



การค้นคว้าอิสระ

การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน

ของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

Technology Acceptance affecting Decision using Transactions to the

Head Office of Thai Military Bank Public Company Limited

นางสาว จุฑารัตน์ แว่ววิเชียร

6017100025

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

พุทธศักราช 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสยาม



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขา การจัดการทั่วไป

บัณฑิตวิทยาลัย สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง

การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

นามผู้วิจัย

นางสาวจุฑารัตน์ แว่ววิเชียร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยอาจารย์ที่ปรึกษา วันที่ 27 เดือน 12 พ.ศ. 2562

(ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร. จอมพงศ์ มงคลวนิช)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 16 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2562

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องการศึกษาอิสระ : การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่

โดย : นางสาว จุฑารัตน์ แววิเชียร

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเอก : การจัดการทั่วไป

อาจารย์ที่ปรึกษา :


(ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ)
๙๗ / ๒๕๖๔ / ๒๕๖๔

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจลักษณะของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ และเพื่อศึกษาการยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ส่วนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อาชีพ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับทางเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านความจำเป็นในการใช้

บริการ ด้านการศึกษาข้อมูลในการให้บริการ ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับ และด้านการ
แนะนำการให้บริการ ที่นัยสำคัญทางสถิติ 0.5

คำสำคัญ: การยอมรับทางเทคโนโลยี การตัดสินใจให้บริการ ธุรกิจทางการเงิน



Abstract

Research Title : Technology Acceptance affecting Decision using Transactions to the Head Office of Thai Military Bank Public Company Limited

Researcher : Miss Jutharat Waewwichian

Degree : Master of Business Administration

Major : General Management

Advisor :

(Dr. Rungroje Songsraboon)

April / 27 / 2019

This research objectives aimed to study the personal factors of transaction users to the head office of Thai Military Bank Public Company Limited (TMB) and to study technology acceptance affecting decision using transactions to the head office of TMB. This research was a quantitative research, and the sample group was transaction users to the head office of TMB 400 people. The sampling was purposive sampling, and the questionnaires were implemented to collect data. Additionally, data was statistically analyzed using frequency distribution, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis testing used Chi-Square.

The research results revealed that the majority of transaction users were women, between 20-30 years old, worked for private company/employee, Bachelor degree and earned between 20,001-30,000 Baht per month. The results of the hypothesis testing showed that technology acceptance affecting users decision to make transactions decision using transactions to the head of TMB is required, transaction service information, benefits and recommendation of the service is 0.5 in the statistical significance.

Keywords: Technology acceptance, Service decision, Transaction

Approved

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่ง ด้วยความกรุณาอย่างสูงของ ดร. รุ่งโรจน์ สงสระบุญ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำและเสนอข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนตรวจทานและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัยจนสามารถนำความรู้มาใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคน ผู้ซึ่งเป็นทั้งแรงบันดาลใจคอยให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยเชื่อว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่น่าสนใจจะศึกษาวิจัย ได้เป็นอย่างดีสืบไป

จุฑารัตน์ แววิเชียร

พ.ศ. 2562

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
1.5 สมมติฐาน	5
1.6 ขอบเขตการวิจัย	5
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค	10

2.3 ประวัติแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	12
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	17
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.3 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	19
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	22
4.1 ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	22
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	24
4.3 ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน	30
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	35
5.1 สรุปผลการวิจัย	35
5.2 อภิปรายผล	38
5.3 ข้อเสนอแนะ	39
บรรณานุกรม	41
ภาคผนวก	43
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	44
ภาคผนวก ข การแสดงผลค่าความเชื่อมั่น	51
ภาคผนวก ค การแสดงผลข้อมูลทางสถิติและสมมติฐาน	53
ประวัติผู้วิจัย	69

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking พ.ศ.2556 – 2560	2
4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากร	23
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน	24
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความง่ายในการใช้งาน ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน	25
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความตั้งใจในการใช้งาน ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน	26
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ	27
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความตั้งใจในการใช้งาน ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน	28
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน	29
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การยอมรับทางเทคโนโลยีที่ใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงิน	30
4.9 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี กับการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย ด้านความจำเป็นในการใช้บริการ	31
4.10 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี กับการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ	32
4.11 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี กับการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์	33
4.12 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี กับการตัดสินใจใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย ด้านแนะนำการให้บริการ	34

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 โลโก้ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)	3
1.2 จำนวนผู้ใช้งาน ทีเอ็มบี ทช รายใหม่ พ.ศ.2558	3
1.3 เปรียบเทียบการทำธุรกรรมผ่านช่องทางต่างๆ (2557-2558)	4
1.4 กรอบแนวคิด	5
2.1 แสดงแบบจำลองการยอมรับทางเทคโนโลยี TAM (Davis et al,1989)	9
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ของผู้บริโภคร (Kotler,1997)	10

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์นี้ไม่พ้นเรื่องของเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมไม่ว่าจะเป็นระบบโทรทัศน์ที่มีการปรับเปลี่ยนคุณภาพไปสู่ระบบดิจิทัลทีวี (Digital TV) หรือระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พัฒนาให้สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ ทำให้มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารพูดคุย ประชุมได้ถึงกันแบบไร้พรมแดน กลายเป็นสังคมออนไลน์ รวมถึงการทำงานร่วมกันหรือเก็บบันทึกไฟล์ต่างๆ ไว้บนอินเทอร์เน็ตด้วยเทคโนโลยี Cloud Computing ซึ่งพร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา

โลกยุคการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบัน สามารถทำให้เราสามารถฝากโอนเงินกันได้ง่ายมากขึ้นโดยผ่านระบบ Mobile Banking แทนที่จะต้องเดินไปทำรายการที่ธนาคารโดยตรงแบบในสมัยก่อน การจับจ่ายซื้อสินค้าบนอินเทอร์เน็ตที่มีให้เห็นกันจนชินตา มีการเชื่อมโยงข้อมูลเข้าถึงกันโดยจากเดิมที่มีผู้ใช้กลุ่มเล็กๆก็เริ่มมีการติดต่อ แลกเปลี่ยนด้วยปลายนิ้วสัมผัส จึงขยายเป็นวงกว้างและแพร่หลายมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้เกิดกระแสการตื่นตัวเรื่องการให้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นอย่างมาก จากสถิติธนาคารแห่งประเทศไทย ธุรกิจการชำระเงินผ่าน Mobile Banking พบว่าบัญชีที่ถูกค้าใช้บริการ ปริมาณรายการที่ทำธุรกรรมและมูลค่ารายการมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกด้วย ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking

พ.ศ.2556 – 2560

	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557	ปี 2556
ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Internet					
Banking					
จำนวนบัญชีที่ถูกค้าใช้บริการ 2/	20,480,268	15,095,696	11,901,117	10,159,971	8,033,061
ปริมาณรายการ(พันรายการ)	248,478	240,461	186,237	188,409	161,784
มูลค่ารายการ(พันล้านบาท)	23,513	29,706	23,630	20,500	19,548
ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile					
Banking					
จำนวนบัญชีที่ถูกค้าใช้บริการ 2/	31,641,487	20,883,147	13,918,815	6,229,960	1,164,796
ปริมาณรายการ(พันรายการ)	1,228,270	584,983	263,923	109,350	57,199
มูลค่ารายการ(พันล้านบาท)	8,997	5,361	2,800	1,364	752

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561)

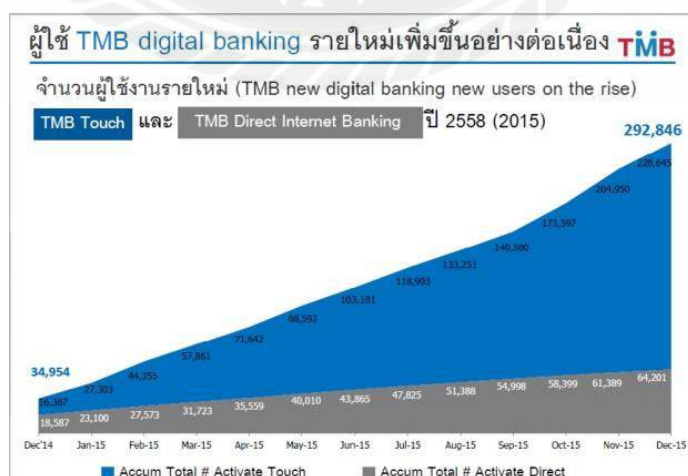
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ก่อตั้งโดย ฯพณฯ พลเอก สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้รับจัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินธุรกิจธนาคารพาณิชย์ตามพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ พ.ศ.2488 ธนาคารเปิดให้ดำเนินการอย่างเป็นทางการในปี 2500 ณ สำนักงานใหญ่ ถนนราชดำเนิน โดยมีประเภทบริการที่จำกัดและมุ่งให้บริการทางการเงินแก่หน่วยงานทหารและข้าราชการทหารเป็นหลัก และได้พัฒนาเติบโตขึ้นขยายขอบเขตการให้บริการทางการเงินสู่ภาคธุรกิจและเอกชนรวมถึงลูกค้าประชาชนเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองต่อนโยบายของทางการ ปี 2544 ธนาคารมีการปรับโครงสร้างองค์กรโดยการจัดตั้งหน่วยงานสายการตลาดเพื่อทำหน้าที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายบริการของธนาคาร นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งหน่วยงานด้านการบริหารความเสี่ยงในด้านสินเชื่อและสำนักงานกำกับการณ์ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ทางการทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะโครงการพัฒนาระบบการให้บริการลูกค้า พัฒนาระบบ Credit Scoring ระบบ Trade Finance ระบบ Treasury รวมทั้งระบบงาน Retail Banking จนถึงปี 2548 ธนาคารได้รวมกิจการกับธนาคารดีบีเอส ไทยทุน และบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม ซึ่งการรวมกิจการดังกล่าวส่งผลให้เป็นธนาคารใหม่ที่สมบูรณ์แบบและได้ทำการ Re-Branding เปลี่ยนชื่อภาษาอังกฤษ ของธนาคารเป็น TMB Bank Public Company Limited เปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับสถาบันการเงินที่ให้บริการครบวงจร



