

# การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

## The elderly person's mobile banking application acceptance in the upper southern part of Thailand

### รังสิณี ชาสูวรรณ

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สำนักวิชาการบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

### Rangisini Chasuwan

Graduate Student of Master of Business Administration Program  
School of Accountancy and Finance, Walailak University  
E-Mail: rangisini.55@gmail.com ; Ph: 089-648-2882

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 27 กุมภาพันธ์ 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 9 เมษายน 2565
ครั้งที่ 2	: 15 พฤษภาคม 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 30 พฤษภาคม 2565

### ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์

รองศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

### Dr. Somnuk Aujirapongpan

Associate Professor of Master of Business Administration Program  
Innovation Management and Business Development, Walailak University  
E-mail: asomnuk@wu.ac.th; Ph: 0-7567-2249

### ดร. สุพิศ ฤทธิ์แก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาการจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

### Dr. Supit Ritkaew

Assistant Professor of Master of Business Administration Program  
Innovation Management and Business Development, Walailak University  
E-mail: supit.ritkaew@gmail.com; Ph: 0-7567-2249



## บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุ มีอายุ 60-70 ปี ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน 7 จังหวัด โดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การเปรียบเทียบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 60 - 65 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน คือ ครอบครัวใหญ่ (คู่สมรส ลูก หลาน) เป็นเจ้าของกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท การวิเคราะห์ความแตกต่างของ อายุ สถานภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบนมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของปัจจัย พบว่าการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ พฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05.

การศึกษานี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริมและพัฒนานโยบายการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน และนำไปสู่การต้นแบบการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทย

**คำสำคัญ:** การยอมรับเทคโนโลยี, แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง, ผู้สูงอายุ

## Abstract

The objectives of this study were to: 1) study the acceptance of mobile banking application technology among the elderly in the upper southern region, and 2) study the factors affecting acceptance of mobile banking application technology of the elderly in the upper southern region. The population was elderly people aged 60-70 years, who used mobile banking applications of 7 provinces in the upper southern region. The 400 samples were used in this study. The data collection by using a questionnaire set as well as using a simple random sampling method. The data analysis was the descriptive statistics in terms of frequency, percentage, mean, and standard deviation; and the inferential statistics in terms of t-test, One-way ANOVA and multiple regression analysis.

The results found that the samples were mostly female at age between 60 - 65 years old, marital status, a bachelor's degree level, live together or a large families (spouse, children, and grand children), business owners, and average monthly income more than 40,000 baht. The differences of age, status, people who living together, education level and average monthly income of the elderly in different upper southern regions had significantly different towards acceptance of mobile banking application technology at significance level of 0.05. Moreover, the multiple regression analysis of factors, it was found that perception of ease, perceived benefit, and intentional behavior had positive influence towards acceptance of mobile banking application technology at significance level of 0.05.

This study can be the guidelines to promote and develop the policy of elderly person's mobile banking application acceptance as well as elderly's behavior in the upper southern part of Thailand. Moreover, it will be the model for the elderly person's mobile banking application acceptance in other part of Thailand.

**Keywords:** technology acceptance, mobile banking applications, elderly

## บทนำ

การดำเนินชีวิตของมนุษย์มีวิวัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น เป็นยุคของการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทุกคนพกติดตัวไปทุกหนทุกแห่ง ผู้คนในยุคนั้นนอกจากใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสื่อสารพูดคุยแล้ว ยังนำไปใช้เพื่อการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้ปัจจุบันมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากถึง 47.5 ล้านคน ร้อยละ 70 ของจำนวนประชาชนทั้งหมด (Ministry of Digital Economy and Society, Electronic Transactions Development Agency [ETDA], 2019) อีกทั้งยังมีหลายบริษัททำการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีให้รองรับกับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้สามารถดาวน์โหลดโปรแกรมประยุกต์ (Application) ไปติดตั้งลงในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านโปรแกรมประยุกต์ (Application) ได้มากยิ่งขึ้น (Lamsiriwong, 2017)

การทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัล (Mobile Banking และ Internet Banking) เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการตลาดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Bank of Thailand, 2014) ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ ในปี 2563 Mobile Banking มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยปริมาณธุรกรรมโอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking อยู่ที่ 7,758.0 – 7,927.5 ล้านรายการ (มูลค่าธุรกรรม 28,910.4 – 29,707.2 พันล้านบาท) ขยายตัวร้อยละ 57.5 – 61.0 จากปี 2562 (Kasikorn Research Center, 2020) การทำธุรกรรมทางการเงิน แบบ Mobile Banking ใช้แทนการทำธุรกรรมแบบเดิม ๆ ผ่านสาขาธนาคาร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการฝาก-ถอน โอนเงิน และชำระเงิน (ร้อยละ 70) (Bank of Thailand, 2021) ซึ่งช่วยลดต้นทุนและเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงิน เพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Phrompalit, 2016) ส่งผลให้บทบาทของสาขาธนาคารเปลี่ยนไป เน้นเป็นการให้บริการคำปรึกษาการลงทุน บริการสินเชื่อ และบริการอื่น ๆ มากกว่า ซึ่งบริการดังกล่าวไม่สามารถทำผ่านธนาคารยุคดิจิทัลได้ (Tangjintanakan & Phochitti 2017; Navavongsathian, Vongchavalitkul & Limsarun, 2020)

ปัจจุบันประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aged Society) ในปี 2563 ประชากรสูงอายุมีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากถึง 11.62 ล้านคน หรือร้อยละ 17.57 ของประชากรทั้งหมด (Department of older persons, 2020) ในอนาคตจะมีกลุ่มประชากรที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปเป็นจำนวนมาก “สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์” (Complete Aged Society) ปี พ.ศ.2564 (ร้อยละ 20) และเข้าสู่ภาวะ “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super Aged Society) ในปี พ.ศ.2578 โดยคาดการณ์ว่าจะมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 28) ของจำนวนประชากรทั้งหมด (Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute, 2018)

สังคมสูงวัย (Aged Society) ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน รวมถึงลักษณะความต้องการสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของผู้สูงอายุได้อย่างสะดวกสบาย สุขภาพดี สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างมีอิสระ ในปัจจุบันเราจึงได้เห็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นหุ่นยนต์ที่ช่วยดูแลผู้สูงอายุ หรืออุปกรณ์อัจฉริยะที่ใช้สวมใส่ (Smart wearables) ที่สามารถวัดชีพจรและสามารถเรียกรถพยาบาลได้โดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตามสำหรับในภาคการเงินแล้ว สินค้าและบริการที่จัดจ้านออกมาเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะยังมีอยู่อย่างค่อนข้างจำกัด อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีในภาคการเงินสำหรับผู้สูงอายุยังเป็นไปได้ยาก (Hirankasi, 2020) เนื่องจากอุปสรรคสำคัญ คือ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ก่อนหน้านั้นสังคมผู้สูงอายุเปรียบเป็นสังคมที่เฉื่อยชาและขาดพลวัต เนื่องจากผู้สูงอายุมักไม่ค่อยยอมเปิดใจรับเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีความกลัวที่จะใช้เทคโนโลยี ยังคงต้องพึ่งพาเงินสดอยู่ในระดับสูง (Cash-based society) ไม่สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านการเงินได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการชำระเงินด้วย QR Code บัตรเครดิต/เดบิต ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในซีกโลกตะวันตก (Phrompalit, 2016)

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน เพื่อนำประโยชน์ไปใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการเงินผ่านช่องทางแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุ ทราบถึงปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยีการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุเพื่อเป็นข้อมูลให้สถาบันการเงินนำไปพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้อง และรองรับกับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้งของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอัตราการเติบโตมากขึ้นในอนาคต รวมถึงสามารถสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

