

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชน

วัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

Factors affecting Mobile Banking usage behavior among
the Working Age Population in Samut Prakan Province

นางสาวสมิตานัน ชัยประสิทธิกุล

สาขาการจัดการอุตสาหกรรม หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Samitanan Chaiprasittikul

Industrial Management, Master Degree of Business Administration

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมาย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่ใช้บริการ Mobile Banking โดยวัยทำงานมีช่วงอายุ 15 – 60 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ แจกแจงความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 26 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ และการรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตใจ และความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : โมบายแบงก์กิ้ง การรับรู้ความเสี่ยง พฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง

ABSTRACT

The research purpose and to study 1) To study the demographic factors that affecting Mobile Banking usage behavior among the Working Age Population in Samut Prakan Province. 2) To study the risk perception that affecting Mobile Banking usage behavior among the Working Age Population in Samut Prakan Province. 3) To study the Mobile Banking usage behavior among the Working Age Population in Samut Prakan Province. The sample used in the research is 400 Working Age Population in Samut Prakan Province who use Mobile Banking services, with Working Age ranging from 15 to 60 years old. By using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the data analysis include mean, percentage, frequency distribution, and standard deviation. The statistics used to test the hypothesis are Chi-Square statistics.

The result of the research shows that, the most population were female, aged 26 - 40 years old, with a bachelor's degree and a career as a civil servant, with an average monthly income of 15,001 - 30,000 baht.

The results of the hypothesis test showed that different demographic factors, including gender, age, education level, occupation, and average monthly income, had an effect on the mobile banking usage behavior among the Working Age in Samut Prakan Province and risk perception, including financial risk, performance risk, time risk, social risk, psychological risk, and security risk, which had a statistically significant effect on the mobile banking usage behavior among the Working Age in Samut Prakan Province at the 0.05 level.

Keywords: Mobile Banking, Risk perception, Mobile Banking usage behavior

1.1 บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง มีส่วนสำคัญในการผลักดันการนำระบบการให้บริการทางการเงินและการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันจากสถาบันทางการเงิน หรือ Mobile Banking เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนในสังคมไทย ส่งผลให้รูปแบบการใช้ชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงไป (วรสิญจน์ พานิชกุล, 2563) จากรายงานข้อมูลสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ในปี 2567 ประเทศไทยมีบัญชีผู้ใช้บริการ Mobile Banking เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2568)

ถึงแม้ว่า การใช้งาน Mobile Banking จะมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว แต่อีกมุมหนึ่งก็มีความเสี่ยงที่ต้องเผชิญจากการใช้บริการ เช่น ความเสี่ยงจากปัญหาระบบล่ม ความเสี่ยงจากภัยทางการเงิน ความเสี่ยงจากข้อมูลส่วนบุคคลรั่วไหล และความเสี่ยงจากการสูญเสียเวลา ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ใช้บริการอย่างมหาศาล และส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของระบบสถาบันการเงินของผู้ให้บริการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2568)

ทั้งนี้จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงาน ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาด้านความปลอดภัย ในการใช้บริการ Mobile Banking และเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้งาน

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

1.3 สมมติฐาน

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

2. การรับรู้ความเสี่ยงที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตใจ และความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ คือ สถานภาพส่วนบุคคลของประชาชน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านจิตใจ และความเสี่ยงด้านความปลอดภัย

ตัวแปรตาม ได้แก่

พฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตด้านประชากร

ประชาชนวัยทำงาน ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่ใช้บริการ Mobile Banking โดยวัยทำงานมีช่วงอายุ 15 – 60 ปี ทั้งหมด 516,122 คน (ที่มาของข้อมูล : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2568)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ที่ใช้บริการ Mobile Banking แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ Taro Yamane โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

เป็นกลุ่มประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ เดือนเมษายน 2568 - มิถุนายน 2568 ระยะเวลา 3 เดือน

