

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
(Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ**
**Factors Affecting the Intention to use Mobile Banking of the Office of National
Broadcasting and Telecommunications Commission employees**

อาภาภรณ์ ชื่นใจ
สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Apaporn Chuanjai
Email: 6514060085@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting,
Ramkhamhaeng University
Corresponding Author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบัญชีและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ บุคลากรในสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณแบบปกติ เพื่อดูตัวแปรที่มีนัยสำคัญไปสร้างสมการพยากรณ์ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ในด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงการใช้งานง่าย และด้านทัศนคติต่อการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : บัญชี การยอมรับเทคโนโลยี และ การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

Abstract

The objectives of this research are (1) to study the Intention to use Mobile Banking of the office of National Broadcasting and Telecommunications Commission employees. (2) To study employee factors affecting the Intention to use Mobile Banking of the office of National Broadcasting and Telecommunications Commission employees. (3) To study accounting factors and technology acceptance

that affect the use of mobile banking by the office of the National Broadcasting and Telecommunication Commission employees. In this research, the sample group is employees in the office of the National Broadcasting and Telecommunications Commission, a total of 400 people using a convenience sampling method. Statistics used in data analysis include percentage, frequency, mean, standard deviation, and multiple regression analysis statistics using the normal multiple regression analysis technique. To see the variables that are significant to create a forecasting equation. The technology acceptance factors in terms of perceived usefulness Perception of ease of use and attitude towards use affect the Intention to use Mobile Banking of the office of National Broadcasting and Telecommunications Commission employees respectively statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Account, Technology Acceptance, Decision to use the Mobile Banking

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาตลาดสมาร์ทโฟนในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างก้าวกระโดด เนื่องมาจาก โทรคมนาคมและการสื่อสารพัฒนาและขยายโครงข่ายให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คได้ทุกที่ตลอดเวลาตามที่ต้องการ ทำให้ราคาสมาร์ทโฟนเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับต่ำลง และฐานผู้ใช้งานมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ธุรกิจทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จึงเป็นช่องทางติดต่อระหว่างลูกค้ากับธนาคารเพื่อทำธุรกรรมต่าง ซึ่งออกแบบมาใช้งานได้ง่ายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกและตอบสนองการทำธุรกรรมการเงินด้วยตนเองได้ทุกที่ ทุกเวลา มีรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย แต่เนื่องจากระบบเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีความซับซ้อน ต้องมีความเข้าใจและความพร้อมของอุปกรณ์ จึงทำให้ประชาชนทั่วไปหรือผู้บริโภคเกิดความกังวลในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านบัญชีและด้านการยอมรับเทคโนโลยีเป็นสำคัญ เพื่อนำผลวิเคราะห์จากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปในทางที่ดีเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบัญชีและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านบัญชีและปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีใดบ้าง ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านบัญชีและปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี น่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านบุคคล

Hanna and Wozniak (2001); Schiffman and Kanuk (2003) ได้สรุปความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์หรือด้านบุคคล หมายถึง ข้อมูลที่เกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนาและเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วใช้เป็นลักษณะพื้นฐานที่นักการตลาดมักจะนำมาพิจารณาสำหรับการแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) โดยนำมาเชื่อมโยงกับความต้องการ ความชอบ และอัตราการใช้จ่ายสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่

เพศ (Sex) แสดงถึงความแตกต่าง ถ้าหากจำแนกเป็นตัวบุคคลนั้นจะมีพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารต่างกัน ดังนั้นเพศจึงเป็นตัวแปรให้กับการแบ่งส่วนตลาดที่มีความสำคัญ และทำให้นักการตลาดหรือผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาตัวแปรนี้ โดยการศึกษาจะต้องมีความรอบคอบถี่ถ้วน

อายุ (Age) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของนักการตลาดที่มองเห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกัน สามารถเป็นตัวแปรสำคัญของส่วนการตลาด หมายความว่าประสบการณ์ ความคิด และพฤติกรรมของคนที่มีอายุน้อย และอายุมาก แตกต่างกัน