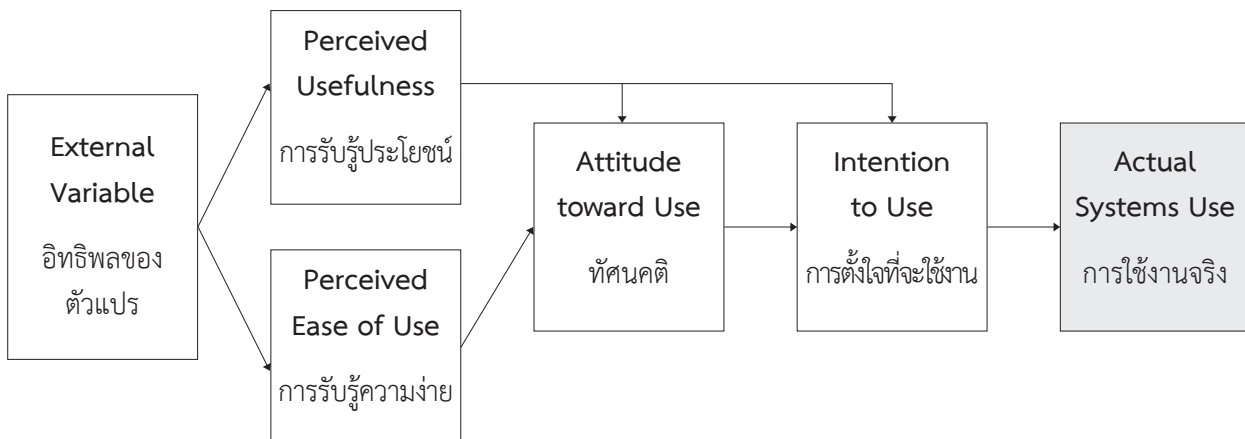
## แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ความหมายของเทคโนโลยี

เทคโนโลยี (Technology) มีที่มาจากภาษากรีกโบราณ คำว่า กรีก: **τέχνη** แปลว่า "ทักษะหรือการใช้ฝีมือ" และ กรีก: **λογία** แปลว่า วิทยาการ หมายถึง บรรดาเทคนิควิธี ทักษะ วิธีการ หรือกรรมวิธี ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ หรือเพื่อนำไปใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เทคโนโลยีอาจเป็นได้ทั้งความรู้ด้านเทคนิควิธี วิธีการทำงาน หรือวิธีการทำหรือประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ และยักรวมถึงการใช้ประโยชน์จากเครื่องมือหรือเครื่องจักรของบุคคลทั่ว ๆ ไป ในความหมายอย่างกว้าง หมายถึงการนำความรู้ทางธรรมชาติวิทยา และต่อเนืองมาถึงวิทยาศาสตร์ มาเป็นวิธีการปฏิบัติ และประยุกต์ใช้เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ อันก่อให้เกิดวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร แม้กระทั่งองค์ความรู้ นวัตกรรม เช่น ระบบหรือกระบวนการต่าง ๆ เพื่อให้การดำรงชีวิตของมนุษย์ง่ายขึ้นและสะดวกยิ่งขึ้น (Sukhothai Thammathirat University, 2015; Wikipedia, n.d.; Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, Technology and Innovation Entrepreneur Development Fund, 2019)

### ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)

แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับ และมีชื่อเสียงในการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยี ทฤษฎีที่คิดค้นโดย Davis, Bagozzi, and Warshaw (1989) ซึ่งเป็นการปรับแต่งเพิ่มเติมต่อจากทฤษฎี The Theory of Reasoned Action: TRA โดย TAM จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมของผู้ใช้ ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ และทัศนคติ ในท้ายที่สุดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีจะส่งผลต่อการตั้งใจใช้ และใช้งานจริงของเทคโนโลยี ดังภาพ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

ที่มา : Davis, Bagozzi and Warshaw, 1989

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า Pawanja and Niruttikul (2021) ได้ศึกษาการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน ของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียว ผลการศึกษาวิจัยพบว่าระดับการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน ของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียวในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Pojjana and Nurittmont (2018) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโปรแกรมประยุกต์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ “TMB TOUCH” ของผู้ใช้บริการธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า การบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้าน ความเชื่อถือและมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล และด้านหลักฐานทางกายภาพ มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการตอบสนองไม่มีอิทธิพลกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ สำหรับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความง่ายของขั้นตอนการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Rotchanakitumnuai (2019) ได้ศึกษาการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่างต่อเนื่อง ผลการศึกษาพบว่า การยอมรับโมบายแบงก์กิ้งจากผู้ใช้ออปพลิเคชันออนไลน์ของธนาคารพาณิชย์ไทยประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ความคาดหวังด้านการปฏิบัติการ (Performance Expectation) ความคาดหวังจากความพยายาม (Effort expectation) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) เป็นปัจจัยสำคัญในการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งทั้งสิ้นที่ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง พบว่า ความคาดหวังด้านผลการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ อิทธิพลทางสังคม และสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง อย่างต่อเนื่อง แต่ความคาดหวังจากการพยายามไม่ส่งผลกระทบต่อระบบใช้อย่างต่อเนื่อง การใช้โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง จากค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่าปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมมีผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่องมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความคาดหวังด้านผลการปฏิบัติงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกในส่วนของความแตกต่างส่วนบุคคล ประสบการณ์ในการใช้โมบายแบงก์กิ้งส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง ความแตกต่างด้านเพศ อายุ และการศึกษาไม่ส่งผลต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง

