

พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงาน

ในเขตกรุงเทพมหานคร

Behavior of using mobile banking applications  
among working people in Bangkok Area

หัสบง รัตน์โชติ

สาขาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Hatsabong Rattanachot

E-mail: 6414991222@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

---

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวัยจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และหากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมต่างกัน และประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน รายได้ต่อเดือนต่างกัน และสถานภาพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

**คำสำคัญ:** แอปพลิเคชันธนาคาร, ความปลอดภัย, ประโยชน์ที่ได้รับ, ความสะดวกในการใช้งาน, ความน่าเชื่อถือ, การตอบสนองความต้องการ, ภาพลักษณ์ของธนาคาร

## ABSTRACT

The research purposed to 1) study the behavior of using mobile banking applications among working people in the Bangkok Area, 2) examine the behavior of using mobile banking applications among working people in the Bangkok Area according to individual factors, and 3) investigate factors of perceptions and attitudes that affected the behavior of using mobile banking applications among working people in the Bangkok Area.

The sample group was 400 working people in the Bangkok Area, and the data was gathered using a questionnaire. The data analysis consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA, and if the difference was found, it would be analyzed using LSD comparison and Multiple Regression Analysis.

The hypothesis test results indicated that working people in the Bangkok Area who had various professions and educational levels had overall differences in the behavior of using mobile banking applications and working people in the Bangkok Area who had different genders, ages, monthly income, and status had overall similarities of the behavior of using mobile banking applications. In addition, the factors of perceptions and attitudes, which were benefits, convenience (user-friendly), need satisfaction, and bank image affected the behavior of using mobile banking applications among working people in the Bangkok Area.

**Keywords:** Banking Applications, Security, Benefits ( Perceived Usefulness), Convenience (User-friendly), Credibility (Trust), Need Satisfaction, Bank Image

## บทนำ

ปัจจุบันถือเป็นยุคแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการดำเนินการด้านต่าง ๆ และมีความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างมาก ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ปรับตัวเข้าหาเทคโนโลยี ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกสบาย ทำให้ระบบ E-Banking เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายในประเทศไทย โดยเฉพาะการประกอบธุรกิจได้นำเอาระบบเทคโนโลยีเข้ามาประสานการทำงานร่วมกัน ในการสร้างโอกาสการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ และเนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากความรู้และการศึกษาของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคได้เพิ่มอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ทำให้การตลาดในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจากผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าและบริการเป็นที่ยอมรับและสามารถรองความเป็นผู้นำทางการตลาดได้ดั่งนั้นธุรกิจต่าง ๆ จึงต้องพยายามแสวงหาเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อนำมาประยุกต์และปรับใช้กับธุรกิจของตน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และสร้างความพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญขององค์กรให้ได้มากที่สุด

การให้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือนั้น จัดได้ว่าเป็นระบบการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ แม้ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ จะมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว แต่หลายคนเชื่อว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความเสี่ยง ดังนั้น หากทราบถึงระดับความเห็นของการรับรู้และทัศนคติของการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ จะทำให้ผู้ประกอบการธนาคารนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยี รูปแบบ หรือฟังก์ชันการให้บริการแอปพลิเคชันของธนาคาร ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าของธนาคารได้มากยิ่งขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่การวิจัยไว้เฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้
  - 3.1 **ตัวแปรอิสระ** ประกอบด้วย
    - 3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ
    - 3.1.2 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ได้แก่ ความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง) ประโยชน์ที่ได้รับ ความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) การตอบสนองความต้องการ ภาวลักษณะของธนาคาร
  - 3.2 **ตัวแปรตาม** คือ พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา

1. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงเทคโนโลยี ในด้านภาพรวม ลักษณะการให้บริการ และรูปแบบการใช้งาน เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะประชากร และพฤติกรรมการใช้งาน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางบริการให้บริการแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ

2. ทราบข้อมูลพื้นฐานสำหรับธนาคารในการวางแผน ขยายฐานลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และสามารถพัฒนา ให้บริการได้ตรงความต้องการ

### ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น และไม่สามารถใช้อ้างอิงพื้นที่อื่นๆ ได้

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2562) กล่าวว่า การชำระเงินทางธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นระบบชำระเงิน ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ที่ลูกค้าธนาคารสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเอง ด้วยสัญญาณ อินเทอร์เน็ตหรือสัญญาณโทรศัพท์มือถือเพื่อการ โอนเงิน ชำระเงิน จากผู้โอนหรือลูกหนี้ไปยังผู้รับโอนหรือ เจ้าหนี้

ละออคันท์ ศรีใส (2563) กล่าวว่า การตัดสินใจ คือ แนวทางการสร้างโอกาสไว้หลายหนทาง เพื่อนำมา ตัดสินใจใช้บริการ โดยพิจารณาตรวจสอบ ประเมินช่องทาง แล้วก็เอามาตัดสินใจ

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า การชำระเงินทางธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือเป็นการทำ ธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภค มีขั้นตอนในการตัดสินใจ ทำให้รู้ถึงระบบการตัดสินใจของบุคคลและต้นเหตุต่าง ๆ ซึ่งสามารถส่งต่อการตัดสินใจ ทำให้มีแนวโน้มเลือกใช้ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ จากการเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการบริโภค และการเลือกปริมาณการซื้อ พฤติกรรมที่ผู้บริโภค แสดงออกต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการ ของตนได้

#### 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ธมลวรรณ วรรณศิลป์ (2563) กล่าวว่า จากแนวคิดปัจจัยทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นิยม และเกี่ยวข้อง กับปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละบุคคล เช่น เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ระดับ การศึกษา ที่มีผลต่อสังคมใน เชิงเศรษฐกิจและสังคม

วรรณพร หวลมานพ (2558) กล่าวว่า ตัวแปรสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจและสามารถคาดคะเนพฤติกรรมมารับสาร ของผู้รับสารได้ล่วงหน้า ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจจากอาชีพ รายได้พื้นฐาน ครอบครัว และสถานะในสังคม เป็นต้น

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นแนวคิดการ แบ่งกลุ่มประชากรทางการตลาดที่มี หลักการความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ ประชากรที่มีลักษณะต่างกัน จะมี พฤติกรรมการเรียนรู้ การซื้อสินค้า และพฤติกรรมอื่น ๆ ต่างกัน โดยแบ่งลักษณะ ดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (สถานภาพ)

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ

#### ด้านที่ 1 ความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง)

Oliveira, Thomas, Baptista & Campos (2016) อ้างถึงใน สิริพรรณ แซ่ติม (2562) กล่าวว่าไว้ว่า พบว่าการรับรู้ความปลอดภัยของเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้งาน

ชไมพร ขนากแก้ว (2562) กล่าวว่าไว้ว่า การรับรู้ความเสี่ยง คือ ความสามารถในการประเมินค่าความเสี่ยงที่ลูกค้าต้องเผชิญ ในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งการมีความสามารถดังกล่าวที่แตกต่างกันของลูกค้า มีผลกระทบทำให้พฤติกรรมของลูกค้าแตกต่างกันออกไป

อิติพรรณี หงอสกุล (2559) กล่าวว่าไว้ว่า ความเป็นมิตรกับผู้ใช้ งาน การ Log in การยืนยันตัวเองผ่านมือ SMS e-Mail แจ้งเตือน เป็นปัจจัยด้านความปลอดภัย (Security)

