จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุต่ำกว่า 20 ปี	283	34.5
อายุ 21-30 ปี	434	52.9
อายุ 31-40 ปี	62	7.6
อายุ 41 ถึง 50 ปี	22	2.7
อายุ 51 ปีขึ้นไป	19	2.3
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก อายุ 21-30 ปี จำนวน 434 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมา อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และน้อยสุดอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	43	5.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	1.7
พนักงานบริษัท เอกชน	122	14.9

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ  
(ต่อ)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
กิจการส่วนตัว	67	8.2
นักศึกษา	549	67.0
อื่น ๆ	25	3.0
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก เป็น นักศึกษา จำนวน 549 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมา พนักงานบริษัท เอกชน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9 และน้อยสุด พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าป.ตรี	185	22.6
ป. ตรีหรือเทียบเท่า	586	71.5
สูงกว่าป. ตรี	49	6.0
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีระดับ ป. ตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 586 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมา ต่ำกว่าป.ตรี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 และน้อยสุด คือสูงกว่า ป. ตรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	357	43.5
10,000 - 20,000 บาท	288	35.1
20,001 - 30,000 บาท	83	10.1
30,001 - 40,000 บาท	36	4.4
มากกว่า 40,001 ขึ้นไป	56	6.8
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 357 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา 10,000 - 20,000 บาท จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 และน้อยสุดมีรายได้มากกว่า 40,001 ขึ้นไปจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

ความถี่ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	97	11.8
1-5 ครั้ง/สัปดาห์	359	43.8
2 สัปดาห์/ครั้ง	101	12.3
เดือนละครั้ง	27	3.3
แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน	236	28.8
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการทำธุรกรรมทางการเงินส่วนมาก 1-5 ครั้ง/สัปดาห์จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอนจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 และน้อยสุด เดือนละครั้งจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอุปกรณ์ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

อุปกรณ์ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์	185	18.4%
โทรศัพท์	820	81.6%
รวม (เลือกได้หลายคำตอบ)	1005	100.0%

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้อุปกรณ์ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน ส่วนมาก โทรศัพท์ จำนวน 820 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6% และน้อยสุดคอมพิวเตอร์ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4%

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

เหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
รวดเร็ว	240	29.3
ความสะดวกด้านเวลา (บริการ24ชม.)	399	48.7
ด้านการใช้งานได้ทุกสถานที่	146	17.8
มั่นใจในระบบความปลอดภัย	35	4.3
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้งานมีเหตุผลในการใช้งาน ความสะดวกด้านเวลา (บริการ24ชม.) จำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมา ใช้งานรวดเร็ว จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ด้านการใช้งานได้ทุกสถานที่ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 มั่นใจในระบบความปลอดภัย จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องทางการรับรู้ข่าวสาร

ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่าน ทิว วิทยุ และหนังสือพิมพ์	194	23.7
สื่อออนไลน์	293	35.7
พนักงานธนาคาร บุคคลรอบข้างแนะนำ/เพื่อน	330	40.2
อื่น ๆ:	3	.4
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามทราบการให้บริการส่วนใหญ่ผ่านพนักงานธนาคาร บุคคลรอบข้างแนะนำ/เพื่อน ซึ่งมีจำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาผ่านสื่อออนไลน์จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 และ โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ ผ่าน ทิว วิทยุ และหนังสือพิมพ์จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

ปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ระบบขัดข้อง	435	53.0
ไม่เข้าใจในระบบ	167	20.4
เสียค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ต	208	25.4
อื่น ๆ	10	1.2
รวม	820	100.0



จากตารางที่ 4.10 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาหรืออุปสรรคส่วนใหญ่ ระบบขัดข้อง ซึ่งมีจำนวน 435 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา เสียค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ต จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และ ไม่เข้าใจในระบบ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเห็น ไทยแลนด์ 4.0 เป็นการสนับสนุนให้การใช้เทคโนโลยี

วัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรม	จำนวน	ร้อยละ
บริการด้านบัญชี	200	11.5%
บริการโอนเงิน	673	38.6%
บริการชำระค่าสินค้า	475	27.3%
บริการด้านเช็คและบัตร	190	10.9%
บริการด้านกองทุน	110	6.3%
บริการด้านหลักทรัพย์	95	5.5%
รวม (ตอบได้หลายข้อ)	1743	100.0%

จากตารางที่ 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรม ส่วนใหญ่ บริการโอนเงินซึ่งมีจำนวน 673 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6% รองลงมา บริการชำระค่าสินค้า จำนวน 475 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ ไม่เข้าใจในระบบ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (ค่าเฉลี่ยs) เพื่อให้ทราบระดับความคิดเห็นของประชากรในงานวิจัย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงการกระจายของข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพ  
ข้อมูล

ระบบนิเวศน์เป็นเทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. การใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E – Banking)	820	2.93	1.447	มาก
2. เหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	820	1.97	.801	น้อย
3. การรับรู้การให้บริการการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	820	2.17	.790	น้อย
4. ปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยี	820	1.75	.884	น้อยที่สุด
รวม		1.87	0.80	

จากตารางที่ 4.12 พบว่าระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพข้อมูลด้านการใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X} = 1.87$ , S.D.= 0.80) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากคือการใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E – Banking) ( $\bar{X} = 2.93$ , S.D.= 1.447 ),ระดับน้อยเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน ( $\bar{X} = 1.97$ , S.D.= 0.801) และการรับรู้การให้บริการการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน ( $\bar{X} = 2.14$ , S.D.= 0.79),และสุดท้ายน้อยที่สุด ปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยี( $\bar{X} = 1.75$ , S.D.= 0.884 )

ตารางที่ 4.13 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์

ความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์	ความถี่	ร้อยละ
มั่นใจ	359	43.8
ไม่มั่นใจ	327	39.9
ไม่แน่ใจ	134	16.3
รวม	820	100

จากตารางที่ 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ ส่วนใหญ่ มั่นใจ ซึ่งมีจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และไม่มั่นใจ จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 และสุดท้าย ไม่แน่ใจ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ตามลำดับ

เหตุผลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความไม่มั่นใจในระบบ 327 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 โดยให้เหตุผลระบบขัดข้อง

ตารางที่ 4.14 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินในอนาคต

อนาคต	ความถี่	ร้อยละ
ใช้มากขึ้น	378	46.1
ใช้ลดลง	404	49.3
ใช้เท่าเดิม	38	4.6
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถาม การทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินในอนาคต ส่วนใหญ่ ใช้มากขึ้น ซึ่งมีจำนวน 378 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 และ ใช้ลดลง จำนวน 404 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 และสุดท้าย ใช้เท่าเดิมจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงิน

ความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงิน	ความถี่	ร้อยละ
เชื่อมั่น	423	51.6
ไม่เชื่อมั่น	102	12.4
ไม่แน่ใจ	295	36.0
รวม	820	100

จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงินส่วนใหญ่ เชื่อมั่น ซึ่งมีจำนวน 423 คน คิดเป็นร้อยละ 51.6 และ ไม่เชื่อมั่น จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 และสุดท้าย ไม่แน่ใจมีจำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแนวโน้มจะใช้ E-Money

แนวโน้มจะใช้ E-Money	ความถี่	ร้อยละ
ใช้มากขึ้น	704	85.9
ใช้ลดลง	13	1.6
ใช้เท่าเดิม	103	12.5
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถาม มีแนวโน้มจะใช้ E-Money ส่วนใหญ่ ใช้มากขึ้น ซึ่งมีจำนวน 704 คน คิดเป็นร้อยละ 85.9 และ ใช้ลดลง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และสุดท้าย ใช้เท่าเดิมจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวน และค่าร้อยละ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามนโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 จะเป็นการสนับสนุนให้การใช้  
เทคโนโลยีทางการเงิน

นโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 จะเป็นการ สนับสนุนให้การใช้เทคโนโลยีทางการเงิน	ความถี่	ร้อยละ
ใช้มากขึ้น	638	77.8
ใช้ลดลง	21	2.6
ใช้เท่าเดิม	161	19.6
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถาม นโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 จะเป็นการ  
สนับสนุนให้การใช้เทคโนโลยีทางการเงินส่วนใหญ่ ใช้มากขึ้น ซึ่งมีจำนวน 638 คน คิดเป็นร้อยละ  
77.8 และ ใช้ลดลง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 สุดท้าย ใช้เท่าเดิมจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 19.6 ตามลำดับ

โดยนำตารางที่ 4.15, 4.16, 4.17, 4.18 และ 4.19 มาสู่ขบวนการยอมรับในการทำธุรกรรม  
ผ่านเทคโนโลยีทางการเงินดังตารางที่ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18.แสดงการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

การยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทาง การเงิน	ความถี่	ร้อยละ
ไม่ยอมรับ	225	27.4
ยอมรับ	595	72.6
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.18.พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทาง  
การเงินจำนวน 595 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 และไม่ยอมรับ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4

ตารางที่นี้ได้กำหนดผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตอบเหตุผลในการทำธุรกรรมทางการเงิน มั่นใจหรือไม่แน่ใจจัดอยู่ในกลุ่มการยอมรับซึ่งกำหนดค่าเป็น 1 ถ้าตอบว่าไม่มั่นใจ แต่ถ้าตอบว่าไม่เชื่อมั่นหรือไม่ใช้บริการจะถือว่าไม่ยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินซึ่งกำหนดค่าเป็น 0 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินให้เหตุผลว่าไม่มั่นใจในระบบความปลอดภัย

## 4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

### 4.2.1 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยการยอมรับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน จำแนกตาม ช่วงอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	N
อายุต่ำกว่า 20 ปี	.7668	.42363	283
อายุ 21-30 ปี	.7350	.44183	434
อายุ 31-40 ปี	.4839	.50382	62
อายุ 41 ถึง 50 ปี	.8182	.39477	22
อายุ 51 ปีขึ้นไป	.5789	.50726	19
รวม	.7256	.44648	820

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี ค่าเฉลี่ยการยอมรับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินในช่วงอายุ 41 ถึง 50 ปีมีค่าเฉลี่ยที่ 0.8182 รองลงมา ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 0.7668 และสุดท้าย อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 0.4839 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ทดสอบค่าความแปรปรวน ของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

Levene's Test of Equality of Error Variances <sup>a</sup>			
F	df1	df2	Sig.
8.253	4	815	.000

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + age

จากตารางที่ 4.20 พบว่าความแปรปรวนของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตาม ข้อสมมติทางทฤษฎีที่ว่าความแปรปรวนต้องเท่ากัน

ตารางที่ 4.21 ทดสอบค่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระด้านประชากรศาสตร์ที่มีต่อการยอมรับทางเทคโนโลยีทางการเงิน (Tests of Between-Subjects Effects)

Source	Type III Sum of Squares	df	ค่าเฉลี่ย Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	4.739 <sup>a</sup>	4	1.185	6.091	.000	.029
Intercept	95.320	1	95.320	490.056	.000	.376
อายุ	4.739	4	1.185	6.091	.000	.029
Error	158.524	815	.195			
รวม	595.000	820				
Corrected รวม	163.262	819				

a. R Squared = .029 (Adjusted R Squared = .024)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ด้านตัวแปรอายุ มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .029

ในช่วงอายุมีความแตกต่างกันเนื่องจากขาดทักษะการใช้งาน ใช้ไม่เป็น ไม่สะดวกในการใช้งาน

#### 4.2.2 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านระบบนิเวศทางการเงินที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

ตารางที่ 4.22 การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน จำแนกตามเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

เหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	N
รวดเร็ว	.8042	.39767	240
ความสะดวกด้านเวลา (บริการ24ชม.)	.6892	.46339	399
ด้านการใช้งานได้ทุกสถานที่	.6918	.46335	146
มั่นใจในระบบความปลอดภัย	.7429	.44344	35
รวม	.7256	.44648	820

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี ค่าเฉลี่ยการยอมรับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน โดยค่าเฉลี่ยด้านความรวดเร็วสูงที่สุดคือ 0.8042 รองลงมาคือ ความมั่นใจในระบบความปลอดภัย เท่ากับ 0.7429 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ทดสอบค่าความแปรปรวน ของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน

Levene's Test of Equality of Error Variances <sup>a</sup>			
F	df1	df2	Sig.
17.878	3	816	.000

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + a3

จากตารางที่ 4.23 พบว่าความแปรปรวนของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อสมมติทางทฤษฎีที่ว่าความแปรปรวนต้องเท่ากัน



ตารางที่ 4.24 ทดสอบค่าอิทธิพลของตัวแปรอิสระด้านระบบนิเวศทางการเงินที่มีต่อการยอมรับทางเทคโนโลยีทางการเงิน (Tests of Between-Subjects Effects)

Source	Type III Sum of Squares	df	ค่าเฉลี่ย Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	2.187 <sup>a</sup>	3	.729	3.693	.012	.013
Intercept	203.673	1	203.673	1.032E3	.000	.558
เหตุผลในการทำธุรกรรม						
ผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน	2.187	3	.729	3.693	.012	.013
Error	161.075	816	.197			
รวม	595.000	820				
Corrected รวม	163.262	819				

a. R Squared = .013 (Adjusted R Squared = .010)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ด้านตัวแปรเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.013