การศึกษา (Education) เป็นกระบวนการเรียนรู้ถึงปัจจัยของกลุ่มคนที่มีความคิด หลักการ เหตุผล ค่านิยมทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมที่ต่างกัน ซึ่งหมายความว่าคนที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงๆ จะส่งผลทำให้มีการรับรู้ มีกระบวนการคิด มีความเข้าใจและการรับรู้ที่ดีกว่า

รายได้ (Income) เป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญของส่วนแบ่งการตลาด เพราะการที่นักการตลาดจะกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพราะสินค้าหรือบริการแต่ละประเภท อาศัยการใช้บริการตามระดับของจำนวนเงิน ซึ่งหมายถึงรายได้เฉลี่ยของกลุ่มผู้บริโภคเป็นตัวชี้วัดว่ามีกำลังมากหรือน้อยในการซื้อหรือใช้บริการสินค้า รวมไปถึงองค์ประกอบของการดำเนินชีวิต ค่านิยม อาชีพ การศึกษา

2. แนวคิดเกี่ยวกับด้านบัญชี

มีวิวัฒนาการมาจากแนวคิดการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐาน จากการวิเคราะห์ทางการเงินของกิจการอย่างละเอียด เพื่อค้นหาสารสนเทศที่จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงหลักทรัพย์ของกิจการที่ควรซื้อขายในราคาที่สูงขึ้นหรือต่ำมูลค่าตลาด โดยข้อมูลทางบัญชีจะต้องมีความถูกต้องแม่นยำ และมีการนำเสนอข้อมูลที่ทันเวลา และไม่บิดเบือนจากความเป็นจริง จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

ต้นทุนของเงินทุน (Cost of Capital) หมายถึง ราคาของเงินทุนที่ต้องจ่ายให้กับเจ้าของเงินทุน คืออัตราผลตอบแทนที่เจ้าของเงินต้องการ หรือนำมาลงทุนในกิจการ อัตราผลตอบแทนที่ต้องการจากการลงทุน เป็นข้อมูลที่มีความสำคัญในการตัดสินใจลงทุนในโครงการต่าง ๆ (ชนิตา จันทนฤมาน, 2563)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

อูโรโนทัย พยัคฆพงษ์ (2560) สรุปนิยามว่าแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model: TAM) เป็นแบบจำลองที่ประยุกต์มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เป็นทฤษฎีทางสังคมวิทยาที่ถูกนำไปใช้ศึกษาอย่างแพร่หลาย จากแบบจำลองในการยอมรับเทคโนโลยีเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่ามีประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นหนึ่งในทฤษฎีที่นิยม

Ooi, & Tan (2016) สรุปการพัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ ซึ่งพัฒนามาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เพื่อให้ครอบคลุมการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะ เรียกว่า แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ (Mobile Technology Acceptance Model: MTAM)

4. แนวคิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

1) การตัดสินใจซื้อสินค้า

Kotler (2003) สรุปความหมายของการตัดสินใจ (Decision) คือ การเลือกที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะจากบรรดาทางเลือก การตัดสินใจประกอบด้วยปัจจัยภายใน คือ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติของผู้บริโภคสะท้อนถึงความต้องการ ความตระหนักในการที่มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย กิจกรรมที่มีผู้บริโภคเข้ามาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลที่มีอยู่ หรือข้อมูลที่ฝ่ายผู้ผลิต และการประเมินค่าของทางเลือกเหล่านั้น ปัจจัยภายในของผู้บริโภคยังแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1) ความเสี่ยงจากการตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง ความไม่แน่นอนเมื่อผู้บริโภคต้องเผชิญกับสิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ โดยมีประเภทของความเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงในด้านคุณสมบัติของสินค้า ด้านกายภาพของสินค้าเอง ด้านความคุ้มค่ากับเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเป็นราคาสินค้า ด้านสังคม ด้านจิตใจ และด้านระยะเวลาในการใช้งานสินค้า ซึ่งความเสี่ยงเหล่านี้จะ ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าบริการและวิธีการซื้อ