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า ความปลอดภัย(ระบบป้องกันความเสี่ยง) หมายถึง การรับรู้ว่าธนาคารมีมาตรการรักษาความปลอดภัย ก็จะมั่นใจว่าการใช้เทคโนโลยีไม่มีความเสี่ยง และเชื่อมั่นในระบบดังกล่าว มีความเป็นมิตรกับผู้ใช้ งาน การ Log in การยืนยันตัวเองผ่านมือ SMS e-Mail แจ้งเตือน ส่งผลให้ผู้ใช้บริการยอมรับใช้งานด้วยความเต็มใจ ตลอดจนยินดีให้ข้อมูลส่วนตัวและปฏิบัติตามขั้นตอนที่ธนาคารกำหนด ยิ่งผู้ใช้บริการเชื่อว่าระบบมีความปลอดภัยมากขึ้นเพียงใด ก็ยิ่งเชื่อมั่นในระบบมากขึ้น และส่งผลให้มีการใช้งานมากขึ้นเช่นกัน

#### ด้านที่ 2 ประโยชน์ที่ได้รับ

วิชาดา ไม้เงินงาม (2562) กล่าวว่าไว้ว่า การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี คือปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคล ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้อย่างไร และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วย

กฤษณะ สมรบรรสุข (2563) กล่าวว่าไว้ว่า การรับรู้ประโยชน์ หมายความว่า การได้มา การเก็บรวบรวม การเข้าใจ หรือการตีความหมายเป็นกระบวนการ แปลความหมายของสิ่งที่บุคคลประสบหรือความหมายจากสิ่งที่ เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ รอบตัว ของบุคคลนั้น เป็นกระบวนการที่บุคคลหนึ่งให้ความสนใจการเลือกรับ การรวบรวม การจัดระบบ การแปลความหมายและการสร้างความหมายแก่ข้อมูลที่ได้รับ

อิติพรรณี หงอสกุล (2559) กล่าวว่าไว้ว่า การสอบถามยอดบัญชีออมทรัพย์ การโอนเงิน เติมนเงินโทรศัพท์มือถือชำระสินค้า รายการเช็ค เป็นปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า ประโยชน์ที่ได้รับ หมายถึง การรับรู้ว่าแอปพลิเคชันธนาคารนั้นมีส่วนช่วยในการส่งเสริมคุณภาพชีวิต หรือความสะดวกสบาย อย่างไร แต่ละคนจะรับรู้ว่าจะมีเทคโนโลยีจะมีส่วนช่วยในการพัฒนา หรือศักยภาพผลงานของตนเองได้อย่างไรบ้าง ทำให้จัดการบริหารการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การสอบถามยอดบัญชีออมทรัพย์ การโอนเงิน เติมนเงินโทรศัพท์มือถือ ชำระสินค้า รายการเช็ค และสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อนำเสนอสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้โดยตรง หรือลดระยะเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมการเงินที่ธนาคารทำให้มีเวลาทำอย่างอื่นได้ หรือมีส่วนในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพเพิ่มศักยภาพเพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มผลกำไรให้แก่บริษัท หน่วยงานหรือองค์กรของตน

### ด้านที่ 3 ความสะดวกในการใช้งาน(ง่ายในการใช้งาน)

วิชาดา ไม้เงินงาม (2562) กล่าวว่า การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน คือ ปัจจัยที่กำหนดในแง่ปริมาณหรือ ความสำเร็จที่ได้รับว่าตรงกับความต้องการหรือที่คาดหวังไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีสารสนเทศด้วย

ธิตพรดี หงอสกุล (2559) กล่าวว่า การใช้งานได้ตลอดเวลา หน้าจอใช้งานง่าย มีระบบช่วยเหลือ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สะดวกรวดเร็ว เป็นปัจจัยความง่ายต่อการใช้งาน

ปวีตรา สอนดี (2560) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ของโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน หมายถึง เทคโนโลยีนั้นง่ายต่อการนำมาใช้งาน ไม่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถในการใช้งานมากนัก