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามโดยวิธีออนไลน์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมา ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยี หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยควบคุมตัวแปรอื่นที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามโดยใช้ (ANCOVA)

#### 5.1 สรุปผล

การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้อาศัยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นวัตถุประสงค์หนึ่งของงานวิจัยครั้งนี้ซึ่งพบว่าการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินจำนวน 595 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 และไม่ยอมรับ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 โดยเหตุผลที่ยอมรับ มีเหตุผลในการใช้งาน ความสะดวกด้านเวลา (บริการ24ชม.) จำนวน 399 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 รองลงมา ใช้งานรวดเร็ว จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินพบว่า อายุมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .029 โดยค่าเฉลี่ยการยอมรับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินในช่วงอายุ 41 ถึง 50 ปีมีค่าเฉลี่ยที่ สูงที่สุด คือ 0.8182 รองลงมา ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 0.7668 และสุดท้าย อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 0.4839 ตามลำดับ การทดสอบสมมติฐานด้านระบบนิเวศทางการเงินที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินพบว่าตัวแปรเหตุผลในการทำธุรกรรม มีอิทธิพลต่อการยอมรับ

เทคโนโลยีทางการเงินอย่ามีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.013 โดยค่าเฉลี่ยด้านความรวดเร็วสูงที่สุดคือ 0.8042 รองลงมาคือ ความมั่นใจในระบบความปลอดภัย เท่ากับ 0.7429

## 5.2 อภิปรายผล

สำหรับแบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model:TAM) เพื่อสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจ ในวิธีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆของแต่ละบุคคล ได้ชัดเจน ได้ ซึ่ง สอดคล้องกับ ศศิพร เหมือนศรีชัย (2555) ได้ให้คำนิยามของการยอมรับเทคโนโลยีว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้งานและอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีจากการที่ได้ใช้เทคโนโลยีทำให้เกิดประสบการณ์ความรู้ทักษะและความต้องการใช้งานเทคโนโลยี นอกจากนั้น Hart, Nwibere, and Inyang (2015) ยังเพิ่มเติมว่าการยอมรับเทคโนโลยี ยังหมายถึง ทักษะ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง เพื่อให้เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสอดคล้องกับตัวแปรเหตุผลในการทำธุรกรรม มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินที่พบในการวิจัยนี้ ความรวดเร็ว ความสะดวกด้านเวลา (บริการ 24 ชม.) จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคล นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ ความรู้ และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม

ศึกษาด้านปัจจัยส่วนบุคคล อรทัย เลื่อนวัน (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ พบว่าลักษณะความแตกต่างกันของรายได้มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย และกาญจนา สุคันธศิริกุล (2557) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่ม Gen Y โดยปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้มีผลต่อการรับทั้งการรับรู้และการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิตินอกจากนั้น และยังพบว่าปัจจัยบุคคลมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่แตกต่างกันตามลักษณะเพศ ซึ่งสอดคล้องกับ บัญชรรัตน์ ทองหอม (2548) ซึ่งพบว่าปัจจัยด้านเพศมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ ซึ่งแตกต่างจากการวิจัยนี้ที่พบว่าอายุตัวเดี่ยวนั้นที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิธีการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ทำให้ได้กลุ่มอายุน้อยและมีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีมากกว่าคนสูงวัย จึงทำให้ปัจจัยที่พบมีความแตกต่างกัน

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื่องจากการพบว่า ช่วงอายุ และเหตุผลด้านความสะดวกและความรวดเร็วในการให้บริการรวมถึงความเชื่อมั่น มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ดังนั้นรัฐบาลควรดำเนินการดังนี้

- 1) ควรมีการควบคุมดูแล ระบบข้อมูลความปลอดภัยของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด โดยตระหนักถึงมาตรการป้องกันของความปลอดภัยให้มีมาตรฐานในระดับดี
- 2) ควรมีการทดสอบ การใช้งาน ขั้นตอนต่างๆ ให้สะดวกและเข้าใจง่าย อันจะทำให้กลุ่มผู้ใช้ที่ไม่คุ้นกับการใช้งานเทคโนโลยีสามารถใช้งานได้สะดวกมากขึ้น

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

จากแบบสอบถาม ปัจจัยประชากรศาสตร์และระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยี ทำให้การวิจัยนี้ยังไม่ได้ลงลึกไปในบางด้าน

- 1) ปัจจัยที่ควรศึกษา เช่นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการใช้โซเชียลมีเดีย เพื่อให้เห็นภาพของปัจจัยแวดล้อมทางสังคมและการสื่อสาร อันจะส่งผลต่อการยอมรับและการใช้งานจริงในที่สุด
- 2) การศึกษาเชิงลึกถึงปัญหาและอุปสรรค ในการใช้งานก็อาจพบประเด็นใหม่ๆ ที่อาจทำให้การยอมรับมากขึ้นอีกก็เป็นได้