ภาพที่ 1.1 โลโก้ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

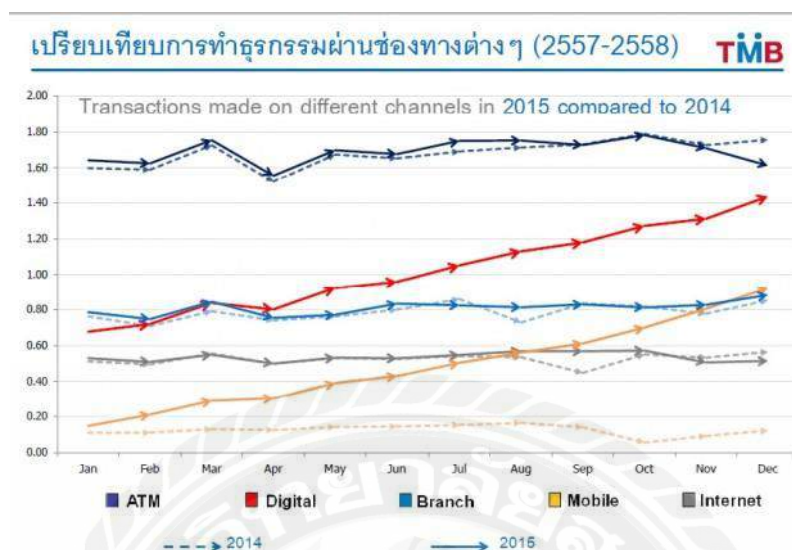
ที่มา : <https://www.tmbbank.com> (2561)

แนวโน้มของ Digital Banking ในปี 2558 มีจำนวนลูกค้าใหม่ที่หันมาใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพิ่มขึ้นกว่า 750% จาก 34,954 ราย เมื่อสิ้นปี 2557 เป็น 292,846 ราย ณ สิ้นปี 2558 และเมื่อมาดูพฤติกรรมผู้บริโภคจะพบว่า มีจำนวนผู้ใช้ที่เข้าถึงบริการทางการเงิน เฉพาะ Mobile Banking เติบโตกว่า 1,009% ขณะที่จำนวนผู้ใช้เฉพาะ Internet Banking เริ่มหดตัวลง 43% และสุดท้ายมีจำนวนผู้ใช้บริการทั้งสองระบบ เติบโตกว่า 258% เมื่อหันมาดูเฉพาะจำนวนธุรกรรมผ่านช่องทางต่างๆ พบว่าช่วงปีที่ผ่านมามีการทำธุรกรรมผ่านระบบดิจิทัลเพิ่มขึ้นมากกว่าการทำธุรกรรมผ่านตู้เอทีเอ็ม



ภาพที่ 1.2 จำนวนผู้ใช้งาน ทีเอ็มบี ทซ์ รายใหม่ พ.ศ.2558

ที่มา : <https://www.tmbbank.com> (2561)



ภาพที่ 1.3 เปรียบเทียบการทำธุรกรรมผ่านช่องทางต่างๆ (2557-2558)

ที่มา : <https://www.tmbbank.com> (2561)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้นวัตกรรมใหม่ๆจะถูกคิดค้นขึ้นอยู่ตลอดเวลา การก่อกำเนิดของเทคโนโลยีเหล่านี้ย่อมมีผลตามมาทั้งในแง่ลบและแง่บวกเสมอ มีการใช้เทคโนโลยีในทางที่ไม่ถูกต้องโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อตนเองและสังคม เห็นได้จากข่าวโจรกรรมข้อมูลทางการค้า การดักฟังข้อมูลทางโทรศัพท์ หรือการสร้างข่าวที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย หากไม่มีหน่วยงานที่ดูแลด้านนี้โดยเฉพาะอาจทำให้สังคมวุ่นวายเป็นอย่างมาก

1.2 คำถามการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีลักษณะเป็นอย่างไร
2. การยอมรับทางเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ในด้านใด

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจลักษณะของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

2. เพื่อศึกษาการยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัยได้มีกำหนดตัวแปรต้น ตัวแปรร่วม และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิด

1.5 สมมติฐานการวิจัย

H1 : การยอมรับทางเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

1.6 ขอบเขตในการวิจัย

1. ตัวแปร

1.1 ตัวแปรต้น

การยอมรับเทคโนโลยี

- การรับรู้ถึงประโยชน์
- ความง่ายในการใช้งาน
- ความตั้งใจในการใช้งาน
- ทศนคติที่มีต่อการใช้
- การนำมาใช้งานจริง

1.2 ตัวแปรตาม

การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

สำนักงานใหญ่

- ด้านความจำเป็นในการใช้บริการ
- ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ
- ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์
- ด้านแนะนำการให้บริการ

2. พื้นที่

ศึกษาครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ตัวแปรที่ศึกษา

1.ตัวแปรต้น (Independent Variable)

การยอมรับทางเทคโนโลยี

- การรับรู้ถึงประโยชน์
- ความง่ายในการใช้งาน
- ความตั้งใจในการใช้งาน
- ทศนคติที่มีต่อการใช้
- การนำมาใช้งานจริง

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่

- ด้านความจำเป็นในการใช้บริการ
- ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ
- ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์
- ด้านแนะนำการให้บริการ

1.7 นิยามคำศัพท์

ผู้วิจัยได้นำตัวแปรมากำหนดคำนิยามคำศัพท์เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือวิจัยให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ดังต่อไปนี้

ทีเอ็มบี ทักษ หมายถึง แอปพลิเคชันที่ใช้ในการทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์ โอนเงิน จ่ายบิล เติมเงิน ตรวจสอบยอดเงิน อัตราดอกเบี้ย รวมไปถึงรายการเคลื่อนไหวของบัญชี แจ้งข่าวสาร และข้อเสนอพิเศษต่างๆจากธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

แอปพลิเคชัน หมายถึง โปรแกรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ออกแบบมาสำหรับโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้ตรงความต้องการของผู้ใช้งานมิให้ดาวน์โหลดฟรีและเสียเงิน มีทั้งในด้านการสื่อสาร และความบันเทิงต่างๆ

Mobile Banking หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์โดยใช้โทรศัพท์มือถือ เช่น โอนเงิน เติมเงิน จ่ายบิล

ธุรกรรมทางการเงิน หมายถึง การทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเงิน ฝาก ถอน โอน จ่าย

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง แบบในการตัดสินใจการยอมรับทางด้านเทคโนโลยีโดยบอกให้เห็นถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคล

การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นการใช้งานบริการจะมีส่วนช่วยในการใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดผลดี ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล

ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) หมายถึง การใช้งานที่สะดวก ง่าย ตรงกับความต้องการ

ความตั้งใจในการใช้งาน หมายถึง ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล มีพฤติกรรมที่สนใจเทคโนโลยีมากเพียงใด

การนำมาใช้งานจริง หมายถึง การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินได้จริงและมีข้อมูลที่นำมาใช้งานไม่มีความผิดพลาด

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการที่ได้ผ่านการคิด ประเมินอย่างเหมาะสมแล้วว่าเป็นทางที่สามารถทำให้บรรลุความต้องการของผู้ใช้บริการ

ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่ใช้งานธุรกรรมทางการเงิน ที่เอ็มบี พัส

อินเทอร์เน็ต หมายถึง เครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันเป็นจำนวนมาก ครอบคลุมไปทั่วโลก อินเทอร์เน็ตนั้นอาศัย โครงสร้างระบบสื่อสารโทรคมนาคม เป็นตัวกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการประยุกต์ใช้งานหลากหลายรูปแบบ เป็นทั้งเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ และเครือข่ายของเครือข่าย เพราะ ประกอบด้วยเครือข่ายย่อย เป็นจำนวนมากต่อเชื่อมเข้าด้วยกันภายใต้มาตรฐานเดียวกันจนเป็น เครือข่ายขนาดใหญ่ เครือข่ายสาธารณะที่ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของ ทำให้การเข้าสู่เครือข่ายเป็นไปได้อย่างเสรี ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์สากลที่เชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ภายใต้มาตรฐานการสื่อสารเดียวกัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารและสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก

ทัศนคติ หมายถึง การแสดงความคิดเห็นเมื่อถูกถามเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความรู้สึกส่วนตัวที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวก ด้านลบ ภาวะทางจิตใจของการเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้ ปรับตัวต่อสถานการณ์ต่างๆ

แรงจูงใจ หมายถึง การที่มีสิ่งกระตุ้นมาทำให้เรามีความพยายามในการทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่เราได้วางไว้ การจูงใจเป็นสิ่งที่ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) หมายถึง ธนาคารที่ให้บริการแก่ลูกค้าทั่วไปทั้งลูกค้าบุคคลและลูกค้าธุรกิจ เป็นธนาคารในประเทศไทยเพียงธนาคารเดียวที่ลูกค้าสามารถใช้บริการถอนเงิน ฝากเงิน และ โอนเงิน ในระหว่างบัญชีของธนาคารทหารไทยด้วยกันทั่วประเทศ โดยไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมข้ามเขต ไม่ว่าจะผ่านช่องทางบริการสาขา เอทีเอ็ม เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ อินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

2. ทราบถึงการยอมรับทางเทคโนโลยีแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