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า ความสะดวกในการใช้งาน(ง่ายในการใช้งาน) หมายถึง ความสะดวกสบายของผู้บริโภคจากการที่ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายได้กระจายสินค้าและบริการอย่างทั่วถึงในช่องทางที่ผู้บริโภคยินดีที่จะซื้อ เป็นการอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้า และเข้าถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการ ระดับความเชื่อคาดหวังของผู้ที่จะใช้ระบบสารสนเทศดังกล่าวเป็นระบบที่ สามารถเรียนรู้ ได้ง่ายไม่ต้องใช้ความพยายาม มีกระบวนการขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน มีการใช้งานได้ตลอดเวลา หน้าจอใช้งานง่าย มีระบบช่วยเหลือ ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย สะดวกรวดเร็ว

### ด้านที่ 4 ความน่าเชื่อถือ(เชื่อมั่น)

Phonthanukithaworn & Sellitto (2016) อ้างถึงใน สิริพรรณ แซ่ดีม (2562) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นส่งผลต่อพฤติกรรมตั้งใจใช้งานการชำระเงินทางโทรศัพท์มือถือด้วยเช่นกัน

Luarn and Lin (2005) อ้างถึงใน วสุธิตา นุริตมนต์ (2562) กล่าวว่า การรับรู้ถึงความเชื่อมั่น คือ ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ถึงความปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี ตลอดจนความเป็นส่วนตัวในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า ความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) คือ ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ถึงความปลอดภัยในการใช้งานเทคโนโลยี ตลอดจนความเป็นส่วนตัวในการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งความเชื่อมั่น ยังเกิดจากความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่ 1) เชื่อว่าธนาคารมีความชำนาญและสามารถตอบสนองภาระงานของผู้ใช้บริการ 2) เชื่อว่าธนาคารจะรักษาสัญญาและไม่หลอกลวงผู้ให้บริการ 3) เชื่อว่าธนาคารมีความใส่ใจความต้องการของผู้ใช้บริการ

### ด้านที่ 5 การตอบสนองความต้องการ

ธมลวรรณ วรรณศิลป์ (2563) กล่าวว่า การตอบสนองความต้องการ หมายถึง ความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึง Customer Insight ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ตอบโจทย์ลูกค้า ไม่ใช่เพียงแต่สินค้าที่ผู้ผลิตอยากขายเท่านั้น ยังรวมถึงการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

กฤษณะ สมรบรรสุข (2563) กล่าวว่า การตอบสนองความต้องการ หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือ เกิดจากสิ่งกระตุ้น

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า การตอบสนองความต้องการ หมายถึง ความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึง Customer Insight ของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ผู้ผลิตต้องรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือ เกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวดซึ่งรวมถึง ความต้องการของร่างกาย (physiological needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็น ความต้องการด้านจิตวิทยา (psychological needs) สิ่งเหล่านี้ เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น ดังนั้นสินค้าที่ผลิตควรเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคตั้งใจจะซื้อไปใช้ จากการที่ผู้ผลิตปรับเปลี่ยน เพื่อให้ตอบโจทย์ลูกค้า ไม่ใช่แค่สินค้าที่ผู้ผลิตอยากจะขายเท่านั้น ยังรวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

### **ด้านที่ 6 ภาพลักษณ์ของธนาคาร**

ณัฐภูมิ ลีเจริญกิจคุณ (2561) กล่าวว่าไว้ว่า ภาพลักษณ์และการนำเสนอ หมายถึง การพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ

กรกมล จำรัส (2560) กล่าวว่าไว้ว่า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

จากการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปโดยรวมได้ว่า ภาพลักษณ์และการนำเสนอ หมายถึง การพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน ด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ลูกค้าควรได้รับ

### **สมมติฐานของการศึกษา**

สมมติฐานที่ 1 เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง) ประโยชน์ที่ได้รับ ความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) การตอบสนองความต้องการ ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

### **การออกแบบการวิจัย**

เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non – Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

### **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อจะนำเอาข้อมูลที่ได้หลังจากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ เพื่อการตอบปัญหาการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องการ