## บรรณานุกรม

- กุลปรีชา นกดี, และนิตนา ฐานิตชนกร. (2559, มิถุนายน). *การยอมรับเทคโนโลยี GPS Tracking ของบริษัทพี.ที. ทรานส์เอ็กซ์เพรส จำกัด. การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชีย* อาคเนย์ 2559 ครั้งที่ 3, นนทบุรี.
- จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย, และกาญจนา สุคันธสิริกุล. (2557). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. *Suranaree J. Soc.Sci.*, 8(1), 37-54.
- จีเอเบิล. (2561). *FinTech ความท้าทายโลกบริการทางการเงินยุคใหม่*. สืบค้นจาก <https://www.g-able.com/digital-review/fintech-ความท้าทายโลกบริการ/>
- เจษฎา สุขทิศ. (2560, 4 เมษายน). *FinTech คืออะไร. กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/640829>
- เจษฎา สุขทิศ. (2561, 28 พฤศจิกายน). *พรบ.ฟินเทค การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมการเงินไทย. กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/643227>
- ชลเดช เขมะรัตนา. (2559, 4 มีนาคม). *ยุคทองของ Startup ยุคทองของ FinTech. moneychannel*. สืบค้นจาก [http://www.moneychannel.co.th/columnist\\_blog\\_detail/114](http://www.moneychannel.co.th/columnist_blog_detail/114)
- ชุตินันท์ นาคะเลิศกวี. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับในการใช้งาน e-service เพื่อชำระค่าบริการของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ AIS ในกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *รายงานธุรกรรมการชำระเงิน ประจำไตรมาส 2 ปี 2560*. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2\\_2560.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2_2560.pdf)
- ธนาภา หิมารัตน์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินบริษัท ธนาการพาณิชย์* (Master's thesis). สืบค้นจาก [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU\\_2016\\_5723030200\\_3435\\_3774.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5723030200_3435_3774.pdf)
- บัญญัติรัตน์ ทองหอม. (2548). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (2559). สถาบันการเงินในยุคดิจิทัล. สืบค้นจาก [https://www.gsb.or.th/getattachment/8d7a5d95-b808-49b4-a871-7f985f1f7d38/2IN\\_hotissue\\_Digital\\_bank\\_detail.aspx](https://www.gsb.or.th/getattachment/8d7a5d95-b808-49b4-a871-7f985f1f7d38/2IN_hotissue_Digital_bank_detail.aspx)
- พรชนก พลาบุลย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- มนตรี พิริยะกุล. (2555). Analysis of Covariance (ANCOVA). *วารสารรามคำแหง*, 29 (1), 80-92.
- เยาวพา ชูประภารรณ. (2547). การยอมรับนวัตกรรมใหม่. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (*The Theory of Consumer Behavior*). สืบค้นจาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>
- ลีนา ซานี. (2559). ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (*Internet Banking*). สืบค้นจาก <https://dissertblog.wordpress.com/2016/11/17/ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์-internet-banking/>
- วิษวะ การะเกตุ. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน: กรณีศึกษาการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ บริบท Startup financial technology (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- วิรัชญา สมเลข. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Payment (MPs) ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครกรณีศึกษาการชำระเงินค่าบัตรชม (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- วอนชนก ไชยสุนทร. (2558). การยอมรับการใช้งานของระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (Unpublished Independent Study). วิทยาลัยการบริหารและจัดการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงินธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561ก). เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money). สืบค้นจาก <https://www.1213.or.th/th/serviceunderbot/payment/Pages/e-money.aspx>
- ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงินธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561ข). สถาบันการเงินภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.1213.or.th/th/aboutfcc/finservices/Pages/FinUnderBOT.aspx>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศศิพร เหมือนศรีชัย. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ ERP Software ของผู้ใช้งานด้านบัญชี* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สืบพงษ์ ปัทมโยธิน. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการยื่นแบบแสดงรายการและชำระ ภาษีออนไลน์ (E-Filing) สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)* (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สรารุช ควชะกุล. (2557). *ความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร*. สืบค้นจาก [http://thaiejournal.com/journal/2557\\_volumes2/27.pdf](http://thaiejournal.com/journal/2557_volumes2/27.pdf)
- สฤณี อาชวานันทกุล. (2560). *การเติบโตของ Fintech กับโอกาสการสร้างเศรษฐกิจที่พัฒนาอย่างทั่วถึง*. สืบค้นจาก <http://www.salforest.com/knowledge/fintech-financial-inclusion>
- สำนักมาตรฐาน. (2555). *E-BANKING คืออะไร?* สืบค้นจาก <https://standard.etda.or.th/?p=219>
- เสาวณิต อุดมเวชสกุล. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- แสนพันธ์ สุวรรณโณ. (2557). *ปัจจัยที่นำไปสู่การยอมรับและซื้อสินค้าผ่าน Social Commerce กรณีศึกษา Facebook* (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อัครเดช ปิ่นสุข. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-Satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในจังหวัด กรุงเทพมหานคร* (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- อัครเดช ปิ่นสุข, และนิตนา ฐานิตชนกร. (2559, มิถุนายน). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ให้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การประชุมวิชาการระดับชาติ สหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2559 ครั้งที่3, นนทบุรี.
- อรทัย เลื่อนวัน. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ กรณีศึกษาศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Accenture. (2014). *The Future of FinTech and Banking: Digitally disrupted or reimagined?*.  
Retrieve from <https://capitalmarketsblog.accenture.com/wp-content/uploads/2015/04/Accenture-The-Future-of-Fintech-and-Banking.pdf>
- Ahmad, S. B. H., & Ramstetter, E. D. (2012). *Do Multinationals Use Water and Energy Relatively Efficiently in Malaysian Manufacturing? Additional Evidence for the Early 21<sup>st</sup> Century*. Retrieve from [http://www.agi.or.jp/user04/923\\_214.pdf](http://www.agi.or.jp/user04/923_214.pdf)
- Biola, K., & Dan, O. (2012). *Research Shows Friends are No.1 Influence on Nigerian Youths, as Airtel Repositions as Friendship Network*. Retrieved from [www.brandworknigeria.com](http://www.brandworknigeria.com)
- Cao, L. (2016, April 22). Weekend Reads for Global Investors: Fintech and the Munger Operating System [Web log message]. Retrieve from <https://blogs.cfainstitute.org/investor/2016/04/22/weekend-reads-for-global-investors-fintech-and-the-munger-operating-system/>
- Cheng, S. N., Wang, T. B., Lin, T. W., & Jian, C.H. (2011). The construction of Taiwan earthquake catalogs (II). *Central Wea. Bureau Tech. Report*, 57, 483-501.
- Chiemeke, S. C., & Ewwiepaefe, A. E. (2011). A Conceptual Framework of Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model with Nigerian factors in E-Commerce Adoption. *Educational Research*, 2(12), 1719-1726.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5<sup>th</sup> ed.). New York : Harper Collins Publishers.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319 - 340.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2004). Measuring e-Commerce Success: Applying the DeLone & McLean Information Systems Success Model. *International Journal of Electronic Commerce*, 9(1), 31-47.
- Faruq, M.A. (2016). The moderating effect of technology awareness on the relationship between UTAUT constructs and behavioral intention to use technology. *Australian Journal of Business and Management Research*, 3, 14-23.