2) ผู้บริโภคมักจะพิจารณาสินค้าเพียง 3-5 ยี่ห้อ ในแต่ละประเภท โดยพิจารณาเพื่อซื้อสินค้านั้นมักจะเป็นสินค้าที่คุ้นเคยและยอมรับ นอกจากนั้นกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคยังแบ่งออกเป็น 3 ระดับของการตัดสินใจซื้อ (Level of consumer decision making) คือ

2.1) ระดับการตัดสินใจซื้อสูง อยู่ในกรณีที่ผู้บริโภคต้องการข้อมูลจำนวนมาก เพื่อ นำมาประกอบการพิจารณาเลือกซื้อสินค้า

2.2) ระดับการตัดสินใจที่ผู้บริโภครู้จักสินค้าและยี่ห้อต่างๆ แต่ก็ยังต้องการ ข้อมูลเพิ่มเติม

2.3) ระดับการตัดสินใจในกรณีที่ผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์ จากการใช้สินค้า บริการ แต่ต้องการข้อมูลเพื่อทบทวนสิ่งที่ตนรู้ และการตัดสินใจว่าไม่ผิดพลาด (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2565)

2) พฤติกรรมการซื้อ

สุธาสินี ตูลานนท์, (2562) สรุปการตัดสินใจซื้อ (Purchasing Behavior) ของผู้บริโภค มีลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนแรกคือการรับรู้ปัญหา (Problem recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อคือ การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา หรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการมากขึ้น นักการตลาดจะต้องรู้ถึงการใช้ตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

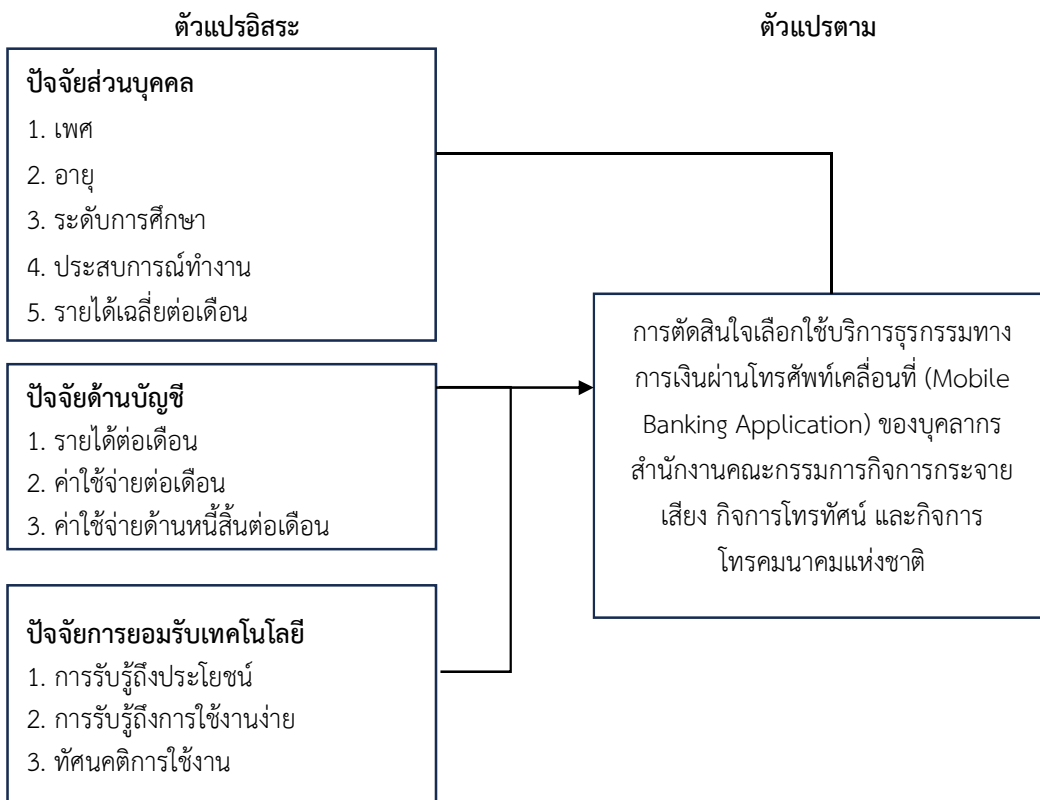
ขั้นที่สองคือการแสวงหาข้อมูล (Information search) ซึ่งผู้บริโภคเกิดความต้องการมี การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการหลายๆ ยี่ห้อ