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

Belch & Belch (2005) ได้ศึกษาตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ โดยการนำข้อมูลไปเชื่อมโยงกับความ ต้องการพฤติกรรมการตัดสินใจและอัตราการใช้สินค้าของผู้บริโภค ซึ่งสามารถทำให้เข้าถึงต่อการกำหนดตลาด เป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. อายุ ในแต่ละบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการสินค้าและบริการแตกต่างกัน
2. เพศ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพราะเพศที่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจต่อการเลือกสินค้าและบริการแตกต่างกัน มักเกิดจากการเลี้ยงดูและปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก
3. สถานภาพการสมรส มีความสำคัญมากในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภคทำให้ความต้องการในสินค้า และพฤติกรรมการซื้อมีความแตกต่างกัน เช่น ผู้ที่หย่าร้างเป็นหม้ายจะเลือกแต่งกายด้วยรูปลักษณ์ที่หรูหราทันสมัย
4. การศึกษา บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูง มักมีแนวโน้มที่จะเลือกสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ เพราะบุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่า
5. อาชีพ การประกอบอาชีพของแต่ละบุคคล จะมีความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน นักการตลาด ต้องศึกษาความต้องการของกลุ่มอาชีพต่าง เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการให้กับกลุ่มต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม
6. รายได้หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ ของแต่ละบุคคลจะส่งผลต่อตราสินค้าและบริการที่ตัดสินใจซื้อ ซึ่งสถานภาพประกอบด้วยรายได้ อำนาจการซื้อ การออมทรัพย์ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

Bauer (1960) กล่าวว่า การรับรู้ด้านความเสี่ยงแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การรับรู้ความเสี่ยงแบบอัตวิสัย คือ การรับรู้ความเสี่ยงตามความคิด ทัศนคติของแต่ละบุคคล
2. การรับรู้ความเสี่ยงแบบวัตถุวิสัย คือ การรับรู้ความเสี่ยงโดยมีพื้นฐานอยู่บนความเป็นจริง

แนวคิดการรับรู้ความเสี่ยง ได้มีการริเริ่มขึ้นครั้งแรกโดย Baur (1960) โดยได้มีการกล่าวว่า พฤติกรรม การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคสามารถใช้เป็นมาตรการวัดทัศนคติความคิดของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าได้ ซึ่งนักวิจัย หลายท่านได้มีการศึกษามิติต่างๆของการรับรู้ความเสี่ยง พร้อมทั้งได้ทำการแบ่งมิติของการรับรู้ความเสี่ยงออกเป็น หลากหลายมิติในรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคได้อย่างมากขึ้น ดังนี้

Demirdogen et al., (2010) ได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของลูกค้า ซึ่งนักวิจัยได้มีการ จัดการแบ่งปันมุมมองของการรับรู้ในความเสี่ยงไว้ 6 ด้าน ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) เป็นความเชื่อที่มีต่อมุมมองว่ามีจำนวนเงินที่อาจสูญเสียจากการใช้บริการ หรือเป็นความรับรู้ถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการว่าอาจจะไม่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป
2. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ (Performance Risk) ประสิทธิภาพของการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน
3. ความเสี่ยงด้านเวลา (Time Risk) การทำธุรกรรมที่ไม่ตรงตามเป้าหมาย หรือสูญเสียเวลาในการเรียนรู้วิธีการใช้
4. ความเสี่ยงด้านสังคม (Social Risk) การรับรู้ของบุคคลที่มาจากบุคคลรอบข้าง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิด
5. ความเสี่ยงด้านจิตใจ (Psychological Risk) ความรู้สึกกว่าบริการนี้ อาจไม่เหมาะกับตัวเอง ด้วยเหตุผลต่างๆ
6. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (Security Risk) คือ ความเชื่อและความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่ไม่ได้รับความปลอดภัยจากการใช้บริการทำธุรกรรมการเงินรูปแบบออนไลน์ เช่น ระบบล่ม

2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler and Keller (2012) ได้อธิบายถึงการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยอาศัย S-R Theory ในรูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคจะมีแรงจูงใจทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยเริ่มต้นจากสิ่งกระตุ้น ที่เป็นสิ่งเร้าภายนอก โดยผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ โดยที่ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เมื่อรับรู้ถึงสิ่งกระตุ้นและเกิดเป็นความต้องการแล้ว จึงจะเกิดการตัดสินใจซื้อ หรือ การตอบสนอง จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่การมีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการ แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior analysis)