บทที่ 2

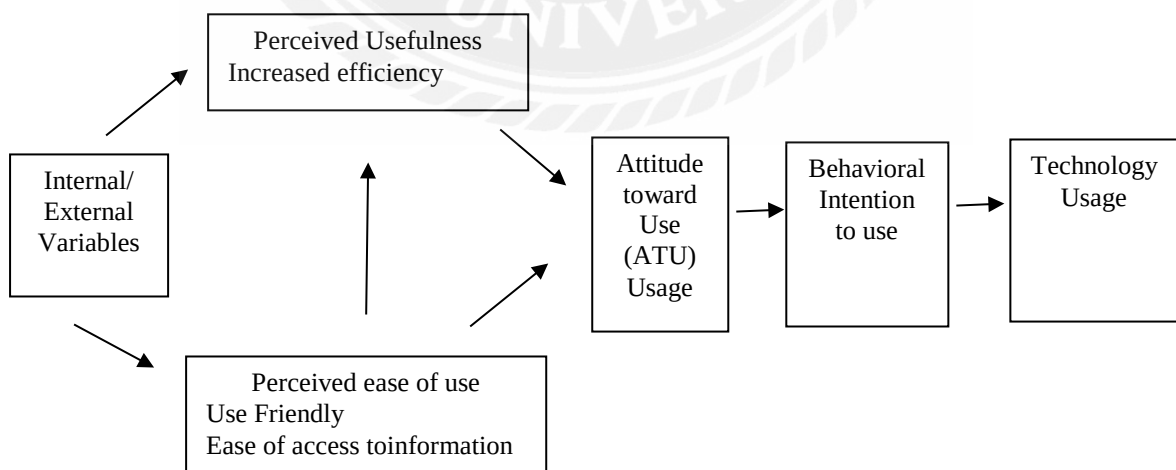
แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการนำเสนอผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น ส่วน

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค
- 2.3 ประวัติแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับทางเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM) ถูกคิดค้นโดย Fred Davis (1985) โดยทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับกันในวงกว้าง เพราะเป็นแบบจำลองที่สร้างขึ้นมานบนพื้นฐานข้อเท็จจริง สามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากช่วงเวลาที่ แบบจำลองนี้ถูกค้นพบ ได้มีการนำมาดัดแปลง ประยุกต์และสร้างความสัมพันธ์กับ แบบจำลองของ Fishbein and Ajzen (1975) ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล



ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองการยอมรับทางเทคโนโลยี TAM

ที่มา : Davis (1989)

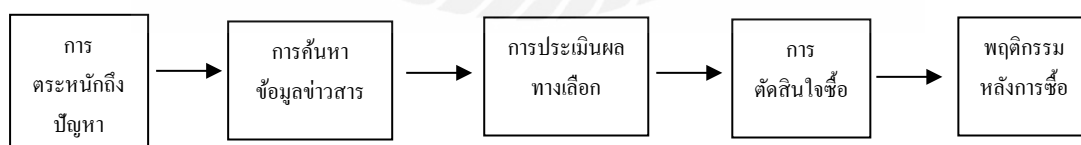
องค์ประกอบแบบจำลองการยอมรับทางเทคโนโลยี ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ดังนี้

- การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) คือระดับความเชื่อของผู้ใช้งานในการใช้เทคโนโลยีที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ระดับความเชื่อของผู้ใช้งานเทคโนโลยีที่มีความง่ายในการใช้งานโดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก
- ทักษะคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) คือทัศนคติของผู้ใช้งานที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี โดยจะนำไปสู่พฤติกรรมที่มีต่อเทคโนโลยี ซึ่งทัศนคติที่มีต่อการใช้งานได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
- พฤติกรรมของผู้ใช้งาน (Behavioral Intention) คือ พฤติกรรมของผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น โดยพฤติกรรมที่ผู้ใช้แสดงออกมาส่งผลโดยตรงต่อการใช้งานเทคโนโลยี

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ

นัตยาพร เสมอใจ (2557) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากที่ได้พิจารณา หรือประเมินเป็นอย่างดีแล้ว โดยจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายใต้จิตใจของผู้บริโภค

ภาวณิ กาญจนภา (2558) ได้กล่าวถึง ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้



ภาพที่ 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน ของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler (1997)

การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) คือการที่ผู้บริโภคเล็งเห็นความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นจริงกับสภาพที่ปรารถนา ในปริมาณที่มากพอที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรม การตระหนักถึงปัญหานี้อาจเกิดขึ้นจากการที่ผู้บริโภคสัมผัสต่อตัวกระตุ้น ทั้งจากภายในตัวของ

ผู้บริโภคเองหรือจากตัวกระตุ้นภายนอก ที่เข้ามากระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการหรือความจำเป็นของผู้บริโภค

การค้นหาลำข้อมูลข่าวสาร (Information Search) หลังจาก que ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหา จะเริ่มต้นกระบวนการค้นหาลำข้อมูลข่าวสารโดยที่ผู้บริโภคจะค้นหาลำข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารภายในตัวของผู้บริโภคเอง (Internal Search) เป็นลำดับแรก จากการค้นหาลำข้อมูลข่าวสารภายในตัวของผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคพบว่า จากประสบการณ์ที่ผ่านมาและความรู้ที่ผู้บริโภคมีอยู่ไม่เพียงพอแก่การตัดสินใจ ผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคอย่างมาก มีอายุการใช้งานที่ยาวนานเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเทคโนโลยีหรือคุณลักษณะซับซ้อน ผู้บริโภคจะทำการค้นหาลำข้อมูลจากภายนอก โดยแหล่งข้อมูลข่าวสารจากภายนอก (External Search) สามารถแบ่งได้ดังนี้

- แหล่งข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล (Personal Source) เช่น เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดของผู้บริโภค หรือการพูดปากต่อปาก เป็นต้น
- แหล่งข้อมูลข่าวสารสาธารณะ (Public Sources) เช่น แหล่งข้อมูลทฤษฎีที่ได้มีการตีพิมพ์หรือเผยแพร่โดยผ่านสื่อต่างๆ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร เป็นต้น
- แหล่งข้อมูลที่มีการตลาดครอบครอง (Marketer-dominated Sources) เป็นข้อมูลจากผู้ขาย ได้แก่ โฆษณา พนักงานขาย การจัดแสดง ณ จุดขาย หรือแหล่งข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต

การประเมินผลทางเลือก (Alternative Evaluation) ภายหลังจากที่ผู้บริโภคทำการเก็บรวบรวมข่าวสาร ผู้บริโภคจะทำการประเมินผลทางเลือก โดยผู้บริโภคจะตั้งเกณฑ์การประเมินทางเลือกของผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะตัดสินใจเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคเล็งเห็นว่ามีความสำคัญหรือเชื่อว่าตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการใดทำหน้าที่ได้ดีในคุณลักษณะดังกล่าว โดยกระบวนการทางเลือกของผู้บริโภคสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

- ทางเลือกที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้สึก (Affective Choice) ทางเลือกที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้สึก เป็นการประเมินผลิตภัณฑ์ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้สึก ความชอบหรืออารมณ์ที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะไม่ได้ใช้กฎเกณฑ์แน่นอนหรือตายตัวในการตัดสินใจ
- ทางเลือกที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณลักษณะ (Attributed-based Choice) ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการแต่ละตราหือ
- ทางเลือกที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทัศนคติ (Attitude-based Choice) ผู้บริโภคจะใช้ทัศนคติ ความประทับใจ สัญลักษณ์ หรือวิธีการอื่นๆ โดยที่ไม่ได้ทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการในขณะที่ทำการตัดสินใจ

การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) โดยปกติผู้บริโภคจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการแต่ละชนิดแตกต่างกัน

พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) ผู้บริโภคจะทำการประเมินผลทางเลือกที่ตนเองได้ทำการเลือกภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นการพิจารณาความพอใจหรือความไม่พอใจจากประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้บริโภคกับผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจริง หากผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปได้ดีกว่าความคาดหวัง ของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจและมีการเรียนรู้จากประสบการณ์

2.3 ประวัติแอปพลิเคชันธุรกรรมทางการเงินธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน)

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ได้เปิดให้ใช้บริการ ทีเอ็มบี ทัทช์ (TMB TOUCH) โมบาย แบนคกิ้ง เป็นการให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ ใช้งานแบบทันสมัย เข้าถึงง่าย สามารถใช้ได้ทุกที่ทุกเวลา ประหยัด และมีความปลอดภัยระดับมาตรฐานสากล ใช้แพลตฟอร์มเดียวกันกับระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ข้อมูลเป็นชุดเดียวกัน สามารถทำธุรกรรมโอนเงิน ถอนเงิน สามารถตั้งซื้อบัญชีต่างๆด้วยตนเองง่ายต่อการจดจำ ทีเอ็มบีทัทช์ ถูกออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย ทุกที่ทุกเวลา พร้อมกับระบบความปลอดภัยที่เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้ธุรกรรมง่าย มีการสรุปบัญชี จะสามารถเห็นบัญชีที่เปิดไว้กับธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) บัญชีเงินฝาก บัตรเครดิต และสินเชื่อประเภทต่างๆ โดยระบบจะแสดงสัดส่วนเงินฝากเป็นบัญชีเพื่อใช้ บัญชีเพื่อออม และบัญชีฝากประจำ เพื่อช่วยให้สามารถบริหารเงินได้สะดวกขึ้นเพราะเห็นสัดส่วนของเงินในแต่ละประเภทบัญชีได้อย่างชัดเจน