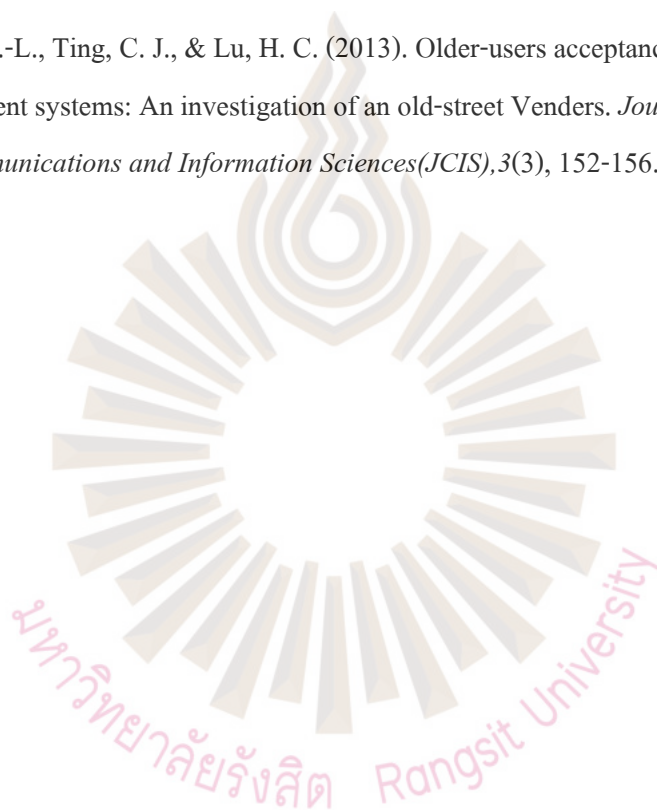


## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Hart, A. O., Nwibere, B. M., & Inyang, B. J. (2015). The uptake of electronic commerce by SMEs: A meta the oretical framework expanding the determining constructs of TAM and TOE frameworks. *Journal of Global Business Technology*, 6(1), 1-27.
- Hsieh, C.-H., Wu, C.-G., & Hsu, C.-P. (2014, July). *Convergence or divergence: A comparison of acceptance and use of technology for smart phones and tablets*. PICMET '14 Conference, Japan.
- Huang, N. (2015). *A study of online virtual fitting room adoption based on UTAUT*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/307090261\\_A\\_study\\_on\\_consumer\\_acceptance\\_of\\_online\\_pharmacies\\_in\\_China](https://www.researchgate.net/publication/307090261_A_study_on_consumer_acceptance_of_online_pharmacies_in_China).
- Jansorn, T. (2013, September). *Study of acceptance factors for electronic payment services*. ISS & MLB Conference 2013, Japan.
- Junadi. (2015). A model of factors influencing consumer's intention to use e-payment system in Indonesia. *Procedia computer science*, 59, 214-220.
- Kantox. (2016). *Kantox Dynamic Hedging, a game-changer for currency management*. Retrieved from [https://www.kantox.com/wp-content/uploads/2016/09/PressRelease\\_DH\\_Corporate\\_EN.pdf](https://www.kantox.com/wp-content/uploads/2016/09/PressRelease_DH_Corporate_EN.pdf)
- Lin, F., Seedy, S.F., & Deron, L. (2011). Assessing citizen adoption of e-Government initiatives in Gambia: A validation of the technology acceptance model in information systems success. *Government Information Quarterly*, 28, 271–279.
- Neuendorf, Y., & Valdiseri, A. (2016). Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model. *Internet Research*, 14(3), 224-235.
- Oliveira, T., Manoj, T., Goncalo, B., & Filipe, C. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Sumak, B., Hericko, M., Pusnik, M., & Polancic, G. (2011). Factors affecting acceptance and use of Moodle: An empirical study based on TAM. *Informatica*, 35, 91-100.
- Turban, E., Lee, J. K., King, D., Liang, T. P., & Turban, D. (2009). *Electronic Commerce 2010*. (6<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- Venkatesh, V., Davis, G.B., & Morris, M.G. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Yin, C., & Shi, L. (2015, October). *An empirical study on users' online payment behavior of tourism website*. 2015 IEEE 12th International on e-Business Engineering (ICEBE), China.
- Yu, S.-C., Fu, F.-L., Ting, C. J., & Lu, H. C. (2013). Older-users acceptance of smart card payment systems: An investigation of an old-street Venders. *Journal of Communications and Information Sciences(JCIS)*,3(3), 152-156.







## แบบสอบถาม

การศึกษาการยอมรับธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพและ  
ปริมณฑล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ลงบนในช่องว่างที่ข้อความ เป็นจริงมากที่สุด

ท่านรู้จักการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตหรือไม่

รู้จัก  ไม่รู้จัก ยุติการตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

ชาย  หญิง

2.อายุ

อายุต่ำกว่า 20 ปี  อายุ 21-30 ปี  
 อายุ 31-40 ปี  อายุ 41 ถึง 50 ปี  
 อายุ 51 ปีขึ้นไป

3.อาชีพ

รับราชการ  พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานบริษัทเอกชน  กิจการส่วนตัว  
 นักศึกษา  อื่นๆ โปรดระบุ

4 ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปตรี  ป.ตรีหรือเทียบเท่า  สูงกว่าป.ตรี

5.รายได้

น้อยกว่า 10,000  10,000 - 20,000  20,001 - 30,000  
 30,001 - 40,000  มากกว่า 40,001 ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระบบนิเวศน์เป็นเทคโนโลยีทางการเงิน

ท่านเคยใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E – Banking) หรือไม่

เคย  ไม่เคย (ยุติการตอบแบบสอบถาม)

1.ความถี่ในการ Log In เพื่อเข้าใช้บริการการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน

ทุกวัน  1-5 ครั้ง/สัปดาห์  2 สัปดาห์/ครั้ง  
 เดือนละครั้ง  แล้วแต่โอกาสไม่แน่นอน

2. ท่านใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องทางใดบ้างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
- เครื่องคอมพิวเตอร์       โทรศัพท์มือถือ
3. ท่านมีเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินแบบใดมากที่สุด
- รวดเร็ว
- ความสะดวกด้านเวลา (บริการ24ชม.)
- ด้านการใช้งานได้ทุกสถานที่
- มั่นใจในระบบความปลอดภัย
4. ท่านทราบการให้บริการการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินได้อย่างไร
- โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่าน ทีวี วิดีโอ และหนังสือพิมพ์
- สื่อออนไลน์
- พนักงานธนาคารบุคคลรอบข้างแนะนำเพื่อน
- อื่น ๆ โปรดระบุ.....
5. ท่านมีปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีคืออะไร
- ระบบขัดข้อง       ไม่เข้าใจในระบบ       เสียค่าใช้จ่ายอินเทอร์เน็ต
- อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. ประเภทใช้บริการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- บริการด้านบัญชี       บริการ โอนเงิน
- บริการชำระค่าสินค้า/บริการ       บริการด้านเช็คและบัตร
- บริการด้านกองทุน       บริการด้านหลักทรัพย์

### ตอนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีการเงิน

1. ท่านมีความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์หรือไม่
- มั่นใจ       ไม่มั่นใจ       ไม่แน่ใจ
2. ในอนาคตท่านจะทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินจะเป็นอย่างไร
1. ใ้ช้มากขึ้น       2. ใ้ช้เท่าเดิม       3. ใ้ช้ลดลง
3. ท่านมีความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงินหรือไม่
- เชื่อมั่น       ไม่เชื่อมั่น       ไม่แน่ใจ
4. ท่านมีแนวโน้มจะใช้ E-Money อย่างไรในอนาคต
1. ใ้ช้มากขึ้น       2. ใ้ช้เท่าเดิม       3. ใ้ช้ลดลง

5. ท่านคิดว่านโยบายของรัฐบาลไทยแลนด์ 4.0 จะเป็นการสนับสนุนให้การใช้เทคโนโลยีทางการเงินมากขึ้นหรือไม่