Amin, Baba and Muhammad (2007) ศึกษาการวิเคราะห์การยอมรับธนาคารบนมือถือโดยลูกค้าชาวมาเลเซีย ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมือถือได้เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทางการเงินเข้ามาแนะนำนวัตกรรมทางการเงินใหม่ ๆ คือ ธนาคารบนมือถือ (Mobile banking) การศึกษานี้ใช้รูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่กำหนดความตั้งใจของแต่ละบุคคล ในการใช้บริการธนาคารบนมือถือ ระหว่างลูกค้าธนาคารในพื้นที่ Labuan และ Kota Kinabalu TAM ประกอบด้วย การรับรู้ความน่าเชื่อถือ การรับรู้ความสามารถ และความกดดันเชิงบรรทัดฐาน ผลการศึกษาเพื่อใช้ในการคาดการณ์พฤติกรรมของลูกค้านักค้าธนาคารที่ต้องการใช้บริการธนาคารบนมือถือ ปัจจัยที่มีผลการคาดการณ์พฤติกรรม คือ รับรู้ประโยชน์ รับรู้ใช้งานง่าย รับรู้ความน่าเชื่อถือ และรับรู้ความสามารถของตนเอง ส่วนความกดดันเชิงบรรทัดฐานมีผลน้อย การศึกษายังแสดงให้เห็นถึงผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ของการรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน ต่อความตั้งใจทางพฤติกรรม และรับรู้ประโยชน์

### พฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

ในช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยได้มุ่งเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) การโอนเงินและชำระค่าสินค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ผ่าน Mobile Banking และ e-Wallet ได้กลายเป็นช่องทางหลักของผู้บริโภค โดยกลุ่มผู้บริโภคไทยส่วนหนึ่งได้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทางการเงินและชำระค่าสินค้าและบริการด้วย Mobile Banking หรือ e-Wallet แทนการใช้ตู้ ATM หรือเงินสด ส่งผลให้แนวโน้มการใช้บริการ Mobile Banking และ e-Wallet ในไทยเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Kasikorn Research Center, 2020)

ทั้งนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า น่าจะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญต่อพฤติกรรมทางการเงินและชำระค่าสินค้าและบริการของผู้บริโภคไทย ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางการเงินและชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking และ e-Wallet เพิ่มขึ้น โดยผู้บริโภคกลุ่มเดิมที่มีความคุ้นชินในการใช้งานอยู่แล้วจะมีการใช้งานมากขึ้น ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคกลุ่มใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานตอนกลาง ก็จะมาใช้งาน Mobile Banking และ e-Wallet เพื่อการโอนเงินและชำระค่าสินค้าและบริการมากขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ไม่ต้องการสัมผัสกับเงินสดเพื่อลดความเสี่ยงของการแพร่ระบาดของโรค นับว่าเป็นพฤติกรรม New Normal ที่เป็นปัจจัยผลักดันต่อการใช้งานแพลตฟอร์ม Mobile Banking และ e-Wallet ให้เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง (Kasikorn Research Center, 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า Inthapanyo and Sonprajak (2020) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศ หญิง มีอายุระหว่าง 50-54 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ใช้บริการด้านการโอนเงินมากที่สุด โดยเฉลี่ยใช้บริการ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ และใช้เวลาประมาณ 6-8 นาทีต่อครั้ง นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า 1) การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุตั้งแต่ 50-70 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรเมื่อใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ต่อตัวแปรตามความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านคุณค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ธนาคารพาณิชย์ต้องมีการพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