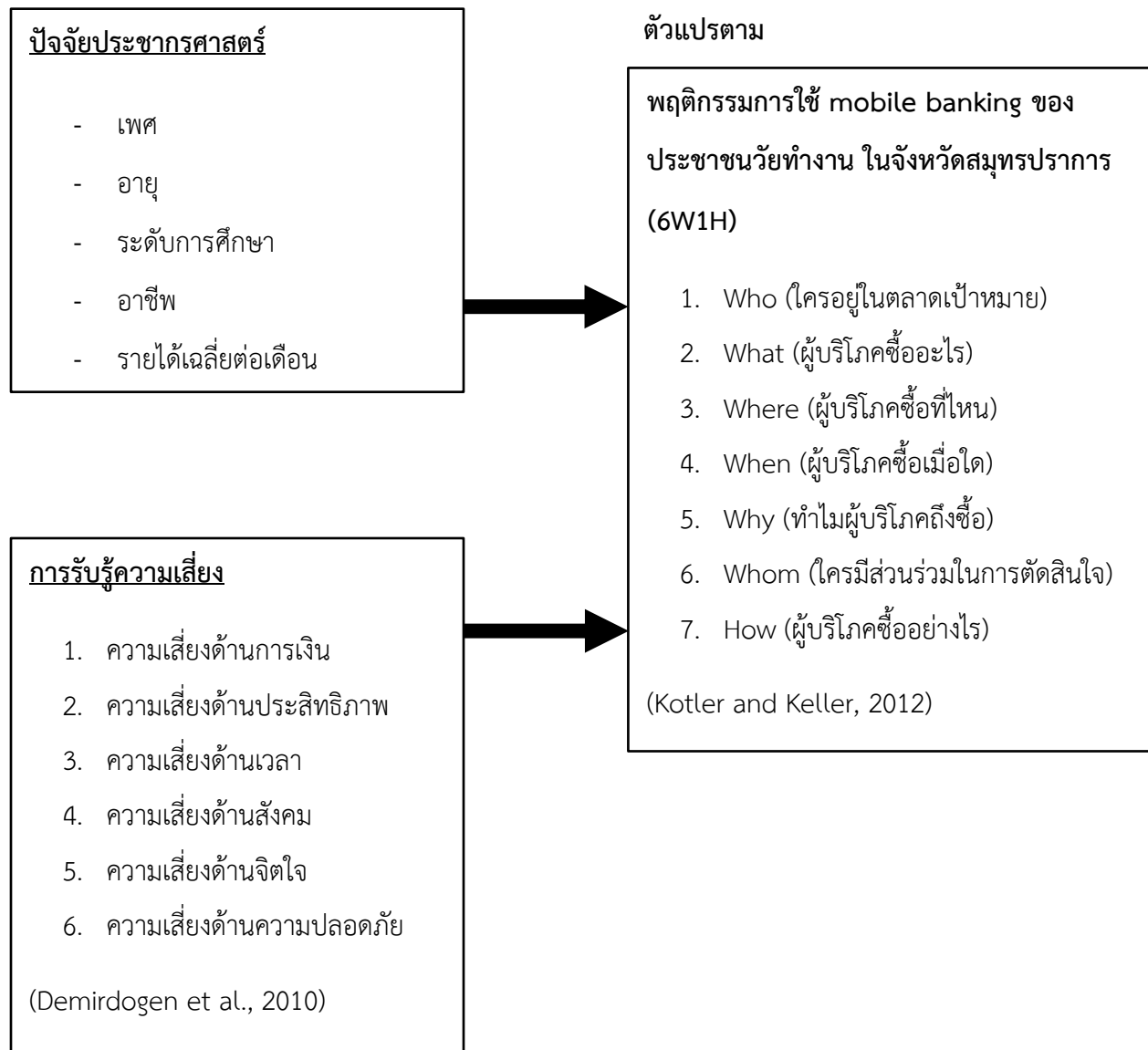
เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและบริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งคำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย

1. Who คือ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย เพื่อทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย
2. What คือ ผู้บริโภคซื้ออะไร เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์
3. Where คือ ผู้บริโภคซื้อที่ไหน เพื่อต้องทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคซื้อ
4. Why คือ ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ เพื่อต้องทราบวัตถุประสงค์ว่าทำไมจึงเลือกสินค้าหรือบริการ
5. When คือ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด เพื่อต้องทราบโอกาสในการซื้อ
6. Whom คือ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เพื่อต้องทราบถึงใครที่มีอิทธิพลต่อ ความต้องการในสินค้า
7. How คือ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เพื่อต้องทราบขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ mobile banking ของประชาชนวัยทำงาน ในจังหวัดสมุทรปราการ มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัย ซึ่งได้ทำการกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ



3.วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด แบ่งเป็น 5 ส่วน จำนวน 34 คำถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เป็นคำถามที่ใช้ในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้ใช้บริการ Mobile Banking ที่อยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ทำงานที่มีอายุ 15 - 60 ปี เป็นคำถามปลายปิด (Closed Ended Questions) มีคำตอบให้เลือก 2 ทาง (Dichotomous Questions) จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านประสิทธิภาพ ด้านเวลา ด้านสังคม ด้านจิตใจ และด้านความปลอดภัย โดยใช้การวัดข้อมูลประเภทมาตรวัดอันตรภาคหรือช่วง (Interval) มีลักษณะคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 18 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการ Mobile Banking ในการหาคำตอบ 7 ประการ (6W1H) ได้แก่ Who, What, Where, When, Why, Whom และHow โดยเป็นคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) จำนวน 7 ข้อ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Questions) จำนวน 1 ข้อ

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัยและรูปแบบที่กำหนด และเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาและความสอดคล้องของคำถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์เพื่อมาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และภาษา IOC (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยแบบทดสอบที่ถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามในระดับที่ผู้วิจัยสามารถยอมรับได้ จะต้องมียาค่า IOC เกินกว่า 0.5 ขึ้นไป ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

+1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถาม ตรงหรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ถ้าไม่แน่ใจว่าคำถาม ตรงหรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง ถ้าแน่ใจว่าคำถาม ไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

3. ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ไปปรับปรุงแก้ไข

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรจำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น ด้วยการวัดความคงที่ภายใน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) ได้ค่า 0.911 ซึ่งเกณฑ์ที่เหมาะสมจะต้องมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้ว มาตรวจสอบเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีความถูกต้องชัดเจน และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในการบรรยายลักษณะกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติอธิบายและสรุปข้อมูล ในส่วนของปัจจัยประชากรศาสตร์ การรับรู้ความเสี่ยง และพฤติกรรมผู้ใช้บริการ Mobile Banking

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้การทดสอบทางสถิติไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.25 อายุ 26 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.00 อาชีพข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 38.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.75

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยง

ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความเสี่ยงของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.78$, S.D. = 0.627) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 1.001) รองลงมา ด้านประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = 0.826) ด้านจิตใจ ($\bar{X} = 2.61$, S.D. = 0.763) ด้านสังคม ($\bar{X} = 2.48$, S.D. = 0.833) ด้านเวลา ($\bar{X} = 2.41$, S.D. = 0.692) และค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดด้านการเงิน ($\bar{X} = 2.38$, S.D. = 0.676) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking (6W1H)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่พนักงานธนาคารเป็นผู้แนะนำให้เริ่มใช้ Mobile Banking เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 33.50 ใช้บริการ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 49.75 ธนาคารที่ใช้บริการ Mobile Banking บ่อยที่สุดธนาคารกรุงไทย

คิดเป็นร้อยละ 47.50 ช่วงเวลาใดที่ใช้บริการ Mobile Banking 12.01 น. – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 66.25 เลือกใช้บริการ Mobile Banking เพราะใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา คิดเป็นร้อยละ 44.25 ตัดสินใจเลือกใช้บริการ Mobile Banking โดยตัดสินใจด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 71.25 เรียนรู้วิธีใช้งานด้วยตนเองจากการทดลองใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 64.75

5. สรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงาน ในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Chi-square ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัย ประชากรศาสตร์	พฤติกรรมการใช้ Mobile Banking (6W1H)						
	(WHO) ใครเป็นผู้ แนะนำ ให้ท่าน เริ่มใช้ Mobile Banking เป็นครั้งแรก	(WHAT) ท่านใช้ บริการ Mobile Banking เพื่อทำ ธุรกรรม ทางการเงิน ประเภท ไหนมากที่สุด	(WHERE) ธนาคารที่ ท่านใช้ บริการ Mobile Banking มากที่สุด	(WHEN) ท่านใช้ บริการ Mobile Banking ช่วงเวลา ใดมากที่สุด	(WHY) ทำไมท่าน จึง เลือกใช้ บริการ Mobile Banking	(WHOM) ท่าน ตัดสินใจ เลือกใช้ บริการ Mobile Banking โดยได้รับ อิทธิพล จากใคร	(HOW) ท่านเรียนรู้ วิธีการใช้ งาน Mobile Banking ได้อย่างไร
เพศ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อายุ	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

✗ ไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านสังคม ความเสี่ยงด้านด้านจิตใจ และความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Chi-square ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงกับพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ

การรับรู้ความเสี่ยง	พฤติกรรมการใช้ Mobile Banking (6W1H)						
	(WHO) ใครเป็นผู้ แนะนำให้ ท่านเริ่มใช้ Mobile Banking เป็นครั้งแรก	(WHAT) ท่านใช้ บริการ Mobile Banking เพื่อทำ ธุรกรรม ทางการเงิน ประเภทไหน มากที่สุด	(WHERE) ธนาคารที่ ท่านใช้ บริการ Mobile Banking มากที่สุด	(WHEN) ท่านใช้ บริการ Mobile Banking ช่วงเวลา ใดมากที่สุด	(WHY) ทำไมท่าน จึงเลือกใช้ บริการ Mobile Banking	(WHOM) ท่าน ตัดสินใจ เลือกใช้ บริการ Mobile Banking โดยได้รับ อิทธิพล จากใคร	(HOW) ท่าน เรียนรู้ วิธีการใช้ งาน Mobile Banking ได้อย่างไร
ด้านการเงิน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านประสิทธิภาพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านเวลา	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านสังคม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านจิตใจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านความปลอดภัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

✗ ไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1 อภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ Belch & Belch (2005) และ Kotler (2009) ได้กล่าวอธิบายไว้ว่า ประชากรศาสตร์จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ซึ่งสรุปผลการวิจัยเป็นรายด้าน ดังนี้

เพศ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกลิงรัฐ โสวัณณะ (2567) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ มีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกลิงรัฐ โสวัณณะ (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ มีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ยกเว้น อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ในข้อท่านใช้บริการ Mobile Banking ช่วงเวลาใดมากที่สุด ซึ่งอายุจะส่งผลต่อพฤติกรรมในบางด้าน แต่ในด้านช่วงเวลาที่ใช้ Mobile Banking นั้นไม่ว่าจะอยู่ในช่วงอายุใด ผู้ใช้บริการจะมีพฤติกรรมการเลือกช่วงเวลาที่คล้ายคลึงกัน เช่น ช่วงบ่าย หรือ ช่วงเย็น อาจเนื่องจากปัจจัยภายนอก เช่น เวลาว่างส่วนบุคคลในการใช้ชีวิต และความสะดวกในการเข้าถึงบริการ

ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกลิงรัฐ โสวัณณะ (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษา มีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกลิงรัฐ โสวัณณะ (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาชีพ มีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลนภา รอดศิริ (2565) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ และเถลิงรัฐ โสวัณณะ (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้เฉลี่ย มีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การรับรู้ความเสี่ยง ผลการศึกษา พบว่า

การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมณภัทร์ ฤทธิชัย (2563) ศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งเป็นบริการทางการเงินที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และศศิธร พุ่มขจร (2563) การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบพร้อมเพย์

การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร พุ่มขจร (2563) การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบพร้อมเพย์

การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Demirdogen et al., (2010) ที่กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา จะส่งผลถึงพฤติกรรมการใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร พุ่มขจร (2563) การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบพร้อมเพย์

การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร พุ่มขจร (2563) การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบพร้อมเพย์

การรับรู้ความเสี่ยงด้านด้านจิตใจ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร พุ่มขจร (2563) การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์ พบว่า การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบพร้อมเพย์

การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์วรรณ ทองส้วสต์ (2565) ศึกษาการรับรู้ความ

เสี่ยงและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นบริการทางการเงินที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า ด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของผู้ให้บริการ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. พฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking (6W1H) โดยเรียนรู้วิธีการใช้งาน Mobile Banking ซึ่งเรียนรู้ด้วยตนเองจากการทดลองใช้งานมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติพร หลงกลาง (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ Mobile Banking ของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร พบว่า การศึกษา Mobile Banking ส่วนใหญ่จะศึกษาและเรียนรู้ด้วยตัวเอง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ Mobile Banking เพราะใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เถลิงรัฐ โสวัณณะ (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ Mobile Banking เพราะสามารถใช้งานได้ 24 ชั่วโมง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ Mobile Banking ในช่วงเวลา 12.01 น. – 18.00 น. มากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สราวัลย์ ตั้งปัทมชาติ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) ศึกษาพฤติกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ Mobile Banking ในช่วงเวลาเย็นหรือค่ำมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกธนาคารที่ใช้บริการ Mobile Banking บ่อยที่สุด พบว่า ธนาคารกรุงไทย รองลงมา ธนาคารกสิกรไทย และธนาคารไทย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติพร หลงกลาง (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ Mobile Banking ของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มธนาคารที่เลือกใช้บริการ Mobile Banking โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ Mobile Banking เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินประเภทโอนเงินมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เถลิงรัฐ โสวัณณะ (2567) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนใหญ่ใช้ Mobile Banking เพื่อโอนเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการ Mobile Banking โดยตัดสินใจด้วยตัวเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวัลย์ ตั้งปัทมชาติ และจรัญญา ปานเจริญ (2562) ศึกษาพฤติกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ได้รับอิทธิพลในการใช้ Mobile banking จากตนเองมากที่สุด

5.2 ข้อเสนอแนะของการทำวิจัยในครั้งนี้

1. การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง การทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking มีความเสี่ยงทางการเงินน้อยกว่าการทำธุรกรรมที่ธนาคารมากที่สุด ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่ไม่รู้สึกรู้ว่าการทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking มีความเสี่ยงทางการเงินมากกว่าธนาคาร ดังนั้น ภาควิชาการควรคงมาตรฐานความปลอดภัยในแอปพลิเคชันไว้อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความเชื่อมั่นที่มีอยู่และขยายการใช้งานอย่างต่อเนื่อง

2. การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง ท่านไม่กังวลกับปัญหาระบบล่มหรือแอปพลิเคชันค้างขณะใช้งานมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการยังคงมีความกังวลอยู่ ธนาคารควรลงทุนพัฒนา ระบบเซิร์ฟเวอร์และแอปพลิเคชันให้เสถียรยิ่งขึ้นเพื่อไม่ให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่มั่นใจในประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน

3. การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง ท่านคิดว่าไม่เสียเวลา หากระบบเกิดขัดข้องระหว่างใช้งานมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้ยังไม่เคยประสบปัญหาการใช้บริการที่ทำให้เสียเวลามากจริงๆ หรืออาจมีการมองข้ามผลกระทบด้านเวลาที่เกิดขึ้นถึงอย่างไรธนาคารก็ควรให้ความสำคัญต่อการประหยัดเวลา โดยรักษามาตรฐานความเร็วในการให้บริการไว้สม่ำเสมอ

4. การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม มีระดับความคิดเห็นในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง ท่านคิดว่าคนรอบข้างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเชิงบวกเกี่ยวกับการใช้บริการ Mobile Banking มากที่สุด ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการใช้ Mobile Banking ในเชิงบวกแต่ก็ยังคงมีระดับต่ำ ดังนั้นธนาคารควรส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับการใช้ Mobile Banking โดยประชาสัมพันธ์และรณรงค์เชิงบวกเกี่ยวกับการใช้บริการ ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ และผ่านผู้มีอิทธิพลทางความคิดในกลุ่มวัยทำงาน เพื่อเสริมแรงสนับสนุนจากสังคมและคนรอบข้าง

5. การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจ มีระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง ท่านไม่รู้สึกรีดรื้อหรือวิตกกังวล หากท่านใช้บริการ Mobile Banking แล้วเกิดความผิดพลาดขึ้นมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการยังมีความกังวลทางใจอยู่ ธนาคารควร มีการจัดทำคู่มือหรือวิดีโอแนะนำ วิธีแก้ไขเมื่อพบเจอปัญหา เช่น โอนเงินผิดบัญชี เงินไม่เข้า เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ

6. การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย ระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในเรื่อง ท่านไม่กังวลว่าใช้บริการ Mobile Banking แล้วจะมีมิจฉาชีพหลอกดูดเงินในบัญชีของท่านออกไปมากที่สุด ผู้ใช้บริการยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับภัยไซเบอร์ เช่น มิจฉาชีพหลอกดูดเงิน ธนาคารควรเพิ่มการสื่อสารให้ชัดเจนถึงมาตรการรับประกันความปลอดภัย เช่น หากเกิดความเสียหายจากระบบของธนาคาร ทำการประชาสัมพันธ์มาตรการรักษาความปลอดภัยของระบบอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงให้ความรู้แก่ผู้ใช้งานในการป้องกันตนเองจากภัยคุกคามทางไซเบอร์

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากขึ้น เพิ่มกลุ่มวัยสูงอายุ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมข้ามช่วงวัย และทำให้ผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking เช่น ความถี่ในการใช้งาน ความรู้ด้านดิจิทัล หรือความสามารถในการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดข้อผิดพลาดระหว่างใช้งาน

3. ควรศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงคุณภาพกับผู้ที่ยังไม่ใช้ Mobile Banking ว่าเกิดจากปัจจัยใด และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณควบคู่กัน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

4. ควรศึกษาโดยเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ระหว่างพื้นที่ ที่มีความต่างกัน เช่น เขตเมืองกับชนบท หรือ จังหวัดที่มีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่จะส่งผลเหมือนหรือต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (ม.ป.ป.). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร.

<http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage>.

ชลภา รอดศิริ. (2565). พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

เถลิงรัฐ โสวัณณะ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile banking ของคน Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทิพย์วรรณ ทองสวัสดิ์. (2565). การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งาน LINE BK ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (31, มีนาคม 2568). ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking.

https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=949&language=TH

พินนภัทร์ ฤทธิชัย. (2563). การรับรู้ความเสี่ยงและการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารกสิกรไทยในจังหวัดสระบุรี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วรสินน์ พานิชกุล. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีและความตั้งใจที่จะใช้โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ศศิธร พุ่มขจร (2563). การศึกษาความเสี่ยงในการใช้ระบบพร้อมเพย์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.

สราวัลย์ ตั้งปทุมชาติ และ จริญญา ปานเจริญ. (2562). พฤติกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. มหาลัษฏ์ธุรกิจบัณฑิต

.สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). กองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี. <https://www.thaipoliceonline.go.th/>

- Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk-taking. In R. S. Hancock, ed. Proceedings of the 43rd Conference of the American marketing association (pp. 389-398). New York: Harvard University Press.*
- Belch, G.E. & Belch, M.A. (2005). Advertising and promotion: an integrated marketing communications Perspective. (6th ed.). Boston: McGraw-Hill.*
- Demirdogen, O., Yaprakli, S., Yilmaz, M.K., & Husain, J. (2010). Customer Risk Perceptions of Internet Bang - A Study in Turkey. The Journal of Applied Research, 26(6), 57-67.*
- Kotler, P. (2009). Marketing Management. N.J. : Pearson Prentice Hall.*
- Kotler P., & Keller, L. (2012). Marketing Management (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.*