ศึกษา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาความรู้ ค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี และนำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนด โดยการตั้งข้อคำถามในแบบสอบถามต้องเป็นคำถามที่มีความครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะอีกด้วย ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ และในส่วนของแบบสอบถามปลายเปิด ผู้วิจัยกำหนดเฉพาะคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นในการตอบได้ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามลักษณะประชากร จะประกอบไปด้วย ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านรายได้ต่อเดือน ด้านระดับการศึกษา และด้านสถานภาพ โดยเป็นคำถามแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question)

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ของคนวัยทำงานที่ใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 6 ด้าน คือ ด้านความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ด้านความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร โดยเป็นคำถามแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question)

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นคำถามแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question)

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ/ปัญหาการใช้แอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ โดยเป็นคำถามแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Question)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้รับการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์แล้วมาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดจำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มคนวัยทำงานที่ใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะดำเนินการในขั้นต่อไป คือ การนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์คำนวณโดยผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

### เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว จึงได้นำข้อมูลนั้น มาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา สถานภาพ



1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง) ประโยชน์ที่ได้รับ ความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) การตอบสนองความต้องการ ภาพลักษณ์ของธนาคาร พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ สถานภาพ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

### สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาแล้ว พบว่า ข้อท่านคาดหวังความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการสอบถามยอดในบัญชี ดูรายการธุรกรรมย้อนหลัง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ข้อท่านคิดว่าท่านจะใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือทุกครั้งที่ท่านทำธุรกรรมทางการเงิน ข้อท่านพิจารณาค่าธรรมเนียมของการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือก่อนเลือกใช้บริการ ข้อท่านคิดว่าการใช้บริการธุรกรรมการเงินอื่นผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ เช่น การซื้อของออนไลน์ การเติมเงินมือถือ การซื้อของขวัญ และส่งต่อความสุขให้ผู้อื่นในวาระโอกาสต่าง ๆ เป็นช่องทางที่สะดวก ข้อท่านมีความพึงพอใจหลังจากใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ และข้อท่านคิดว่าการศึกษาและค้นหาข้อมูลการใช้บริการแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือมีความจำเป็น ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมต่างกัน

2.2 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน รายได้ต่อเดือนต่างกัน และสถานภาพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง) และด้านความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นและคาดหวังความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการสอบถามยอดในบัญชี ดูรายการธุรกรรมย้อนหลัง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) กล่าวไว้ว่า Mobile Banking คือ การทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน เป็นต้น

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา และสถานภาพ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากเพศชายและเพศหญิงมีการสื่อสารและรับสื่อไม่ต่างกัน ซึ่งปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างเท่าเทียม จนเกิดการพัฒนาทางด้านพฤติกรรม สังคมและวัฒนธรรม ทำให้ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงต้องพัฒนาตนเองให้ทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ หนูเนียม (2561) ผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในบริการที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชไมพร ขนบแก้ว (2562) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเพศ ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับ การใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

2.2 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากเทคโนโลยีได้เข้ามา ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานด้านมือถืออย่างรวดเร็ว ทำให้ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการสนใจ ปรับตัวและเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเอง ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ หนูเนียม (2561) ผลการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในบริการที่แตกต่างกัน

2.3 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า แต่ละอาชีพมองความมั่นคงทางการเงินหรือความพอเพียงทางการเงินที่ไม่เท่ากัน จึงทำให้แต่ละอาชีพมีการวางแผนทางการเงินที่แตกต่างกัน เช่น การลงทุนในอาชีพเสริม การซื้อพันธบัตร การซื้อหุ้น การซื้อตราสารทุน เป็นต้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ หนูเนียม (2561) ผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ในบริการที่แตกต่างกัน