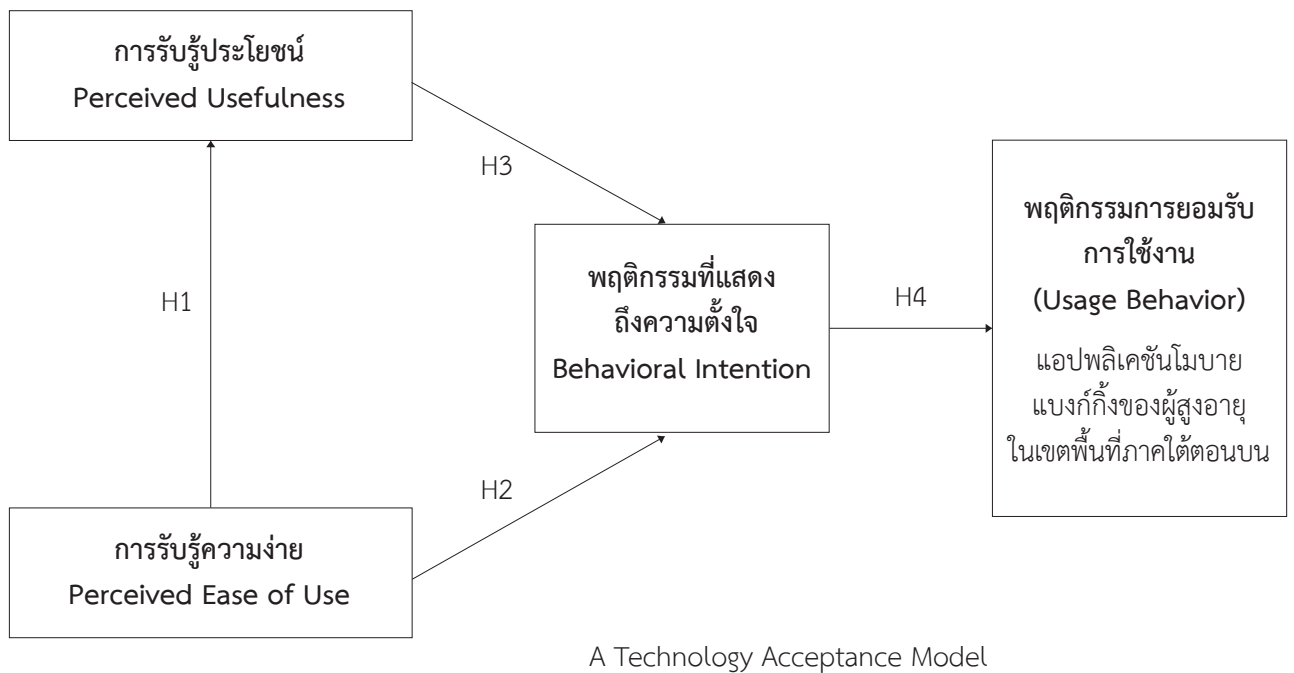
จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาได้มีการทบทวนวรรณกรรมมาแล้วนั้น ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดแบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis, Bagozzi and Warshaw (1989) ซึ่งเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ผู้ศึกษาได้มีการปรับปรุงกรอบแนวคิดจากต้นฉบับ ดังภาพที่ 2 และได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ 4 สมมติฐาน ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

**สมมติฐานข้อที่ 2** การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ ในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

**สมมติฐานข้อที่ 3** การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ ในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

**สมมติฐานข้อที่ 4** พฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 60-70 ปี ใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (Cochran, 1953) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบบสอบถาม 1 ฉบับแบ่งออกเป็น 6 ส่วน และข้อคำถามที่ใช้ตัวแปรทุกตัวได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม ดังนั้นเนื้อหาในแบบสอบถามครอบคลุมแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้ตรงประเด็นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคัดกรอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานะภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกันระดับการศึกษา และรายได้ เป็นคำถามแบบปลายปิด แบบเลือก 1 คำตอบ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ (Likert, 1961) จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง แบบตรวจสอบรายการจำนวน 7 ข้อ