ขั้นที่สามคือการประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives) ซึ่งผู้บริโภคได้รับข้อมูล ข่าวสารก็จะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเลือก กำหนดความต้องการของตนเองในการพิจารณาลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ที่เปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ โดยจะมีเรื่องของความเชื่อต่อตรายี่ห้อและเรื่องของทัศนคติต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยก่อนที่จะตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อ ที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

ขั้นที่สี่คือการตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) ผู้บริโภคจะได้สินค้าตรายี่ห้อที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด คือผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase Intention) เมื่อถึงเวลาที่ซื้อจริงๆ อาจมีปัจจัยอื่น เข้ามามีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีก

ขั้นที่ห้าคือพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) ในปัจจุบันนักการตลาดไม่ได้สนใจเพราะการซื้อของผู้บริโภคยังสนใจต่อไปถึงพฤติกรรม มีความรู้สึกหลังการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคซื้อสินค้าเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้า หากไม่พอใจผู้บริโภคจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีและเลิกใช้สินค้าในที่สุด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิจัย

ในการวิจัยนี้เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง ที่มีการศึกษาตามสภาพความเป็นไปตามธรรมชาติ ได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีการวิเคราะห์และประมวลผลของข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จากการสุ่มตัวอย่างบุคลากรทั้งหมด โดยมีจำนวนบุคลากรทั้งหมด 2,193 คน (สำนักทรัพยากรบุคคล สำนักงานกสทช., 2567) ผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากร โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1976) มีค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อจะศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ บุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านบัญชีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Form) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้อย่างอิสระ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application)

3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยขอความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การศึกษางานวิจัย จำนวน 3 ท่าน มีการตรวจสอบความถูกต้องของภาษาและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม พบว่า ค่า IOC ของคำถามทุกข้อเท่ากับ 0.701 มากกว่า 0.50 แสดงว่าคำถามทุกข้อมีเนื้อหาที่ครอบคลุม และสามารถนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จำนวน 30 คน และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาช สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และรายได้และปัจจัยด้านบัญชี ประกอบด้วย รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และค่าใช้จ่ายด้านหนี้สินต่อเดือน (2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์, การรับรู้ถึงการใช้งานง่าย และทัศนคติต่อการใช้งาน

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1) การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ คือ ปัจจัยด้านบัญชีและเทคโนโลยี โดยใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84 มีอายุอยู่ระหว่าง 27 – 42 ปีมากที่สุด โดยมีจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 มีประสบการณ์ทำงาน 5 – 10 ปี โดยมีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ	
เพศ	หญิง	336	84.00
อายุ	27 – 42 ปี	245	61.25
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	275	68.75
ประสบการณ์ทำงาน	5 - 10 ปี	139	34.75
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	20,001 – 30,000 บาท	202	50.50

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านบัญชีของบุคลากร สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ที่ได้จากการวิเคราะห์ได้แก่ มีรายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 18,000-36,399 บาทมากที่สุด โดยมีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน อยู่ระหว่าง 5,000-19,999 บาทมากที่สุด โดยมีจำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.80 และมีหนี้สินต่อเดือน อยู่ระหว่าง 9,800-18,599 บาทมากที่สุด โดยมีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านบัญชี ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ปัจจัยด้านบัญชี	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ	
รายได้ต่อเดือน	18,000-36,399 บาท	316	79.00
ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	5,000-19,999 บาท	355	88.80
มีหนี้สินต่อเดือน	9,800-18,599 บาท	189	47.20

3. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า มีตัวแปรอิสระทั้ง จำนวน 6 ตัวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ โดยเรียงลำดับ จากด้านที่มีผลสูงสุด คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Sig=0.000*, B=0.411), การรับรู้ความง่าย (Sig=0.000*, B=0.384), ทัศนคติต่อการใช้งาน (Sig=0.018*, B=0.129), รายได้ต่อเดือน (Sig=0.003*, B=0.065), ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (Sig=0.000*, B=-0.110), และมี

หนี้สินต่อเดือน (Sig=0.028*, B=-0.042) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.497 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 24.7 ($R^2=0.247$) และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.483 ซึ่งสามารถสร้างสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ดังนี้

$$Y = 0.411 (\text{การรับรู้ประโยชน์}) + 0.384 (\text{การรับรู้ความง่าย}) + 0.129 (\text{ทัศนคติต่อการใช้งาน}) + 0.065 (\text{รายได้ต่อเดือน}) - 0.110 (\text{ค่าใช้จ่ายต่อเดือน}) - 0.042 (\text{มีหนี้สินต่อเดือน}) + \text{แสดงดังตาราง 3}$$

ผู้วิจัยผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยทางด้านบัญชี ซึ่งประกอบด้วย “ ค่าใช้จ่ายต่อเดือน รายได้ต่อเดือน หนี้สินต่อเดือน ” และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย “ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Perceived Usefulness) การรับรู้ว่าการใช้งานง่ายการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Perceived ease of use) และทัศนคติต่อการใช้งานการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Attitude toward using) ” มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 3 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านบัญชีและปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

แบบจำลอง	b	Std. Error	Beta	t	Sig.	F	Sig.
ค่าคงที่	0.520	0.483		1.077	0.282	21.476	0.000*
1. รายได้ต่อเดือน	0.065	0.022	0.178	3.028	0.003*		
2. ค่าใช้จ่ายต่อเดือน	-0.110	0.030	-0.222	-3.646	0.000*		
3. มีหนี้สินต่อเดือน	-0.042	0.019	-0.114	-2.209	0.028*		
4. รับรู้ถึงประโยชน์	0.411	0.063	0.305	6.530	0.000*		
5. รับรู้ว่าการใช้งานง่าย	0.384	0.059	0.291	6.491	0.000*		
6. ทัศนคติต่อการใช้งาน	0.129	0.054	0.110	2.377	0.018*		

*Sig < 0.05 R = 0.497, $R^2 = 0.247$, Adjusted R Square = 0.235, SEE = 0.245

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ จำแนก ตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน ซึ่งการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของณภัทร จรรย์จรุสสิน (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Mobile Banking พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลและด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Mobile Banking คือ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสถานภาพ ความ

เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ความถี่ ระยะเวลาการใช้งาน และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแนะนำช่องทางทำธุรกรรม ผ่าน Mobile Banking และผู้ใช้ Mobile Banking ส่วนใหญ่เป็นประเภทกลุ่มผู้ยอมรับเร็ว (Early Majority) เนื่องจากบุคคลที่มีอิทธิพลส่วนใหญ่ในสังคมเกิดการยอมรับ Mobile Banking เป็นช่องทางทำธุรกรรมการเงินในชีวิตประจำวัน และส่งผลให้การใช้จ่ายด้วยเงินสดในจังหวัดกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มลดลง

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านบัญชีและปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) ของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

ด้านรับรู้ถึงประโยชน์ โดยรวมอยู่ในปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีระดับมากที่สุด พบว่าการทำธุรกรรมการเงินได้เร็วกว่าเดิมและประหยัดเวลา สะดวกมากขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีทอมสัน ลีเจริญควีคูน (2561) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ พบว่าการใช้บริการเพื่อเป็นการโอนเงิน สาเหตุเลือกใช้หลายเหตุผล ในด้านปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์และการนำเสนอ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านประสิทธิภาพ เมื่อมีการพิจารณาเป็นภาพรวม ส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