1. ใช้มากขึ้น       2. ใช้เท่าเดิม       3. ใช้ลดลง







## การยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### An acceptance transaction of financial technology in Bangkok and Vicinity

#### บทคัดย่อ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีต่างๆ ได้ถูกพัฒนาและคิดค้นขึ้นมาอย่างมากจึงได้มีการศึกษาการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยมุ่งเน้นการศึกษาของผู้บริโภคในการยอมรับเพื่อเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการจะขับเคลื่อนประเทศตามรูปแบบของโครงการประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) การนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเงิน หรือการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจการเงิน หรือเรียกว่า FinTech มีที่มาจากคำว่า Financial และ Technology เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน ประหยัดเวลา และเพิ่มความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหนึ่ง จำนวนตัวอย่าง 410 คน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักศึกษา และมีรายได้ อยู่ในระดับ น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านเทคโนโลยี ในครั้งนี้ส่วนใหญ่ มีเหตุผลในการทำธุรกรรม เพราะ มีความสะดวกด้านเวลา และลูกค้รู้จักการใช้บริการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินจาก พนักงานธนาคาร บุคคลรอบข้างแนะนำเพื่อนตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการธุรกรรมการเงินของสถาบันทางการเงิน พบว่า ที่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรม ที่เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ระบบขัดข้อง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ที่ใช้บริการผ่านเทคโนโลยีทางการเงินและทำธุรกรรม 3 ธุรกรรม ขึ้นไป มีผลต่อความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงิน ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นคง และด้านการตอบสนอง

ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคและนำผลที่ได้มาปรับปรุง และควรมีการศึกษาปัญหาการใช้บริการเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับสถาบันทางการเงินในการปรับปรุงในด้านต่าง

**คำสำคัญ :** การยอมรับ การใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เศรษฐกิจดิจิทัล

**Abstract**

At present, the special administrative area and metropolitan area by considering consumption of consumers in compromise. 4.0 (Thailand 4.0) Technology used in financial business, or that FinTech is derived from the word Financial and Technology to improve efficiency. And the effectiveness of the work.

The sample for this study was one in Bangkok Metropolitan Area and one in 410 visitors. The qualification was based on the study, research and application of technology related to tool building and divided into 3 parts. No. 1 is a questionnaire relating to the investigator's personal information. The importance of using computers to perform security issues. Risks on capacity utilization for example, the type of service and the confidence in the security system.

The study found that the majority of respondents were females in the 21-30 years who studied at the bachelor level as students and earned less than 10,000 baht per month. The use of financial services through this technology, most of the time, there are reasons to do what you need because of the convenience of time and children. Analysis of financial information of various financial institutions. The most important test in the hypothesis is that the wholesale Legislation and response to demand

**Key Word (s):** Acceptance of electronic services Digital economy



## บทนำ

ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) เป็น นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศของรัฐบาล ประเทศไทยในอดีตที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่โมเดล ประเทศไทย 1.0 ที่เน้นภาคการเกษตร ไปสู่ประเทศไทย 2.0 ที่เน้นอุตสาหกรรมเบาและประเทศไทย 3.0 ที่เน้นอุตสาหกรรมหนัก ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่โมเดลประเทศไทย 4.0 ซึ่งเน้นการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based economy) โดยมี 10 ประเด็นยุทธศาสตร์และนโยบายระดับบัญชาการ หรือ PM Agenda (ดร.สุวิทย์\_เมษินทรีย์, 2559) ได้แก่

1. การเตรียมสู่ศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะเป็นการเตรียมคนไทยรุ่นใหม่ พร้อมในการก้าวสู่โลกที่หนึ่ง
2. การให้ความรู้ผู้ประกอบการและพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-driven Enterprise) ให้เป็น Smart Farmers, Smart Enterprises และ High Value Services ต่างๆ
3. การพัฒนาเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ๗ ลงทุนที่มีคุณค่าสูงในกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้
4. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศ (Local Economy) โดยวางยุทธศาสตร์เชิงเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่ให้เหมาะสม เพื่อกระจายความรู้และเทคโนโลยี และก่อให้เกิด “Multiple Growth Poles” สามารถดึงดูดการลงทุนจากภายนอก และสร้างคนในพื้นที่ให้มีผลิตภาพสูง รวมถึงการสร้างสินค้าและบริการมูลค่าสูงที่สามารถแข่งขันได้
5. การบูรณาการประเทศไทยสู่ประชาคมโลก ผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Trading Nation และศูนย์กลางธุรกิจระหว่างประเทศของเอเชีย
6. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Physical Infrastructure) เช่น น้ำ ป่า พลังงาน และสิ่งแวดล้อม
7. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงเครือข่าย (Connectivity Infrastructure) เช่น เครือข่ายดิจิทัล เครือข่ายคมนาคมและโลจิสติกส์
8. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม (Social Infrastructure) เช่น สวัสดิการ การสร้างภูมิคุ้มกันทางสังคม
9. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา (Intellectual Infrastructure) เช่น การศึกษา วิจัย วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

10. การพัฒนากลไกการบริหารจัดการ เพื่อให้การขับเคลื่อนวาระเร่งด่วนข้างต้น เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (ดร.ศุวิทย์\_เมษินทรีย์, 2559)

ในปัจจุบันบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน เริ่มได้รับความนิยม เป็น เนื่องจากสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ให้บริการนี้ส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มวัยทำงาน จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจ และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเป็นอย่างยิ่งว่าในปัจจุบันกลุ่มคนวัยทำงานมีทัศนคติการยอมรับ และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาการให้บริการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินให้ง่ายและสะดวกรวดเร็วขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาคู่มือวิธีการใช้ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ตลอดจนพัฒนากลุ่มการป้องกันอันตรายจากการโจรกรรมข้อมูลและรหัสส่วนตัวและนำข้อมูลไปใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินในรูปแบบที่เหมาะสมต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของธนาคารในในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล

### วิธีการวิจัย

ในการศึกษาการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ

#### 1. แบบสอบถาม

เพื่อใช้รวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดและปลายปิด ซึ่งได้จากการศึกษาจากวัตถุประสงค์ กรอบแนวความคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวทางสร้างแบบสอบถาม(Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นชุดคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม โดยให้ระบุข้อมูล เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนสถานภาพการจ้าง

ส่วนที่ 2 เป็นชุดคำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลระบบนิเวศน์เป็นเทคโนโลยีทางการเงิน เช่น ด้านความถี่ในการใช้งาน ด้านการใช้อุปกรณ์ ด้านเหตุผลในการทำธุรกรรม ด้าน

ประชาสัมพันธน์ ด้านปัญหาและอุปสรรค ด้านธุรกรรมในอนาคต ด้านความเชื่อมั่น ด้านแนวโน้มด้านการสนับสนุน