## วิธีการเก็บข้อมูล

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google form) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ มีอายุ 60-70 ปี ที่ใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ ชุมพร นครศรีธรรมราช พังงา ภูเก็ต ระนอง และสุราษฎร์ธานี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ผู้ศึกษาได้ศึกษา ค้นคว้า รวบรวมข้อมูลจากตำราวิชาการงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนหนังสือพิมพ์ รวมถึงบทความ วารสารและการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ที่สมบูรณ์ที่สุด

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดนำมาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยโดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test F-test และทดสอบสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## การประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ส่วน คือ ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้ (Kitpreedaborisuth, 2006)

ค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพของการวัดในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความชัดเจนของภาษาทั้งนี้ พิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา (Item Objective Congruence: ICO) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาที่คำนวณได้ มีค่าเท่ากับ 0.8 (ค่า IOC > 0.5) ถือว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับข้อความที่จะวัด

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาที่ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970) และนำแบบสอบถามที่ได้หาค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น มาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของทรงคุณวุฒิเพื่อให้เป็นฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่างด้านการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.95 การรับรู้ความง่าย เท่ากับ 0.92 ด้านการเกิดพฤติกรรมความตั้งใจ เท่ากับ 0.95 และในภาพรวมทุกด้าน เท่ากับ 0.97



## ผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลสำรวจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 และเพศชาย จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 โดยส่วนใหญ่มีอายุ 60 - 65 ปี จำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และอายุ 66 - 70 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 โดยมีสถานภาพสมรส จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 และพบว่าบุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน คือ ครอบครัวใหญ่ (คู่สมรส ลูก หลาน) จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาอาศัยอยู่ร่วมกับคู่สมรส จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และอาศัยอยู่คนเดียว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ โดยมีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา มีการศึกษาระดับ ประถมศึกษา หรือเทียบเท่าจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และ ระดับมัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 ตามลำดับ และพบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาอาชีพ เกษียณ ใช้เงินบำเหน็จบำนาญ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 รองลงมา มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และมีรายได้ 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตามลำดับ

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล กับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การเกิดพฤติกรรมความตั้งใจ และการเกิดพฤติกรรมการยอมรับ

ผลการทดสอบด้วยค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ กับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การเกิดพฤติกรรมความตั้งใจ และการเกิดพฤติกรรมการยอมรับ โดยมีค่า sig. มากกว่า ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกัน การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การเกิดพฤติกรรมความตั้งใจ และการเกิดพฤติกรรมการยอมรับ ไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่า F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า sig. น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปได้ว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันการรับรู้ประโยชน์ ต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่า F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ สถานะภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า sig. น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปได้ว่า อายุ สถานะภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันการรับรู้ความง่าย ต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่า F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน สถานะภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า sig. น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปได้ว่า สถานะภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน การเกิดพฤติกรรมตั้งใจ ต่างกัน

ผลการทดสอบด้วยค่า F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ สถานะภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่า sig. น้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปได้ว่า อายุ สถานะภาพ บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน การเกิดพฤติกรรมการยอมรับต่างกัน ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล กับการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย การเกิดพฤติกรรมความตั้งใจ และการเกิดพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันนโยบายแบ่งกึ่ง