2.4 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การเข้าถึงและรับรู้ข่าวสารของแอปพลิเคชัน ไม่ได้มีการแบ่งรายได้ต่อเดือนในการรับรู้ข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันแอปพลิเคชันได้เอื้ออำนวยในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกรับเงิน จ่ายเงิน ไม่ต้องกดเงินที่ธนาคาร ไม่ต้องใช้บัตร ATM เป็นการลดค่าใช้จ่ายลง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ หนูเนียม (2561) ผลการศึกษาพบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในบริการที่แตกต่างกัน

2.5 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในปัจจุบันการใช้แอปพลิเคชันธนาคาร เกิดขึ้นจากการตัดสินใจของผู้บริโภค เมื่อเกิดความต้องการผู้บริโภคจะใช้ความรู้ของตนในการตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ความรู้ทางด้านกฎหมาย เพื่อความปลอดภัย ระวังในการใช้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปวีตรา สอนดี (2560) ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ หนูเนียม (2561) ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในบริการที่แตกต่างกัน

2.6 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ปัจจุบันมีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดการเรียนรู้ไม่ว่าจะเป็นสื่อต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ทำให้ต้องพัฒนาตนเองให้ทันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ดังนั้นไม่อาจจะอยู่ในสถานภาพไหนเมื่อมีรายได้ การใช้แอปพลิเคชันทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย และปลอดภัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ จิราภรณ์ หนูเนียม (2561) ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกัน มีการเข้าใช้งานการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสในบริการที่แตกต่างกัน

3. ศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ได้แก่ ด้านความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ด้านความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านความปลอดภัย (ระบบป้องกันความเสี่ยง) ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ส่วนใหญ่คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครนั้น เชื่อว่าการมีระบบให้ Log in ก่อนเข้าใช้งานทุกครั้งและมีการยืนยันตัวตนโดยการส่งรหัส OTP มาที่โทรศัพท์มือถือทุกครั้ง มีความปลอดภัย และเชื่อว่าธนาคารมีขั้นตอนในการกำหนดรหัสผ่านที่น่าเชื่อถือ ปลอดภัยและเชื่อมั่นว่าธนาคารจะไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาดา ไม้เงินงาม (2562) กล่าวว่าอาจเป็นเพราะความรู้สึกว่าการใช้บริการธนาคารบน โทรศัพท์มือถือสามารถตอบสนองวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันได้ การพัฒนาประสิทธิภาพให้รองรับความทันสมัยของเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งความปลอดภัยในการใช้บริการก็เป็นเรื่องสำคัญ ควบคู่กับธุรกรรมทางการเงิน

3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การใช้บริการธนาคารบน โทรศัพท์มือถือ ประหยัดเวลาสามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่เสียเวลารอคิว ไม่เสียค่าธรรมเนียม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณพร หวลมานพ (2558) อ้างถึงใน วิชาดา ไม้เงินงาม (2562) ได้กล่าวว่า แอปพลิเคชัน เคโมบาย แบงก์กิ้งพลัสมีความสะดวก รวดเร็ว ในการทำธุรกรรมทางการเงินมากที่สุด

3.3 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การดาวน์โหลดเพื่อติดตั้งแอปพลิเคชันธนาคารผ่าน Google Play หรือ App Store มีความสะดวก รวดเร็วและไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ มีขั้นตอนการใช้งานสะดวก ไม่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ อินภุขงค์ (2559) อ้างถึงใน วิชาดา ไม้เงินงาม (2562) ได้กล่าวว่า ผู้ใช้งานระบบการชำระเงินแบบพร้อมเพย์ สามารถดำเนินการผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้ทุกประเภท และมีฟังก์ชันการทำงานที่ไม่ซับซ้อน

3.4 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านความน่าเชื่อถือ (เชื่อมั่น) ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า ระบบการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือมีความน่าเชื่อถือ ระบบมีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว แม่นยำและมีประสิทธิภาพ และระบบธุรกรรมการเงินบนโทรศัพท์มือถือมีความรับผิดชอบตามที่ธนาคารระบุไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติพรดี หงสกุล (2559) กล่าวว่า ความไว้วางใจนี้ ล้วนเกิดขึ้นจากประสบการณ์ของผู้ใช้งานของธนาคารมาก่อนในอดีตและความรู้การใช้งานเป็นที่น่าพอใจจนเกิดเป็นความไว้วางใจของผู้ใช้งาน