- การโอนเงิน สามารถโอนได้ทันทีเมื่อต้องการ โอนระหว่างบัญชีตนเอง โอนให้บุคคลอื่น สามารถเลือกได้ว่าจะโอนไปยังเลขที่บัญชี หรือเบอร์โทรศัพท์มือถือ หมายเลขบัตรประชาชน หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษีของผู้สมัครบริการ พร้อมเพย์ และสามารถโอนไปยังบัญชี E-Wallet ผ่านบริการพร้อมเพย์ สามารถตั้งรายการโอนล่วงหน้า หรือสั่งโอนชำระรายการเดิมได้ง่ายเพื่อตอบโจทยความคล่องตัวสูงสุดในการทำธุรกรรม
- การจ่ายบิล สามารถจ่ายค่าไฟ ค่าบัตรเครดิต ค่าน้ำ ค่าอินเทอร์เน็ต ด้วยการสแกนบาร์โค้ดได้อย่างรวดเร็ว
- การเติมเงิน สามารถทำธุรกรรมเติมเงินต่างๆ เติมเงินบัตรทางด้วย เติมเงินมือถือระบบเติมเงิน เช่น ดีแทค เอไอเอส หรือทรูมูฟ เป็นต้น

- บริการถอนเงินสดไม่ใช้บัตร สามารถถอนเงินสดได้จากตู้ ATM ธนาคารทหารไทยจำกัด มหาชน ได้ทั่วประเทศฟรีโดยไม่จำกัดจำนวนครั้ง ตลอด 24 ชั่วโมง
- บริการเปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ โดยระบบแบ่งบัญชีเป็น 3 ประเภท เพื่อให้ลูกค้าสามารถ เห็นสัดส่วนเงินฝากในบัญชีและวางแผนการจัดการทางการเงินได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น โดยมี บัญชีที่สามารถเปิดออนไลน์ได้ ดังนี้
 1. ประเภทบัญชีเพื่อใช้
 - บัญชีที่เอ็มบี ออลล์ฟรี
 2. ประเภทบัญชีเพื่อออม
 - บัญชีดรีมเซฟวิ่ง
 - บัญชีฝากไม่ประจำ
 - บัญชีเงินฝากออมทรัพย์แทนความห่วงใย
 3. ประเภทบัญชีฝากประจำ
 - บัญชีเงินฝากประจำทั่วไป 3/6/12/24/36 เดือน
 - บัญชีออฟ แอนด์ ออฟ 24 เดือน
 - บัญชีดอกเบี๋ยค่า 12 เดือน
 - บัญชีดอกเบี๋ยค่า 3 เดือน
- บริการเดือนเพื่อจ่าย เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกให้บุคคลทั่วไป หรือบริษัทผู้ขาย สินค้าและบริการ เบี้ยประกัน ฯลฯ ที่สมัครบริการพร้อมเพย์ สามารถส่งแจ้งเดือนเพื่อจ่าย (หรือคำสั่งเรียกเก็บเงิน) ผ่านระบบพร้อมเพย์ไปยังผู้ชำระเงิน โดยเมื่อผู้ชำระเงินได้รับคำสั่ง แล้วสามารถจ่ายเงินได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องระบุผู้รับเงินปลายทางหรือจำนวนเงินอีกต่อไป บริการเดือนเพื่อจ่ายจะทำให้ลูกค้าไม่พลาดทุกการจ่ายที่สำคัญ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภคจิรา นิลเกษม (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารบน Internet ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จ.ปทุมธานี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการยอมรับทางเทคโนโลยีและทัศนคติมีผลต่อการใช้บริการบน Internet โดยพนักงานแนะนำ สมัครใช้บริการธนาคารบน Internet โดยยื่นใบสมัครที่สาขา เหตุผลที่ใช้บริการธนาคารบน Internet เพราะประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับทางเทคโนโลยี ทัศนคติ และการตัดสินใจใช้บริการ

การยอมรับทางเทคโนโลยี มีความสำคัญมาก ในข้อที่เทคโนโลยีมีความหลากหลายของบริการ รองลงมา เทคโนโลยีมีความสะดวกใช้งานได้ตลอดเวลาและทัศนคติ โดยรวมอยู่ระดับความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยรวมอันดับแรกมีการอธิบายวิธีการใช้งานและขั้นตอนการให้บริการไม่ซ้ำซ้อน และสามารถติดต่อกับ Call Center ของธนาคารได้ทันที

วรรณพร หวลมานพ (2558) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความบ่อยครั้งในการใช้งานแอปพลิเคชัน K-mobile ในลักษณะการใช้โอนเงินในบัญชีกสิกรไทยและต่างธนาคารมากที่สุด รองลงมาระดับปานกลางใช้สอบถามยอดและรายการเคลื่อนไหวในบัญชีและใช้ชำระและรับเงินค่าซื้อขายออนไลน์ นอกจากนั้นจ่ายค่าสาธารณูปโภค เดิมเงินค่าโทรศัพท์ รับสิทธิพิเศษ ค้นหาที่ตั้งสาขาหรือตู้ ATM เดิมเงินทางด่วนอิชีพาส ซื้อขายกองทุนต่างๆ ขออนุมัติสินเชื่อ ภาพรวมในการใช้แอปพลิเคชันโมบายอยู่ในระดับน้อย อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้ใช้งานไม่ทราบว่ามัลักษณะการให้บริการอื่นนอกเหนือจากการทำธุรกรรมพื้นฐานและกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้แอปพลิเคชันในระดับมาก เป็นผลมาจากกระแสนิยมการใช้สมาร์ตโฟนในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยธุรกิจ E-Commerce ต้องอาศัย Digital Banking ในการดำเนินธุรกิจ

สุรีย์พร เหมืองลิ่ง (2558) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ มี 4 ด้าน

ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในทางบวกต่อความเชื่อมั่นมากที่สุด เนื่องจากความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการเกิดความรู้สึกลดอค้ยทางการเงินรวมถึงมีการแอปที่ใช้งานง่าย ใช้งานได้ทุกที่ ตรงกับความต้องการ

ด้านช่องทางการให้บริการ มีผลในทางบวกต่อความเชื่อมั่นเนื่องจากฟังก์ชันการใช้งานสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ มีร้านค้าที่รองรับการทำรายการผ่าน Mobile Banking

ด้านราคา มีผลต่อความเชื่อมั่น เพราะเมื่อเทียบค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อครั้งของผู้ใช้บริการ หากคิดค่าธรรมเนียมในอัตราที่เหมาะสมจะทำให้เกิดความเชื่อมั่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความเชื่อมั่น เพราะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเกี่ยวกับระบบความปลอดภัยของบริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการเปิดรับข้อมูล

ปิยะนุช วิเชียรพันธุ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับลูกค้านิติบุคคล ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ด้านปัจจัยส่วนนิติ

บุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นบริษัทจำกัดมากที่สุด และห้างหุ้นส่วนจำกัดน้อยที่สุด มีรายได้ต่อปีของบริษัท 1,000 ล้านบาทขึ้นไป และประกอบธุรกิจประเภทอาหาร เครื่องดื่มและการค้า ค้าปลีก ค้าส่งมากที่สุด

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ ผู้ทำรายการมากที่สุด ใช้เรียกดูรายการเดินบัญชีช่องทางที่ทราบข่าวผ่านเว็บไซต์ข่าวสารต่างๆ ทำธุรกรรม Cash Management ผ่านธนาคารไทยพาณิชย์มากที่สุดและให้คะแนน 9 มากที่สุดเมื่อเทียบกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา

ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ให้ความพึงพอใจก่อนและหลังการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ที่พึงพอใจมากที่สุดคือบริการเรียกดูรายการเดินบัญชี โดยระดับคะแนนหลังการใช้บริการมากกว่าระดับคะแนนก่อนการใช้บริการ

ด้านระดับความสำคัญของปัจจัยการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการโดยภาพรวม ด้านกระบวนการให้บริการเป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด ในเรื่องระยะเวลา รองลงมา ผลลัพธ์ เรื่องระบบลมน้อย พนักงานให้คำปรึกษาที่ดีในการแก้ปัญหา ด้านส่งเสริมการตลาดให้เรื่องโปรโมชั่น สะสมยอดความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนนิติบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารโดยมากเป็นธุรกิจเครื่องดื่ม/อาหาร มีความถี่มากที่สุดและมีการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์บุคคลเป็นส่วนใหญ่

ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนนิติบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ บริษัทจำกัดให้ความสำคัญเรื่องใช้ Token ในการอนุมัติรายการ ค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปีในการใช้บริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัดให้ความสำคัญเรื่องรูปภาพกราฟิกที่ใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมไม่ละเลยตา กลุ่มลูกค้าทั่วไปให้ความสำคัญในเรื่องความรวดเร็วทั้งการเข้าสู่ระบบและการใช้บริการอย่างรวดเร็วหลังจากสมัครใช้บริการ

เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์ (2557) ศึกษาเรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับทางเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และการนำมาใช้งานจริงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

อิสราวลี เนียมศรี (2559) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้การใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN

จิตรพร ลาดคก (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางด้านบุคลากร กระบวนการให้บริการมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่แน่นอนดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ สูตร W.G.cochran (1953) ดังนี้

$$n = \frac{P (1 - P) Z^2}{e^2}$$

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม

Z แทน ความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 50% จากประชากรทั้งหมด ต้องการความเชื่อมั่น 95 % และยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณได้คือ $P = .50$ (50%) $Z = 1.96$ (95%) $e = 0.05$ (5%)

$$n = (.50) (1-.50) (1.96)^2 / (0.05)^2$$

$$n = (.50) (.50) (3.8416) / .0025$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้สุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นการศึกษา การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีลักษณะคำถามปลายปิด ได้แก่ เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือนโดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

3.3 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนการศึกษา ดังต่อไปนี้

การสร้างแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ แล้วนำมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลที่ได้จากการศึกษาตามข้อ 1. มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็นส่วนๆ และพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. แบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไข

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้วทดลองใช้ (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่าง ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย จำนวน 40 คน และนำข้อมูลมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbachalpha Coefficient)
6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้และแก้ไขแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เป็นครั้งสุดท้าย เพื่อตรวจสอบและให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดทำแบบสอบถาม สำหรับนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่ข้อง นำมาสังเคราะห์และนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม และนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมและความสอดคล้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือแบบสอบถาม มีวิธีดำเนินการดังนี้