ปัจจัยส่วนบุคคล	การรับรู้ประโยชน์		การรับรู้ความง่าย		การเกิดพฤติกรรมความตั้งใจ		การเกิดพฤติกรรมการยอมรับ	
	t	Sig	t	Sig	t	Sig	t	Sig
1. เพศ	0.815	0.416	0.730	0.466	0.447	0.655	0.024	0.981
2. อายุ	4.007	0.003*	2.943	0.020*	2.306	0.058	2.585	0.037*
3. สถานะภาพ	1.842	0.120	4.867	0.001*	2.815	0.025*	3.275	0.012*
4. บุคคลที่อาศัยอยู่ร่วมกัน	1.157	0.330	3.148	0.014*	2.934	0.021*	1.936	0.104*
5. ระดับการศึกษา	12.307	0.000*	10.572	0.000*	13.454	0.000*	15.977	0.000*
6. อาชีพ	4.140	0.003*	3.920	0.004*	4.214	0.002*	1.158	0.329
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	8.776	0.000*	6.170	0.000*	7.513	0.000*	5.851	0.000*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์จำนวนความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลสำรวจของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่า ปัจจัยด้านการตั้งใจที่จะใช้งาน มีระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับสูงมาก จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการยอมรับการใช้งาน มีระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับสูงมาก จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 โดยภาพรวมการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับ พบว่า มีระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับสูงมาก จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรม กรรมการยอมรับการใช้งาน	ระดับสูงมาก		ระดับสูง		ระดับปานกลาง		ระดับน้อย		ระดับน้อยมาก		SD
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ปัจจัยด้านการตั้งใจที่จะใช้งาน	220	55.0	142	35.5	28	7	7	1.8	3	0.70	0.762
ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการยอมรับการใช้งาน	209	52.25	134	33.5	45	11.25	5	1.3	7	1.70	0.857
ภาพรวมการเกิดพฤติกรรมกรรมการยอมรับ	207	51.75	139	34.75	43	10.70	7	1.8	4	1	0.817

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของการรับรู้ความง่ายที่มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชัน  
โมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	0.479	0.066		7.240	0.000	
การรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ ภาคใต้ตอนบน	0.547	0.033	0.640	16.624	0.000	1.000

\*Sig < 0.05, F-test = 276.365, R<sup>2</sup> = 0.410 และ Adj R<sup>2</sup> = 0.408

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความง่าย ส่งผลทางบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชัน  
โมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และได้ทดสอบความแปรปรวนตัวแปร  
(Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ตัวแปรมีค่า VIF ไม่เกิน 10 เพื่อยืนยันว่า ตัวแปรในงานวิจัยไม่เกิดปัญหา  
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงเกินไป (Multicollinearity)

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของการรับรู้ความง่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจในการใช้  
แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	0.321	0.066		4.822	0.000	
การรับรู้ความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ ภาคใต้ตอนบน	0.682	0.033	0.719	20.625	0.000	1.000

\*Sig < 0.05, F-test = 425.376, R<sup>2</sup> = 0.517 และ Adj R<sup>2</sup> = 0.515

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความง่าย ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจในการใช้งาน  
แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และได้ทดสอบ  
ความแปรปรวนตัวแปร (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ตัวแปรมีค่า VIF ไม่เกิน 10 เพื่อยืนยันว่า ตัวแปรในงานวิจัย  
ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงเกินไป (Multicollinearity)

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของการรับรู้ประโยชน์ ที่มีต่อผลพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ ในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	0.443	0.066		6.686	0.000	
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน	0.763	0.040	0.687	18.876	0.000	1.000

\*Sig < 0.05, F-test = 356.306, R<sup>2</sup> = 0.472 และ Adj R<sup>2</sup> = 0.471

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และได้ทดสอบความแปรปรวนตัวแปร (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ตัวแปรที่มีค่า VIF ไม่เกิน 10 เพื่อยืนยันว่า ตัวแปรในงานวิจัยไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงเกินไป (Multicollinearity)

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	0.225	0.057		3.915	0.000	
พฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง	0.915	0.033	0.813	27.896	0.000	1.000

\*Sig < 0.05, F-test = 778.206, R<sup>2</sup> = 0.662 และ Adj R<sup>2</sup> = 0.661

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบนของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และได้ทดสอบความแปรปรวนตัวแปร (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ตัวแปรที่มีค่า VIF ไม่เกิน 10 เพื่อยืนยันว่า ตัวแปรในงานวิจัยไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงเกินไป (Multicollinearity)

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน (สนับสนุนสมมติฐานที่ 1) การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน (สนับสนุนสมมติฐานที่ 2) การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน (สนับสนุนสมมติฐานที่ 3) พฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน (สนับสนุนสมมติฐานที่ 4)