ส่วนที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยีการเงิน เช่น ประเภทใช้บริการ และ ความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัย

## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเป็นลำดับขั้นดังนี้

1. ได้สำรวจแบบสอบถามเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามไปยังผู้ที่อยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล เพื่อกำจัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

## สรุปผลการวิจัย

**ตารางที่ 1** แสดงวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินที่ไปบริการมีความเชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัย

วัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรม	เลือก		ไม่เลือก		รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บริการด้านบัญชี	168	42.0	232	58	400
บริการโอนเงิน	371	92.8	29	7.2	400
บริการชำระค่าสินค้า	304	76	96	24	400
บริการด้านเช็คและบัตร	83	20.8	317	79.3	400
บริการด้านกองทุน	57	14.2	343	85.8	400
บริการด้านหลักทรัพย์	50	12.5	350	87.5	400

จากตารางพบว่าผู้ใช้บริการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการโอนเงินเป็นหลัก จำนวน 371 คิดเป็นร้อยละ 92.8 รองลงมาเลือกบริการชำระค่าสินค้า 304 คิดเป็นร้อยละ 76 และสุดท้ายหลักทรัพย์ จำนวน 50 คิดเป็นร้อยละ 12.5

### ตารางที่ 2

เชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยใน การทำธุรกรรม	มั่นใจ		ไม่มั่นใจ		รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เชื่อมั่น	263	65.8	137	34.3	400

จากตารางพบว่าผู้ที่ทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินต่อความเชื่อมั่นจำนวน 400 ราย ส่วนมากผู้ทำธุรกรรมมีความมั่นใจต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน จำนวน 263 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาผู้ทำธุรกรรมทางการเงินไม่มั่นใจต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวน 137 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.3

### ตารางที่ 3

เชื่อมั่นต่อระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรม	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
เพศ	.936	1.069
อายุ	.585	1.708
อาชีพ	.759	1.317
ระดับการศึกษา	.824	1.213
รายได้	.561	1.783

พิจารณาค่า VIF จะพบว่า ค่า VIF ของตัวแปรแต่ละตัวพบว่าเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ค่า VIF มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าข้อมูลนี้ให้การยอมรับ

### ตารางที่ 4

	Box's M	Sig
เพศ	203.905	.000
อายุ	102.000	.000
อาชีพ	60.184	.000
ระดับการศึกษา	22.618	.409
รายได้	203.905	.000

จากตารางพบว่ามีระดับการศึกษาเพียงตัวเดียวที่ผลการวิเคราะห์สอดคล้องกับทฤษฎีถึงแม้ว่าข้อมูลอื่นจะไม่สอดคล้องกับทฤษฎีแต่ไม่มีผลกับการวิเคราะห์ข้อมูลดังนั้นจึงศึกษาข้อมูลในลำดับต่อไป

การทดสอบสมมติฐานที่เป็นโมฆะว่าเมตริกซ์ความแปรปรวนร่วมกันที่สังเกตได้ของตัวแปรตามมีค่าเท่ากันในแต่ละกลุ่มถึงแม้ว่าจะไม่สอดคล้องกับทฤษฎี

**ตารางที่ 5** แสดงถึงการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินต่อกลุ่มลักษณะส่วนบุคคล

สมมติฐาน

H0:ระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยีทางการเงินไม่มีผลต่อการยอมรับ

H1:ระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยีมีทางการเงินมีผลต่อการยอมรับ

Source	Dependent Variable		Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Variable	Type III Sum of Squares					
ยอมรับ	เพศ	1.397	7	.200	.852	.545	
	อายุ	28.422	7	4.060	6.016	.000	
	อาชีพ	74.550	7	10.650	7.833	.000	
	ระดับการศึกษา	3.516	7	.502	1.816	.083	
	รายได้	30.455	7	4.351	3.048	.004	

จากตารางพบว่าการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินพบว่า อายุ อาชีพ และรายได้ ให้การยอมรับต่อธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินที่มีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 6 แสดงถึงการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินต่อระบบนิเวศทางการเงิน

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ยอมรับ	ท่านมีเหตุผลในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินแบบใดมากที่สุด	4.227	7	.604	.849	.547
	ท่านทราบการให้บริการการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินได้อย่างไร	4.104	7	.586	.865	.534
	ท่านมีปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีคืออะไร	6.045	7	.864	1.018	.418
	ในอนาคตท่านคิดว่าการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินจะเป็นอย่างไร	.639	7	.091	.867	.533
	ท่านมีความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงินหรือไม่	20.351	7	2.907	3.616	.001
	ท่านคิดว่าเงิน E-Money แนวนั้นมีอย่างไรในอนาคต	1.088	7	.155	.872	.529
	ไทยแลนด์ 4.0 จะเป็นการสนับสนุนให้การใช้เทคโนโลยี	2.888	7	.413	1.614	.130

จากตารางพบว่า การยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อความเชื่อมั่นในกฎหมายคุ้มครองการทำธุรกรรมการเงิน ในการยอมรับต่อธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินที่มีนัยสำคัญที่ 0.05



### สรุปผลการทดสอบ

สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระบบนิเวศน์ทางเทคโนโลยีทางการเงินที่มีผลต่อการยอมรับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งการยอมรับในการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงิน คือ 1. อายุ 2.อาชีพ 3.รายได้ มีการยอมรับต่อการทำธุรกรรมเทคโนโลยีการเงินระบบมาตรการความปลอดภัยของสถาบันการเงิน ในครั้งนี้ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการทำธุรกรรมเพราะมีความสะดวกด้านเวลา (ให้บริการบริการ 24 ชม.) และลูกค้ารู้จักการให้ธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินบริการจากพนักงานธนาคารบุคคลรอบข้างแนะนำ/เพื่อน และคิดว่าระบบที่ให้บริการปลอดภัยน่าเชื่อถือ

### อภิปรายผล

จากการศึกษาการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลแบ่งการอภิปรายผล ดังนี้

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน จากการศึกษาวินิจฉัย พบว่า การยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าสถาบันทางการเงิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าหากการทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน ออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของสถาบันทางการเงิน ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและง่ายคายการทำธุรกรรมผ่านทางเว็บของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็วและธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่พบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วและให้ความสำคัญกับกฎหมายคุ้มครองที่มีความปลอดภัยในการใช้ธุรกรรม