1. ขอนหนังสือจากมหาวิทยาลัยเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง
2. ประสานงานกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำเครื่องมือไปเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของกลุ่มตัวอย่างในการตอบข้อคำถามตามเครื่องมือแต่ละชุดให้สมบูรณ์ แล้วนำผลการตอบไปจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
4. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามในส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล โดยนำข้อมูลมาคำนวณและวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) อธิบายตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และใช้ค่ามัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าพิสัย (Rang) อธิบายตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และการยอมรับทางเทคโนโลยี ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดประเภทช่วง

วิเคราะห์ระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้วยวิธีการคำนวณค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากนั้นนำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์แปลความหมายของ ประคอง กรรมสูตร (2542) ที่กำหนดไว้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

- ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

- ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541:40)

$$\begin{array}{lll} \text{เมื่อ } \bar{X} & \text{แทน ค่าเฉลี่ย} \\ \sum X & \text{แทน ค่าผลรวมของคะแนนทั้งหมด} \\ n & \text{แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \end{array}$$

2.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ล้วน สายยศ และอังคณา 2540: 53)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

$$\begin{array}{lll} \text{เมื่อ } S & \text{แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน} \\ \sum x^2 & \text{แทน ค่าผลรวมของคะแนนแต่ละตัว ยกกำลังสอง} \\ (\sum x)^2 & \text{แทน ค่าผลรวมของคะแนนทั้งหมด ยกกำลังสอง} \\ n & \text{แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง} \end{array}$$

3. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถาม

3.1 หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543:126)

$$\begin{array}{lll} \text{เมื่อ } \alpha & \text{แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ} \\ n & \text{แทน ค่าจำนวนของแบบคำถาม} \end{array}$$

$$\sum s_i^2 \quad \text{แทน ค่าผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ}$$

$$\sum s_i^2 \quad \text{แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้ง}$$

ฉบับ

3.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hartung, 2001: 300) มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$X^2 = \sum_{i=1} \sum_{j=1} \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

χ^2	แทน	ค่าไคสแควร์
O_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่ได้จากการทดลองปฏิบัติ
E_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่คิดว่าควรจะเป็นหรือตามทฤษฎี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการตอบแบบสอบถาม การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และจัดเรียงลำดับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย แบ่งเป็น 4 ตอน

4.1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังข้อมูลในตารางที่ 4.1

4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการยอมรับทางเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังข้อมูลในตารางที่ 4.2 – 4.8

4.3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ดังข้อมูลในตาราง 4.9 – 4.12

4.1 ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	194	48.5
หญิง	206	51.5

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากร	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
อายุต่ำกว่า 20 ปี	20	5.0
อายุ 20 – 30 ปี	131	32.8
อายุ 31 – 40 ปี	114	28.5
อายุ 41 – 50 ปี	100	25.0
อายุ 50 ปีขึ้นไป	34	99.8
3. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	60	15.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	130	32.5
ทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	149	37.3
ธุรกิจส่วนตัว	61	15.3
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	21.3
ปริญญาตรี	250	62.5
สูงกว่าปริญญาตรี	65	16.3
5. ระดับรายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000บาท	51	12.8
10,000 – 20,000	131	32.8
20,001 – 30,000	149	37.3
30,000 บาทขึ้นไป	69	17.3

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 20 - 30 ปี ทำงานบริษัทเอกชน /รับจ้าง ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี และระดับรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

การรับรู้ถึงประโยชน์	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) ที่เอ็มบี ทช ช่วยให้คุณได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว	4.41	.53	มาก
ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทช ช่วยให้คุณได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	4.16	.40	มาก
ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทช มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพ การใช้งานของท่าน	4.31	.52	มาก
รวม	4.21	.48	มาก

จากตาราง 4.2 พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.21$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ช่วยให้คุณได้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว ($\bar{x} = 4.41$) รองลงมา คือ ช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งาน($\bar{x} = 4.31$) สุดท้ายมีส่วนที่ช่วยให้คุณได้รับข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้อง ($\bar{x} = 4.57$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน ความง่ายในการใช้งาน ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ความง่ายในการใช้งาน	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ แยกเป็นสัดส่วน ง่ายต่อการใช้งาน	4.35	.51	มาก
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย	4.31	.51	มาก
ท่านสามารถใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.37	.55	มาก
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้งาน	4.32	.54	มาก
รวม	4.46	.52	มาก

จากตาราง 4.3 พบว่า ด้านความง่ายในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.46$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ใช้ผ่านระบบออนไลน์ได้ 24 ชั่วโมง ($\bar{x} = 4.37$) รองลงมา คือ แยกเป็นสัดส่วน ง่ายต่อการใช้งาน ($\bar{x} = 4.35$) และปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้ ($\bar{x} = 4.32$) อันดับสุดท้ายช่วยให้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่ายขึ้น ($\bar{x} = 4.31$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน ความตั้งใจในการใช้งาน ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ความตั้งใจในการใช้งาน	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ตั้งใจจะใช้งานธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ต่อไปในอนาคต	4.34	.53	มาก
ตั้งใจที่จะเลือกใช้ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน	4.26	.53	มาก
รวม	4.48	.53	มาก

จากตาราง 4.4 พบว่า ความตั้งใจในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.48$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าความตั้งใจในการใช้งาน อยู่ในระดับมากทั้ง 2 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ตั้งใจจะใช้งานธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ต่อไปในอนาคต ($\bar{x}=4.34$) และตั้งใจที่จะเลือกใช้ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ($\bar{x}=4.26$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน ทักษะที่มีต่อการใช้ ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ทักษะที่มีต่อการใช้	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
การใช้งานธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ช่วยทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ที่ต้องการ	4.42	.54	มาก
การใช้งานธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้รู้สึกพึงพอใจ	4.30	.57	มาก
รวม	4.57	.55	มากที่สุด

จากตาราง 4.5 พบว่า ทักษะที่มีต่อการใช้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.57$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าทักษะที่มีต่อการใช้ อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดแก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ช่วยให้ใช้งานได้ทุกที่ที่ต้องการ ($\bar{x}=4.42$) และ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ สร้างความรู้สึกพึงพอใจ ($\bar{x}=4.30$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน การนำมาใช้งานจริง ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

การนำมาใช้งานจริง	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้รู้สึกสะดวกสบายในการใช้งาน	4.37	.53	มาก
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้รู้สึกถึงความรวดเร็วในงาน	4.30	.50	มาก
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งาน	4.29	.53	มาก
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้รู้สึกเสมือนทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางเคาน์เตอร์ธนาคาร	4.33	.54	มาก
รวม	4.44	.52	มาก

จากตาราง 4.6 พบว่า การนำมาใช้งานจริง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.44$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าการนำมาใช้งานจริง อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้สะดวกสบาย ($\bar{x}=4.37$) ทำให้รู้สึกเสมือนใช้งานบนเคาน์เตอร์ธนาคาร ($\bar{x}=4.33$) ในส่วนของการทำให้รู้สึกถึงความรวดเร็วในการใช้งาน ($\bar{x}=4.30$) และ มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้งาน ($\bar{x}=4.29$)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

การตัดสินใจใช้	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
พิจารณาถึงเหตุผลหรือความจำเป็นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.42	.54	มาก
ทำการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.30	.51	มาก
พิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.28	.53	มาก
จะแนะนำการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ให้แก่เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลใกล้ชิด	4.26	.63	มาก
รวม	4.48	.55	มาก

จากตาราง 4.7 พบว่า การตัดสินใจใช้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.48$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าการตัดสินใจใช้บริการ อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พิจารณาถึงเหตุผลหรือความจำเป็นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ ($\bar{x}=4.42$) มีการศึกษาย่อก่อนใช้งาน ($\bar{x}=4.30$) มีการพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการทำธุรกรรม ($\bar{x}=4.28$) และจะแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดใช้งาน ($\bar{x}=4.26$)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ การยอมรับทางเทคโนโลยีที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

การยอมรับทางเทคโนโลยี	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
การรับรู้ถึงประโยชน์	4.21	.42	มาก
ความง่ายในการใช้งาน	4.46	.51	มาก
ความตั้งใจในการใช้งาน	4.48	.52	มาก
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	4.57	.53	มาก
การนำมาใช้งานจริง	4.44	.50	มาก
รวม	4.43	.49	มาก

จากตาราง 4.8 พบว่า ในส่วนของการยอมรับทางเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 5 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ทางด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ ($\bar{x}=4.57$) รองลงมาคือ ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ($\bar{x}=4.48$) ด้านความง่ายในการใช้งาน ($\bar{x}=4.46$) ด้านการนำมาใช้งานจริง ($\bar{x}=4.44$) และลำดับสุดท้าย คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ($\bar{x}=4.21$)

4.3 ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

H_0 : การยอมรับทางเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

H_1 : การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ตัวแปรต้น ได้แก่ การยอมรับทางเทคโนโลยี

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ประกอบด้วย ความจำเป็นในการใช้บริการ ศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ ประโยชน์ที่ได้รับ และ แนะนำการใช้บริการ

สมมติฐานที่ 1.1 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ

H_0 : การยอมรับทางเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ

H_1 : การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.9 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี กับ การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านความจำเป็นในการใช้บริการ

การยอมรับทางเทคโนโลยี	ด้านความจำเป็นในการใช้บริการ		
	Chi-square	df	sig
การรับรู้ถึงประโยชน์	19.971	4	.001
ความง่ายในการใช้งาน	71.317	4	.000
ความตั้งใจในการใช้งาน	43.029	4	.000
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	53.746	4	.000
การนำมาใช้งานจริง	91.462	4	.000
รวม	206.355	16.8	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square ที่มีระดับนัยสำคัญสถิติที่ 0.05 ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยีที่

มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ

สมมติฐานที่ 1.2 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

H_0 : การยอมรับทางเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

H_1 : การยอมรับทางเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.10 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

การยอมรับทางเทคโนโลยี	ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ		
	Chi-square	df	sig
การรับรู้ถึงประโยชน์	18.750	4	.001
ความง่ายในการใช้งาน	78.574	4	.000
ความตั้งใจในการใช้งาน	35.875	4	.000
ทัศนคติที่มีต่อการใช่	58.338	4	.000
การนำมาใช้งานจริง	76.388	4	.000
รวม		16.8	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square ที่มีระดับนัยสำคัญสถิติที่ 0.05 ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช่ และด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

สมมติฐานที่ 1.3 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

H_0 : การยอมรับทางเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

H_1 : การยอมรับทางเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

ตารางที่ 4.11 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งาน กับ การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

การยอมรับทางเทคโนโลยี	การพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับ		
	Chi-square	df	sig
การรับรู้ถึงประโยชน์	21.826	4	.001
ความง่ายในการใช้งาน	45.888	4	.000
ความตั้งใจในการใช้งาน	44.369	4	.000
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	23.644	4	.000
การนำมาใช้งานจริง	75.985	4	.000
รวม		16.8	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square ที่มีระดับนัยสำคัญสถิติที่ 0.05 ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

สมมติฐานที่ 1.4 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการให้บริการ

H_0 : การยอมรับทางเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการให้บริการ

H_1 : การยอมรับทางเทคโนโลยี มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการให้บริการ

ตารางที่ 4.12 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน กับ การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการให้บริการ

การยอมรับทางเทคโนโลยี	การแนะนำการให้บริการ		
	Chi-square	df	sig
การรับรู้ถึงประโยชน์	4.513	4	.341
ความง่ายในการใช้งาน	18.355	4	.001
ความตั้งใจในการใช้งาน	29.058	4	.000
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	15.906	4	.003
การนำมาใช้งานจริง	50.006	4	.000
รวม		16.8	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่าที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานด้วย Chi-Square ที่มีระดับนัยสำคัญสถิติที่ 0.05 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. 0.000 ด้านความง่ายในการใช้งานมีค่า Sig. 0.001 และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้มีค่า Sig. 0.003 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ส่วนในด้านแนะนำการให้บริการ ส่วนด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. 0.341 มากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการให้บริการ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำนวน 400 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย สำนักงานใหญ่ เมื่อผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้นำข้อมูลมาประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทยสำนักงานใหญ่ ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายให้ทราบถึงการยอมรับทางเทคโนโลยีต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย สำนักงานใหญ่ โดยใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจะใช้ควบคู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูลใช้สถิติไคสแควร์ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % สำหรับการผลการศึกษา เสนอตามขั้นตอน ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษานี้มีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี มีอาชีพทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง ซึ่งมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการยอมรับทางเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.21$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว ($\bar{x}=4.41$) รองลงมา คือ ช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งาน ($\bar{x}=4.31$) สุดท้ายมีส่วนที่ช่วยให้รับข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้อง ($\bar{x}=4.57$)

ด้านความง่ายในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.46$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านความง่ายในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ใช้ผ่านระบบออนไลน์ได้ 24 ชั่วโมง ($\bar{x}=4.37$) รองลงมา คือ แยกเป็นสัดส่วน ง่ายต่อการใช้งาน ($\bar{x}=4.35$) และปรับเปลี่ยนได้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้ ($\bar{x}=4.32$) อันดับสุดท้ายช่วยให้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่ายขึ้น ($\bar{x}=4.31$)

ด้านความตั้งใจในการใช้งาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.48$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านความตั้งใจในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตั้งใจจะใช้ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ ต่อไปในอนาคต ($\bar{x}=4.34$) และตั้งใจที่จะเลือกใช้ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน ($\bar{x}=4.26$)

ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.57$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ ช่วยให้ใช้งานได้ทุกที่ที่ต้องการ ($\bar{x}=4.42$) และ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ สร้างความรู้สึกพึงพอใจ ($\bar{x}=4.30$)

ด้านการนำมาใช้งานจริง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.44$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าด้านการนำมาใช้งานจริง อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ข้อโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ ทำให้สะดวกสบาย ($\bar{x}=4.37$) ทำให้รู้สึกเหมือนใช้งานบนเคาน์เตอร์ธนาคาร ($\bar{x}=4.33$) ในส่วนของการทำให้รู้สึก

ถึงความรวดเร็วในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.30$) และ สู้ดท้ายมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการใช้งาน ($\bar{x} = 4.29$)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

การยอมรับทางเทคโนโลยี กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านความจำเป็นในการใช้บริการ พบว่า ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 การรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ

การยอมรับทางเทคโนโลยี กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ พบว่า ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

การยอมรับทางเทคโนโลยี ด้านความง่ายในการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์ พบว่า ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

การยอมรับทางเทคโนโลยี ด้านความตั้งใจในการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการใช้บริการ พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการนำมาใช้งานจริงมีค่า Sig. 0.000 ด้านความง่ายในการใช้งานมีค่า Sig. 0.001 และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้มีค่า Sig. 0.003 น้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ สมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรม

ทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ส่วนในด้านแนะนำการใช้บริการ และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ มีค่า Sig. 0.341 มากกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ซึ่งหมายความว่า การยอมรับทางเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการใช้บริการ

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีประเด็นที่จะนำมาอภิปราย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 1.1 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่สนใจที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ เนื่องจาก ความไม่สะดวกในการที่จะต้องเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินโดยตรงที่ธนาคาร และ ฟังก์ชันการใช้งานสามารถตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของผู้ใช้บริการ ปัจจุบันร้านค้าส่วนมากรองรับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินออนไลน์แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์ ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่าการยอมรับทางเทคโนโลยีด้านความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจในการใช้งาน และการนำมาใช้งานจริงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 1.2 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในด้านความจำเป็นในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ผู้บริโภคมีการศึกษาข้อมูลก่อนการใช้ จากสื่อโฆษณาหลากหลายทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศราวลี เนียมศรี ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้การใช้งานมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN

สมมติฐานที่ 1.3 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านการพิจารณาถึงประโยชน์พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในด้านการพิจารณาถึงประโยชน์ เนื่องจาก เมื่อผู้ใช้บริการได้ใช้งานจริง สามารถใช้งานได้โดยไม่เกิดปัญหาและตรงตามความต้องการ มีฟังก์ชันให้เลือกมากมาย สะดวกสบายต่อการใช้อย่างสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช กิตติวณิชกุล ได้ทำการศึกษา เรื่อง การรับรู้ประโยชน์และความภักดีต่อตราสินค้า และความสนใจใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bugaboo จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ พิจารณาถึงประโยชน์มีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bugaboo โดยสามารถรับชมถ่ายทอดรายการสด การรับข่าวสาร ติดตามรายการได้ทุกที่ทุกเวลา จึงตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันนี้มากขึ้น

สมมติฐานที่ 1.4 การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ในด้านแนะนำการให้บริการ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในด้านการแนะนำการให้บริการ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการได้รับคำแนะนำในการใช้งานจากพนักงานที่ให้บริการในธนาคาร และจากการโทรสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากบริการโทรศัพท์ตอบรับ สามารถนำไปเทียบกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในด้านของบุคคลากร และทางด้านกระบวนการการให้บริการได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราพร ลาดคก ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางด้านบุคลากร กระบวนการให้บริการมีผลต่อการตั้งใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทย

5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบาย นำไปปรับปรุงพัฒนาระบบบริการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทยพบว่า อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นผู้ที่มียรายได้เงินเดือน 20,000-30,000 บาทเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและเป็นผู้ที่มีการศึกษา ปริญญาตรี เท่านั้น จึงอาจจะต้องมีการปรับปรุงบริการ หรือกลยุทธ์ที่นำมาใช้ให้ครอบคลุมและดึงดูดลูกค้า ในช่วงอายุอื่นๆ เพื่อให้มีส่วนร่วมแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้ตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน
2. ควรศึกษาความจงรักภักดีต่อการใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย เพื่อให้ทราบข้อเสีย หรือสิ่งที่ต้องไปปรับปรุงแก้ไข และนำจุดแข็งไปช่วยในการแข่งขันกับธนาคารอื่นๆ
3. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังสาขาอื่น เพื่อให้ทราบถึงความแตกต่างของการใช้งานธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์ ต่างกันแบบไหน เพื่อจะได้นำไปแนะนำให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

บรรณานุกรม

- กรณษา แสนละเอียด, พีรภาว ทีวีสุข และ ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, (9), 4-5.
- กัลยา วาณิชย์. (2550). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ธรรมสถาน.
- เกวรินทร์ ละเอียดคินันท์. (2557). การยอมรับทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เกศวิฑู ทิพย์ศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบี จำกัด (มหาชน). (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- จิตรพร ลดาตก. (2559). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินค้านำเข้าของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ธนาคารทหารไทย. (2561). *ธนาคารทหารไทย ทีเอ็มบีทัช (TMB TOUCH)*. เข้าถึงได้จาก <https://www.tmbbank.com>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *ธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking*. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th>.
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2556). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นิตยา ศรีสว่างสุข. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์.