3.5 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านการตอบสนองความต้องการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ตอบสนองวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน สามารถชำระค่าสินค้าและบริการอื่น ได้ครอบคลุม และรูปแบบการใช้งานของแอปพลิเคชันธนาคารมีความทันสมัย ทำให้ไม่ต้องมีเงินสดติดตัว และลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสดในการใช้จ่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌมลวรรณ วรรณศิลป์ (2563) กล่าวว่า การตัดสินใจใช้บริการ e-Payment ผู้ใช้บริการจะพิจารณาถึงความปลอดภัยมากกว่าการใช้เงินสด มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายตรง

ตามที่ต้องการ มีความทันสมัย นำใช้งานของรูปแบบของแพลตฟอร์ม มีความเสถียรของระบบชำระเงิน และอัปเดตได้ เร็วใหม่มีการแจ้งยืนยันความถูกต้องของข้อมูลการทำธุรกรรมทุกครั้ง และมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ส่วนตัวของผู้ใช้งาน เช่น การเปิดเผยเลขที่บัญชีบางส่วน เป็นต้น

3.6 ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคาร ผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า แอปพลิเคชันธนาคารมีรูปแบบ สีสนที่ สวยงาม สามารถสร้างการจดจำในตราสินค้าเป็นอย่างดี และการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ เป็นคนที่ฉลาดและ ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญวัฏภูมิ ลีเจริญกิจคุณ (2561) กล่าวว่า ภาพลักษณ์และการนำเสนอ (Physical Evidence) หมายถึง การพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความถูกต้อง ความ รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการสร้างแผนการ ปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันธนาคาร ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากร โดยแบ่งเป็น อาชีพ ระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่าน โทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ธนาคารจึงควรให้ความสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสาร การ นำเสนอ การโฆษณาด้านความปลอดภัย ประโยชน์ที่ได้รับ ความสะดวกในการใช้งาน เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนแต่ละ กลุ่มได้อย่างง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ปัจจัยด้านประชากร โดยแบ่งเป็น เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ธนาคารอาจจะไม่ต้อง เน้น เนื่องจากพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ไม่มีความแตกต่าง

3. ปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของคนวัย ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ด้านความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ด้าน การตอบสนองความต้องการ และด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารผ่าน โทรศัพท์มือถือของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1 ด้านประโยชน์ที่ได้รับ ควรให้ความสำคัญกับ การให้บริการธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ มีลักษณะบริการที่ หลากหลาย ด้วยกระแสความนิยมของการซื้อสินค้าออนไลน์ และการชำระเงินค่าสินค้าและบริการออนไลน์ ช่วยให้ลูกค้าทำ ธุรกรรมได้ สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

3.2 ด้านความสะดวกในการใช้งาน (ง่ายในการใช้งาน) ควรให้ความสำคัญกับแอปพลิเคชันธนาคารที่สามารถเข้าใจ และใช้งานได้ง่าย สามารถเรียนรู้และทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง มีขั้นตอนในการทำธุรกรรมไม่ยุ่งยากซับซ้อน สามารถทำ ธุรกรรมเสร็จได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงรายการการทำธุรกรรมได้ในระยะเวลาอันสั้น

3.3 ด้านการตอบสนองความต้องการ ควรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการใช้แอปพลิเคชันที่มากกว่า การใช้เงินสด มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายตรงตามที่ต้องการ มีความเสถียรของระบบชำระเงิน และอัปเดตได้ เร็วทันใจ มีการแจ้งยืนยันความถูกต้องของข้อมูลการทำธุรกรรมทุกครั้ง และมีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ส่วนตัวของผู้ใช้งาน เช่น การเปิดเผยเลขที่บัญชีบางส่วน เป็นต้น