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับบทความของ "เศรษฐพงศ์" (มะลิสวรรณ, 2560) ได้ให้ภาครัฐและภาคเอกชนจะพบกับภัยคุกคามด้านไซเบอร์อย่างมาก และจะเป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงของสังคม เพราะความแตกต่างทางความคิดของผู้ออกกฎหมาย และผู้ปฏิบัติตามกฎหมาย จะเป็นกลุ่มคนที่เกิดคนละยุคสมัย (ยุคก่อนอินเทอร์เน็ตและยุคหลังอินเทอร์เน็ต) ซึ่งจะมีความแตกต่างทั้งพฤติกรรมและความคิดอย่างสุดขั้ว ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะต่อสู้กันบนโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงที่มีทั้งโลกกายภาพและโลกเสมือนไปอีกระยะเวลานานพอสมควร

บทความนี้ได้การศึกษารับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่าการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ซึ่งทุกแห่งล้วนให้

ความสำคัญกับการพัฒนารากฐานของการเติบโตคือการสร้างระบบนิเวศทางการเงิน (Ecosystem) ที่เหมาะสมทั้งสิ้น นอกจากนี้พบว่าประเทศไทยมีความโดดเด่น หลายด้านที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจฟินเทค อาทิเช่น ภาครัฐ และภาคเอกชนให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง โดยรัฐบาลถึงขั้นบรรจุไว้เป็นวาระแห่งชาติทัศนคติและความชำนาญในธุรกิจบริการของคนไทยระดับการเข้าถึงบริการทางการเงินที่สูง เป็นต้น จึงถือเป็นโอกาสอันดีของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจฟินเทคตลอดจนธุรกิจเชิงนวัตกรรมด้านอื่นๆ ในประเทศไทยที่จะศึกษาและร่วมมือกันพัฒนาเพื่อให้ความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทยสูงขึ้นอย่างยั่งยืนและก้าวสู่การเป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ตามนโยบายประเทศไทย 4.0 อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่ายังมีประเด็นสำคัญ และเร่งด่วนบางประการ ของระบบนิเวศทางธุรกิจฟินเทคในประเทศไทย ซึ่งควรจะได้รับปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น คือ ความชัดเจนของการออกใบอนุญาตกิจกรรมระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจฟินเทคการขาดผู้รับผิดชอบหลักซึ่งจะเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนกลไกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Ecosystem) ของธุรกิจฟินเทคความปลอดภัยของเทคโนโลยีและมาตรฐานการเปิดเผยข้อมูลที่เหมาะสม ความขาดแคลนบุคลากร และความสามารถในการผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินและข้อจำกัดเรื่องการเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาทำงานด้านฟินเทคในประเทศไทย รวมถึงการเร่งสร้างจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรม เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะ

1. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาถึงปัจจัยทางด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อพฤติกรรมและการและเป็นปัจจัยที่มีการศึกษาการยอมรับต่อการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคและนำผลที่ได้มาปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น
2. ในการทำ วิจัยครั้งต่อไป ควรทำการเก็บข้อมูลจากหลายอาชีพเนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ทำธุรกรรม เพิ่มมากขึ้น เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในปรับปรุงด้านธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินให้มีคุณภาพทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและดึงดูดให้กลับมาทำธุรกรรมซ้ำอีก ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้นด้วย
3. ควรมีการศึกษาปัญหาและความต้องการในการใช้บริการทำธุรกรรมผ่านเทคโนโลยีทางการเงินของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลตลอดจนเหตุที่ทำให้ใช้หรือไม่ใช้บริการว่ามีสาเหตุมาจากอะไร บ้าง เพื่อเป็นประโยชน์แล้วเป็นแนวทางการยอมรับในการใช้บริการให้กับสถาบันทางการเงินในการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เพิ่มจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

## อ้างอิง Bibliography

kekzo. (24 มิถุนายน 2554). *blogspot*. เข้าถึงได้จาก

<http://kekzo.blogspot.com/2011/06/readiness.html>

manager. (20 ธ.ค. 2559). เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9590000126450>

manager news. (20 ธันวาคม 2559). เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9590000126450>

Phannakorn. (21 ธ.ค. 2016). *google*. เข้าถึงได้จาก [http://googleapps.gict.co.th/email-](http://googleapps.gict.co.th/email-hosting/google-apps/gmail/google-story-thaibehavior/%E2%80%9CGoogle%E2%80%9D%20%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8)

[hosting/google-apps/gmail/google-story-](http://googleapps.gict.co.th/email-hosting/google-apps/gmail/google-story-thaibehavior/%E2%80%9CGoogle%E2%80%9D%20%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8)

[thaibehavior/%E2%80%9CGoogle%E2%80%9D%20%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8](http://googleapps.gict.co.th/email-hosting/google-apps/gmail/google-story-thaibehavior/%E2%80%9CGoogle%E2%80%9D%20%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8)

[B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8](http://googleapps.gict.co.th/email-hosting/google-apps/gmail/google-story-thaibehavior/%E2%80%9CGoogle%E2%80%9D%20%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8)

[B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8](http://googleapps.gict.co.th/email-hosting/google-apps/gmail/google-story-thaibehavior/%E2%80%9CGoogle%E2%80%9D%20%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8)

[8%B6%E0%B8](http://googleapps.gict.co.th/email-hosting/google-apps/gmail/google-story-thaibehavior/%E2%80%9CGoogle%E2%80%9D%20%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B9%80%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A5%E0%B8%B6%E0%B8)

เกศวิฑู ทิพยศ. (ธันวาคม 2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์.

จิตติมา แก้วแทน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: ในเขตกรุงเทพมหานครและปทุมธานี. ใน จิตติมา แก้วแทน.

ดร.สุวิทย์\_เมษินทรีย์. (15 ม.ค 2559). *ดร. สุวิทย์ เมษินทรีย์ Dr. Suvit Maesincee*. เข้าถึงได้จาก

<https://www.facebook.com/drsuvitpage/posts/1425376531102406>

นายสุวิทย์ เมษินทรีย์. (15 ก.พ. 2560). “พลิกโฉมประเทศไทยด้วยการลงทุน”.

[http://www.boi.go.th/upload/17.02.11\\_Speech\\_Suvit.pdf](http://www.boi.go.th/upload/17.02.11_Speech_Suvit.pdf), หน้า 6.

**ภาคผนวก**

ผู้วิจัย นาย เฉชาธร ปรีบุญญาพาสน์,  
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ธัญพัทธ์ ไคร้วานิช  
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ประยุกต์  
สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต  
เบอร์โทรศัพท์ 086-7922984, 061-6987998  
E-mail : ohm.1414@gmail.com



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	เดชาธร ปริบุญญาพาสน์
วัน เดือน ปีเกิด	3 ตุลาคม 2535
สถานที่เกิด	จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ ระหว่างประเทศ, 2554 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ประยุกต์, 2561
ที่อยู่ปัจจุบัน	12/62 พหลมคอน โคนพหลโยธิน 89 ตำบลประชาธิปัตย์ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
ตำแหน่งปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริการธุรกิจ UTL