- บงกช กิตติวานิชยกุล. (2558). การรับรู้ประโยชน์และความสนใจใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bugaboo. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประคอง วรรณสูตร. (2542). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พรชนก พลาบุญย์. (2558). การนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พนิดา พานิชกุล. (2549). เทคโนโลยีสารสนเทศ. กรุงเทพฯ: เลทีพี.
- ล้วน สายยศและอังคณา. (2540). สถิติวิทยาการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- อิสราวลี เนียมศรี. (2559). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน LINE MAN ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cooper, Donald R., Schindler, Pamela S. (2001). *Business research methods*. Upper Saddle: MCGraw-Hill Book.
- Davis, F. D. (1989). User Acceptance of information technology: System characteristics, user perceptions and behavioral impacts. *International Journal of Man-Machine Studies*, 38, 475-487.
- Del, I. Hawkin, Roger. (2001). *Consumer behavior building management strategy*. Upper Saddle: MCGraw-Hill Book.
- Hartung, Joachim. (2001). Testing for homogeneity in Combining of two-armed with normally distributes responses, *Sankhya The Indian Journal of Statistic*.
- Kotler, Philip. (2008). *Social marketing: Influencing behavior for good* (3rd ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2010). *Principles of marketing* (3rd ed.). Harlow, United Kingdom: Pearson Education.

- Mazma, Akar. (2019). A structural model for relationship between web pedagogic content knowledge and technology acceptance of preservice teachers. *Malaysian Online Journal of Educational Technology*, 7(1), 1-14.
- Yamane, T. (1973). *Statistics an introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper&Rom.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

1. แบบสอบถามในการวิจัยเรื่อง การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ (Technology Acceptance affecting Decision using Transactions to the Head Office of Thai Military Bank Public Company Limited)





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

Technology Acceptance affecting Decision using Transactions to the

Head Office of Thai Military Bank Public Company Limited

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

ข้อมูลของจะถูกนำไปใช้เฉพาะทางด้านการศึกษาค้นคว้าเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

.....

ส่วนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงไปในช่อง ☐ เพียง 1 ช่อง ตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐ 1.ชาย

☐ 2.หญิง

2. อายุ

☐ 1. อายุต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2. อายุ 20 - 30 ปี

☐ 3. อายุ 31 - 40 ปี

☐ 4. อายุ 41 - 50 ปี

☐ 5. อายุ 50 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

☐ 1. นักเรียน / นักศึกษา

☐ 2. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3. ทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง

☐ 4. ธุรกิจส่วนตัว

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2. ปริญญาตรี

☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. ระดับรายได้ต่อเดือน

☐ 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท☐ 2. 10,000 – 20,000 บาท☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท☐ 4. 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่องระดับความสำคัญของท่านเพียงคำตอบเดียว

ข้อ	คำถาม ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี	ระดับความสำคัญ				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
การรับรู้ถึงประโยชน์						
6	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษะ ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารอย่างรวดเร็ว					
7	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษะ ช่วยให้ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ					
8	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษะ มีส่วนช่วยพัฒนา ประสิทธิภาพการใช้งานของท่าน					
ความง่ายในการใช้งาน						
9	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษะ แยกเป็นสัดส่วน ง่ายต่อการใช้ งาน					
10	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษะ ทำให้ท่านสามารถทำ ธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย					

ข้อ	คำถาม ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี	ระดับความสำคัญ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ความง่ายในการใช้งาน						
11	ท่านสามารถใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ์ ผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
12	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ์ สามารถปรับเปลี่ยนให้เข้ากับความต้องการของผู้ใช้งาน					
ความตั้งใจในการใช้งาน						
13	ท่านตั้งใจจะใช้งานธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ์ ต่อไปในอนาคต					
14	ท่านตั้งใจที่จะเลือกใช้ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ์ เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน					
ทัศนคติที่มีต่อการใช้						
15	การใช้งานธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ์ ทำให้ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ที่ท่านต้องการ					
16	การใช้งานธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทักษ์ ทำให้ท่านรู้สึกพึงพอใจ					

ข้อ	คำถาม ด้านการยอมรับทางเทคโนโลยี	ระดับความสำคัญ				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
การนำมาใช้งานจริง						
17	การใช้งานธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ ทำให้ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
18	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้ท่านรู้สึกสะดวกสบายในการใช้งาน					
19	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้ท่านรู้สึกถึงความรวดเร็วในงาน					
20	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ มีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานของท่าน					
21	ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทซ์ ทำให้ท่านรู้สึกเสมือนทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางเคาน์เตอร์ธนาคาร					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย

จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่องระดับความสำคัญของท่านเพียงคำตอบเดียว

ข้อ	คำถาม	ระดับความสำคัญ				
		5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
22	ท่านพิจารณาถึงเหตุผลหรือความจำเป็นในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทัช ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ					
23	ท่านทำการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทัช ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ					
24	ท่านพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้รับจาก ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทัช ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ					
25	ท่านคิดที่จะแนะนำการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ที่เอ็มบี ทัช ให้แก่เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลใกล้ชิด					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

***** ขอบพระคุณที่ท่านกรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม *****



ภาคผนวก ข

1.ผลการวิเคราะห์การประเมินค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม
ด้วยวิธีการหาค่า (Cinbachalpha Coefficient)



ตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

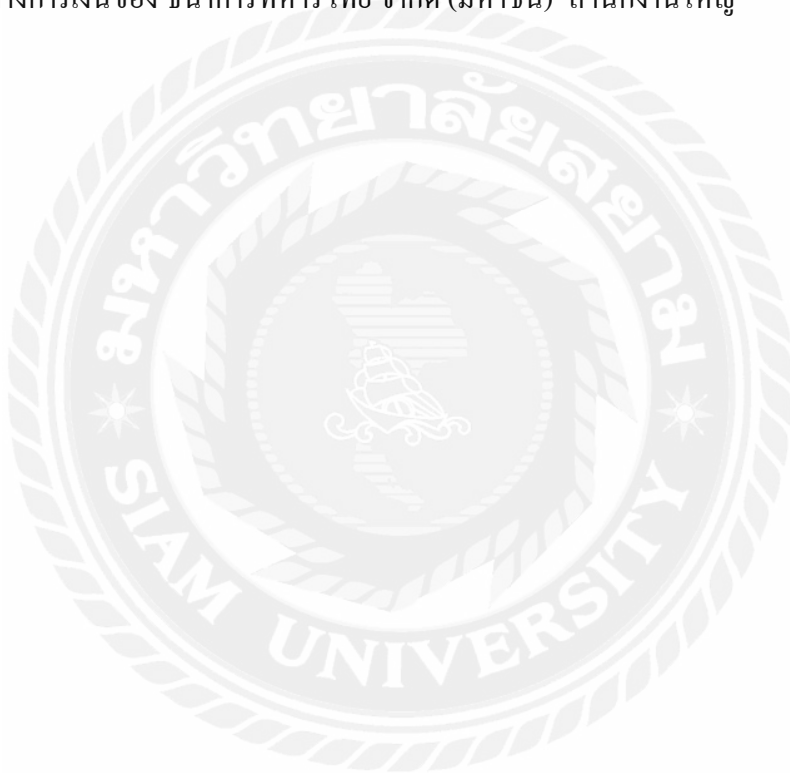
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	25

ภาคผนวก ค

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ค่าความถี่ และร้อยละของลักษณะทางบุคคล
2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของผลการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
3. ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน การยอมรับทางเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่



ตารางที่ 1 สรุปผล จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากร (เพศ)

เพศ

N	Valid	400
	Missing	0
Mean		1.52
Std. Deviation		.500

เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	194	48.5	48.5	48.5
หญิง	206	51.5	51.5	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ตารางที่ 2 สรุปผล จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากร (อายุ)

Statistics

อายุ

N	Valid	399
	Missing	1
Mean		2.99
Std. Deviation		1.060

อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid อายุต่ำกว่า 20 ปี	20	5.0	5.0	5.0
อายุ 20 - 30 ปี	131	32.8	32.8	37.8
อายุ 31 - 40 ปี	114	28.5	28.6	66.4
อายุ 41 - 50 ปี	100	25.0	25.1	91.5
อายุ 50 ขึ้นไป	34	8.5	8.5	100.0
Total	399	99.8	100.0	
Missing System	1	.3		
Total	400	100.0		

ตารางที่ 3 สรุปผล จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากร (การศึกษา)

Statistics

การศึกษา

N	Valid	400
	Missing	0
Mean		1.95
Std. Deviation		.611

การศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	21.3	21.3	21.3
ปริญญาตรี	250	62.5	62.5	83.8
สูงกว่าปริญญาตรี	65	16.3	16.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ตารางที่ 4 สรุปผล จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากร (อาชีพ)

Statistics

อาชีพ

N	Valid	400
	Missing	0
Mean		2.53
Std. Deviation		.925

อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เก่งเรียน/นักศึกษา	60	15.0	15.0	15.0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	130	32.5	32.5	47.5
ทำงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	149	37.3	37.3	84.8
ธุรกิจส่วนตัว	61	15.3	15.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ตารางที่ 5 สรุปผล จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะทางประชากร (ระดับรายได้ต่อเดือน)

Statistics

ระดับรายได้ต่อเดือน

N	Valid	400
	Missing	0
Mean		2.59
Std. Deviation		.919

ระดับรายได้ต่อเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 10,000 บาท	51	12.8	12.8	12.8
10,000 - 20,000 บาท	131	32.8	32.8	45.5
20,001 - 30,000 บาท	149	37.3	37.3	82.8
30,000 บาทขึ้นไป	69	17.3	17.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน การการนำมาใช้งานจริง ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
การนำมาใช้งานจริง	400	4.44	.507
การนำมาใช้งานจริง(5.1)	400	4.37	.537
การนำมาใช้งานจริง(5.2)	400	4.30	.509
การนำมาใช้งานจริง(5.3)	400	4.29	.534
การนำมาใช้งานจริง(5.4)	400	4.33	.548
Valid N (listwise)	400		