ด้านรับรู้ว่าใช้งานง่าย โดยรวมอยู่ในปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีระดับมากที่สุด พบว่า การจ่ายเงินง่ายไม่ยุ่งยาก สอดคล้องกับงานวิจัยงานวิจัยของวีรภรณ์ จิงส์วีสดี (2563) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านการรับรู้เทคโนโลยีและความเสี่ยงที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน KPlus ของธนาคารกสิกรไทย ด้านความน่าเชื่อถือและปลอดภัยในการใช้บริการ มีการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร ความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา ซึ่งแต่ละปัจจัยล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน KPlus ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน โดยรวมอยู่ในปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีระดับมากที่สุด พบว่า การใช้งานเป็นสิ่งที่น่าสนใจและน่าใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของชาติรส การะเวก (2561) พบว่า ผู้ซื้อเครื่องแต่งกายออนไลน์มีการยอมรับเทคโนโลยีทุกด้านในระดับสูง ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีด้านความเพลิดเพลินส่งผล อย่างมีนัยสำคัญ ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายออนไลน์ในระยะก่อนการซื้อ มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจซื้อเครื่องแต่งกายออนไลน์ต่ำที่สุด ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

วิจัยครั้งต่อไปควรมีศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ และเพิ่มการศึกษาเชิงเปรียบเทียบเพื่อดูความเหมือนหรือความแตกต่างที่เกิดขึ้น รวมถึงเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต การสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้น และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

การวิจัยเรื่อง ผู้วิจัยขอเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาศาขุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาบุคลากรให้ครอบคลุมทุกหน่วยงานในประเทศไทย เพื่อให้ทราบความคิดเห็น ที่แตกต่างและหลากหลายเพิ่มมากขึ้น

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking Application) เพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เช่น ทักษะความรู้ทางการเงิน ทัศนคติทางการเงิน การวางแผนทางการเงิน ความเสี่ยง เป็นต้น เพื่อให้งานวิจัยมีผลลัพธ์ที่แตกต่างครอบคลุม และครบถ้วนมาก

3. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ดังนั้นในการศึกษาคั้งถัดไป ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ให้มีข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น และสามารถใช้ประโยชน์ได้ในครั้งถัดไป

เอกสารอ้างอิง

- ชนิตา จันทนฤมาน. (2563).คุณภาพของข้อมูลด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและต้นทุนของเงินทุน : บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และดัชนี SET 100. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต) ชาติรส การเวก. (2561). การวิเคราะห์จำแนกการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมการเลือกซื้อ เครื่องแต่งกายออนไลน์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณภัทร จรรย์จรัสสิน. (2560). การศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Mobile Banking. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะเศรษฐศาสตร์.
- ณัฐภูมิ ลีเจริญกิจคุณ. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. คณะบริหารธุรกิจ.
- ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2565). 11 พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.popticles.com/marketing/11-buying-behaviors/>
- วีรภรณ์ จิงสวัสดิ์. (2563). ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมและการรับรู้ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทย ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. คณะบริหารธุรกิจ.
- สุธาสินี ตูลานนท์. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร. คณะบริหารธุรกิจ.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2567). สำนักทรัพยากรบุคคล สายงานยุทธศาสตร์และกิจการองค์กร. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.nbtc.go.th/About.aspx>
- อรุณทัย พัยคฆงพงษ์. (2560). แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีในการแข่งขันทางการตลาด.วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี 11, 25: 128-136.
- Hanna, N., and Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior: An applied approach*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ooi, K. B., & Tan, G. W-H. (2016). Mobile technology acceptance model: An investigation using mobile users to explore smartphone credit card. *Journal of Expert Systems with Applications*, 59, 33-46.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management (11st ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice –Hall.
- Yamane, T. (1967). *Statistic: An Introductory Analysis (2nded.)*. New York: Harper w York: Harper & Row