



มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การศึกษาดูงานสำหรับนักศึกษา  
โครงการปริญญาโทสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

โดย

นางสาวจิรพร ศรีพลวัฒน์ เลขทะเบียน 5002037108

การศึกษาดูงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
โครงการปริญญาโทสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กันยายน 2552

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยปัจจัยที่ศึกษาประกอบด้วย อุปสรรคด้านอุปกรณ์สื่อสาร (Device Barrier) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) การขาดข้อมูลข่าวสาร (Lack of Information) ค่าใช้จ่ายที่รับรู้ได้ (Perceived Financial Cost) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) การรับรู้ถึงคุณประโยชน์ (Usefulness) การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน (Ease of Use) และการรับรู้ความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy) ซึ่งงานวิจัยนี้มีการศึกษาแนวคิดที่สำคัญคือ อิทธิพลของปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่ส่งผลสนับสนุนและขัดขวางพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภค

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ภายในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 195 ราย โดยใช้การเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ซึ่งหลังจากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ (Cronbach's Alpha) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) แล้วสามารถสกัดองค์ประกอบได้ทั้งสิ้น 8 ปัจจัยด้วยกัน หลังจากนั้นจึงนำมาทำการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression) ซึ่งผลของการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยทั้ง 8 นั้นส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจัยด้านอุปสรรคสื่อสาร การรับรู้ถึงความเสี่ยง การขาดข้อมูลข่าวสาร และค่าใช้จ่ายที่รับรู้ได้ ส่งผลเชิงลบต่อพฤติกรรมความตั้งใจของผู้บริโภค กล่าวคือ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการของผู้บริโภคจะลดลงเมื่อมีการตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าวสูง ส่วนปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ถึงคุณประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และการรับรู้ความสามารถของตนเอง เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมความตั้งใจของผู้บริโภคในเชิงบวก พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการของผู้บริโภคจะสูงขึ้นเมื่อมีการตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าวสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงคุณประโยชน์ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สำคัญ นอกจากนี้ ผลของการวิจัยยังบ่งชี้ให้เห็นอีกว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถของตนเองเป็นตัวกำหนดการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน และปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งานก็ยังเป็นตัวกำหนดการรับรู้ถึงคุณประโยชน์อีกเช่นกัน

ผลของงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับกลยุทธ์ของธนาคารผู้ให้บริการ โดยการมุ่งเน้นความสำคัญไปที่การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักและรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บริการ เนื่องจากปัจจุบัน ยังมีผู้บริโภคอยู่เป็นจำนวนมากที่ยังไม่รับทราบหรือยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการโมบายแบงก์กิ้งอยู่น้อย การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับและเป็นการโน้มน้าวให้ผู้บริโภคสนใจและหันมาใช้บริการนี้มากขึ้น อีกทั้งข้อมูลข่าวสารที่ดียังเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความเสี่ยงจากการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบนี้ลดน้อยลงอีกด้วย เนื่องจากมีความรู้และความเข้าใจในระบบมากขึ้น ซึ่งการประชาสัมพันธ์ที่ดีอาจทำได้โดยพนักงานธนาคารเอง การฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้นจะทำให้สามารถตอบคำถามและแนะนำบริการนี้ให้กับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การออกแบบระบบให้ง่ายต่อการใช้งาน ยังเป็นสิ่งสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้บริการมากขึ้น

งานวิจัยในอนาคต ควรเป็นการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปทำการศึกษาเพิ่มเติมโดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินในแต่ละช่องทาง (สาขาธนาคาร เอทีเอ็ม อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และโมบายแบงก์กิ้ง) เพื่อหาคำตอบและนำไปใช้ในการปรับกลยุทธ์ขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้มากที่สุด รวมทั้งการศึกษปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง เปรียบเทียบระหว่างคนไทยกับคนต่างชาติ เพื่อหาความแตกต่างที่อาจเกิดจากแนวคิดและวัฒนธรรม หรือการศึกษาวิจัยต่อยอดเพื่อที่จะหาปัจจัยด้านอื่นๆที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งเพิ่มเติมจากงานวิจัยนี้