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน ความง่ายต่อการใช้งาน ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ความง่ายต่อการใช้งาน	400	4.46	.514
ความง่ายต่อการใช้งาน (2.1)	400	4.35	.518
ความง่ายต่อการใช้งาน (2.2)	400	4.31	.519
ความง่ายต่อการใช้งาน (2.3)	400	4.37	.556
ความง่ายต่อการใช้งาน (2.4)	400	4.32	.541
Valid N (listwise)	400		

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน ความตั้งใจในการใช้งาน ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ความตั้งใจในการใช้งาน	400	4.48	.525
ความตั้งใจในการใช้งาน (3.1)	400	4.34	.532
ความตั้งใจในการใช้งาน (3.2)	400	4.26	.537
Valid N (listwise)	400		

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน ทักษะที่มีต่อการใช้ ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	400	4.57	.530
ทัศนคติที่มีต่อการใช้(4.1)	400	4.42	.546
ทัศนคติที่มีต่อการใช้(4.2)	400	4.30	.574
Valid N (listwise)	400		

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ ของการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
การรับรู้ถึงประโยชน์	400	4.21	.420
การรับรู้ถึงประโยชน์(1.1)	400	4.41	.531
การรับรู้ถึงประโยชน์(1.2)	400	4.16	.408
การรับรู้ถึงประโยชน์(1.3)	400	4.31	.527
Valid N (listwise)	400		

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การนำมาใช้งานจริง กับการตัดสินใจใช้บริการ
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านความจำเป็นในการ
ใช้บริการ

การนำมาใช้งานจริง * การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การนำมาใช้งานจริง	ปานกลาง	2	0	0	2
	มาก	8	135	76	219
	มากที่สุด	1	77	101	179
Total		11	212	177	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	91.462 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	36.538	4	.000
Linear-by-Linear Association	26.583	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (44.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การนำมาใช้งานจริง กับการตัดสินใจใช้บริการ
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการศึกษาข้อมูลใน
การให้บริการ

การนำมาใช้งานจริง * การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การนำมาใช้งานจริง	ปานกลาง	2	0	0	2
	มาก	7	156	56	219
	มากที่สุด	3	102	74	179
Total		12	258	130	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	76.388 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	25.875	4	.000
Linear-by-Linear Association	15.662	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การนำมาใช้งานจริง กับการตัดสินใจใช้บริการ
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการพิจารณาถึง
ประโยชน์

การนำมาใช้งานจริง * การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การนำมาใช้งานจริง	ปานกลาง	2	0	0	2
	มาก	13	158	48	219
	มากที่สุด	1	98	80	179
Total		16	256	128	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	75.985 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	43.583	4	.000
Linear-by-Linear Association	34.101	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การนำมาใช้งานจริง กับการตัดสินใจใช้บริการ
ธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านแนะนำการใช้
บริการ

การนำมาใช้งานจริง * การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การนำมาใช้งานจริง	ปานกลาง	2	0	0	2
	มาก	31	134	54	219
	มากที่สุด	9	78	92	179
Total		42	212	146	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	50.006 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	42.848	4	.000
Linear-by-Linear Association	36.683	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความง่ายต่อการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านความจำเป็นในการใช้

ความง่ายต่อการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความง่ายต่อการใช้งาน	ปานกลาง	2	1	0	3
	มาก	6	135	69	210
	มากที่สุด	3	76	108	187
Total		11	212	177	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	71.317 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	37.265	4	.000
Linear-by-Linear Association	29.849	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความง่ายต่อการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

ความง่ายต่อการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความง่ายต่อการใช้งาน	ปานกลาง	2	1	0	3
	มาก	8	161	41	210
	มากที่สุด	2	96	89	187
Total		12	258	130	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	78.574 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	48.710	4	.000
Linear-by-Linear Association	42.589	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .09.

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความง่ายต่อการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

ความง่ายต่อการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความง่ายต่อการใช้งาน	ปานกลาง	2	1	0	3
	มาก	11	148	51	210
	มากที่สุด	3	107	77	187
Total		16	256	128	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	45.888 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	25.657	4	.000
Linear-by-Linear Association	20.148	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .12.

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความง่ายต่อการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการแนะนำการใช้บริการ

ความง่ายต่อการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความง่ายต่อการใช้งาน	ปานกลาง	2	1	0	3
	มาก	25	121	64	210
	มากที่สุด	15	90	82	187
Total		42	212	146	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.355 ^a	4	.001
Likelihood Ratio	14.534	4	.006
Linear-by-Linear Association	10.534	1	.001
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .32.

ตารางที่ 19 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความตั้งใจในการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการความจำเป็นในการใช้

ความตั้งใจในการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความตั้งใจในการใช้งาน	ปานกลาง	2	3	0	5
	มาก	6	123	70	199
	มากที่สุด	3	86	107	196
Total		11	212	177	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	43.029 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	27.195	4	.000
Linear-by-Linear Association	21.807	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .14.

ตารางที่ 20 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความตั้งใจในการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

ความตั้งใจในการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความตั้งใจในการใช้งาน	ปานกลาง	2	3	0	5
	มาก	6	143	50	199
	มากที่สุด	4	112	80	196
Total		12	258	130	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35.875 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	21.397	4	.000
Linear-by-Linear Association	15.898	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .15.

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความตั้งใจในการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

ความตั้งใจในการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความตั้งใจในการใช้งาน	ปานกลาง	2	3	0	5
	มาก	10	148	41	199
	มากที่สุด	4	105	87	196
Total		16	256	128	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	44.369 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	35.941	4	.000
Linear-by-Linear Association	32.052	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ความตั้งใจในการใช้งาน กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านแนะนำการใช้บริการ

ความตั้งใจในการใช้งาน * การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความตั้งใจในการใช้งาน	ปานกลาง	3	2	0	5
	มาก	24	120	55	199
	มากที่สุด	15	90	91	196
Total		42	212	146	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29.058 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	24.850	4	.000
Linear-by-Linear Association	19.435	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .53.

ตารางที่ 21 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ทักษะที่มีต่อการใช้ กับการตัดสินใจใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านความจำเป็น ในการใช้งาน

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	ปานกลาง	2	3	2	7
	มาก	5	111	41	157
	มากที่สุด	4	98	134	236
Total		11	212	177	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	53.746 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	43.661	4	.000
Linear-by-Linear Association	36.599	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (44.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .19.

ตารางที่ 22 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ทักษะที่มีต่อการใช้ กับการตัดสินใจใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการศึกษา ข้อมูลในการใช้บริการ

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)

Crosstab

Count		การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	ปานกลาง	2	5	0	7
	มาก	9	123	25	157
	มากที่สุด	1	130	105	236
Total		12	258	130	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	58.338 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	54.864	4	.000
Linear-by-Linear Association	49.167	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (44.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ทักษะที่มีต่อการใช้ กับการตัดสินใจใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านพิจารณาถึง ประโยชน์

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	ปานกลาง	2	3	2	7
	มาก	10	110	37	157
	มากที่สุด	4	143	89	236
Total		16	256	128	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	23.644 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	18.309	4	.001
Linear-by-Linear Association	13.801	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .28.

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี ทักษะที่มีต่อการใช้ กับการตัดสินใจใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการแนะนำ การใช้บริการ

ทัศนคติที่มีต่อการใช้ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ทัศนคติที่มีต่อการใช้	ปานกลาง	2	4	1	7
	มาก	23	91	43	157
	มากที่สุด	17	117	102	236
Total		42	212	146	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15.906 ^a	4	.003
Likelihood Ratio	15.677	4	.003
Linear-by-Linear Association	15.510	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .74.

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านความจำเป็นในการใช้

การรับรู้ถึงประโยชน์ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.1)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การรับรู้ถึงประโยชน์	ปานกลาง	1	1	0	2
	มาก	8	172	132	312
	มากที่สุด	2	39	45	86
Total		11	212	177	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.971 ^a	4	.001
Likelihood Ratio	8.513	4	.074
Linear-by-Linear Association	3.977	1	.046
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (44.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการศึกษาข้อมูลในการใช้บริการ

การรับรู้ถึงประโยชน์ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.2)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การรับรู้ถึงประโยชน์	ปานกลาง	1	1	0	2
	มาก	9	208	95	312
	มากที่สุด	2	49	35	86
Total		12	258	130	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18.750 ^a	4	.001
Likelihood Ratio	8.341	4	.080
Linear-by-Linear Association	4.497	1	.034
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (44.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .06.

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านการพิจารณาถึงประโยชน์

การรับรู้ถึงประโยชน์ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.3)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การรับรู้ถึงประโยชน์	ปานกลาง	1	1	0	2
	มาก	13	211	88	312
	มากที่สุด	2	44	40	86
Total		16	256	128	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21.826 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	14.720	4	.005
Linear-by-Linear Association	12.064	1	.001
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (44.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ การยอมรับทางเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์ กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ด้านแนะนำการใช้บริการ

การรับรู้ถึงประโยชน์ * การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)

Crosstab

Count

		การตัดสินใจใช้บริการ(6.4)			Total
		ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
การรับรู้ถึงประโยชน์	ปานกลาง	1	1	0	2
	มาก	31	169	112	312
	มากที่สุด	10	42	34	86
Total		42	212	146	400

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.513 ^a	4	.341
Likelihood Ratio	3.813	4	.432
Linear-by-Linear Association	.352	1	.553
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .21.

ประวัติผู้วิจัย

นางสาว จุฑารัตน์ แววิเชียร เกิดวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2536 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
หลักสูตรบริหารธุรกิจ สาขา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ จาก มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ เมื่อปีการศึกษา
2557 และได้ศึกษาต่อในระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
สยาม ปีการศึกษา 2560

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2561

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขา หนองแขม

ตำแหน่ง บริการลูกค้า

พ.ศ. 2561 – ปัจจุบัน

บริษัท ฟรีวิลล์โซลูชั่นส์ จำกัด

ตำแหน่ง Customer Care