3.4 ด้านภาพลักษณ์ของธนาคาร ควรให้ความสำคัญกับ การสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับ ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ มีความทันสมัย ความน่าใช้งานของรูปแบบ ของแพลตฟอร์ม

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มเครื่องมือในการศึกษาวิจัยให้กว้างขึ้นนอกเหนือจากแบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ เป็นต้น เพื่อให้เป็นข้อมูลที่เชิงคุณภาพเพิ่มมากขึ้น หรือเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากเดิมเป็นการสุ่ม ตัวอย่างแบบสะดวก เพื่อให้ได้ผลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม ถ้าต้องการข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น ควรจะ เลือกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งต่อไปที่แตกต่างจากเดิม หรือเพิ่มกลุ่มขนาดประชากร เช่น เพิ่มในส่วนภูมิภาค หรือศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่

### เอกสารอ้างอิง

- กรมกมล จำกัด. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก
- กฤษณะ สมรบรรลุสุข. (2563). การยอมรับและการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือระยะยาว ในเขตกรุงเทพมหานคร
- จิราภรณ์ หนูเนียม. (2561). ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยแอปพลิเคชัน เค โอบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ชไมพร ขนาบแก้ว. (2562). ทศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ การใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหาร ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- ณภัทร จรรย์จรัสสิน. (2562). การศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Mobile Banking
- ณัฐภูมิ ถีเจริญกวีคุณ. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ กรณีศึกษา จังหวัดนครปฐม
- เทวินทร์ บุษผาคำ. (2564). การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). การกำกับดูแลตาม พ.ร.บ. ระบบการชำระเงิน พ.ศ. 2560
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). แผนกลยุทธ์ระบบ การชำระเงิน ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2562-2564)
- ธมลวรรณ วรรณศิลป์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินในรูปแบบ Touchless Payment ภายหลัง

- สถานการณ์โควิด-19 ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ธิตีพรดี หงสกุล. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับโปรแกรมประยุกต์ระบบธุรกรรมการเงินบนสมาร์ตโฟน : กรณีศึกษาธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- ปวีตรา สอนดี. (2560). การยอมรับนวัตกรรม โฆษณาแบบกึ่ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี
- พิมพ์ภัทร วัฒนสิมานนท์. (2562). การวิเคราะห์พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายผ่านเงินดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดเชียงใหม่.
- มณีนรัตน์ อนุโลมสมบัติ. [www.bangkokbiznews.com](http://www.bangkokbiznews.com) (2560). Cashless ไทย เราอยู่ตรงไหนแล้ว
- รุ่งโรจน์ สงระษะบุญ. (2560). วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี ปีที่ 11 ฉบับที่ 25 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2560 ความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี
- ละออดันต์ ศรีใส. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชันร้านค้าบนมือถือธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (K PLUS SHOP) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน เคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
- วสุธิดา นุริตมนต์. (2562). วารสารสหวิทยาการวิจัย : ฉบับบัณฑิตศึกษา ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2562) อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่
- วิชาดา ไม้เงินงาม. (2562). พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร
- วิภาวรรณ พิสิฐเวช. (2562). วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ฉบับเสริม ธันวาคม 2562 พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดภูเก็ต
- สิริพรรณ แซ่ดีม. (2562). วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง การยอมรับการชำระเงินทางธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย: การศึกษาเชิงประจักษ์
- สุชาติร์ตัน บุญอยู่. (2562). วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม 2562 ตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีทางการเงินของผู้ใช้บริการธนาคารรัฐวิสาหกิจในจังหวัดราชบุรี
- สุภาภรณ์ สุวรรณรัตน์. (2562). ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการ ธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร
- National e-Payment. [www.epayment.go.th](http://www.epayment.go.th) (2559). ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์