ผลการศึกษาให้ประโยชน์ในเชิงวิชาการที่แสดงผลที่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต (สมมติฐาน 1) การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ (สมมติฐาน 2) การรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ (สมมติฐาน 3) การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Pavanja and Niruttikul (2021) ได้ศึกษาการรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย และความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียว ผลการศึกษาวิจัยพบว่าระดับการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลต่อการตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของกลุ่มกิจการเจ้าของคนเดียวในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Chan and Lu (2002) ได้ศึกษาการยอมรับพฤติกรรมการใช้งาน ภายในของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของฮ่องกง กรอบการวิจัยใช้เทคโนโลยีเพิ่มเติมแบบจำลองการยอมรับ (TAM2) และทฤษฎีความรู้ความเข้าใจทางสังคม ได้รับการพัฒนาเพื่อระบุปัจจัยที่จะมีผลต่อการยอมรับ/การใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตต่อไป ใช้การสร้างแบบจำลองสมการ (SEM) เพื่อตรวจสอบรูปแบบทั้งหมดของความสัมพันธ์ระหว่าง 8 โครงสร้างที่เสนอ และเพื่อทดสอบข้อเสนอกับที่เกี่ยวข้องในเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า ทั้งบรรทัดฐานส่วนตัว (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในตนเอง (Computer Self-Efficacy) มีบทบาทสำคัญทางอ้อมในการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต การรับรู้ความสะดวกในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) มีผลทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะนำมาใช้/ใช้งานต่อผ่านการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ในขณะที่ผลโดยตรงต่อความตั้งใจที่จะนำมาใช้ (Intention to Adopt) ไม่มีนัยสำคัญในการศึกษา

(สมมติฐาน 4) พฤติกรรมที่แสดงถึงความตั้งใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ภาคใต้ตอนบน สอดคล้องกับการศึกษา Pojjana and Nurittmont (2018) ผลการวิจัย พบว่าการบริหารประสบการณ์ลูกค้าด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้าน ความเชื่อถือน่าและมั่นใจ ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ารายบุคคล และด้านหลักฐานทางกายภาพ มีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่การบริหารประสบการณ์ลูกค้า ด้านความรวดเร็วในการตอบสนองไม่มีอิทธิพลกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ สำหรับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านการรับรู้ถึงความง่ายของขั้นตอนการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกกับความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

#### สถาบันการเงินผู้ให้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้บริโภคมีความคาดหวังความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยหนึ่งในการยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ธนาคารผู้ให้บริการจะควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ให้ใช้งานง่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการใช้งาน และการใช้งานควรมีขั้นตอนเข้าใจง่าย เพื่อให้ตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้งานในทุกกลุ่ม นับเป็นโอกาสให้สถาบันการเงินผู้ให้บริการสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 การออกแบบพัฒนาแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง ควรพัฒนาให้ระบบมีความเร็วสูงสำหรับให้บริการธุรกรรมทางการเงิน ควรมีลักษณะที่เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน และควรมีลักษณะฟังก์ชันที่หลากหลาย สอดคล้องกับกิจกรรมประจำวันของผู้บริโภคภายใต้ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม

1.3 ควรมีฝ่ายบริการ ที่ติดต่อสะดวกเพื่อช่วยแนะนำการใช้งานลูกค้าให้เกิดความเข้าใจในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน รวมถึงแนะนำประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน หรือบอกถึงความสามารถในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันว่าสามารถใช้งานในการทำธุรกรรมอะไรได้บ้าง เพื่อให้ลูกค้าเข้าใช้บริการจำนวนครั้งที่เพิ่มขึ้น

1.4 ควรมีการสอนการใช้งานให้ในรายการคู่มืออาชีพ อย่างเช่น อาชีพเกษตรกร ที่อาจจะยังเข้าไม่ถึงการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อให้เกิดประโยชน์และสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการใช้งาน

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเก็บกลุ่มตัวอย่างของพื้นที่แต่ละจังหวัดในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากเกินไปเพื่อดูความแตกต่างของผลการศึกษา และสามารถนำผลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ปัญหาให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่นั้นได้

2.2 งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดเป็นการเก็บแบบสอบถามจากผู้ที่เคยใช้โมบายแบงก์กิ้ง ทำให้ไม่ทราบถึงเหตุผลของกลุ่มที่ไม่ใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง งานวิจัยอนาคตอาจจะมีการศึกษาในกลุ่มที่ไม่ใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งร่วมด้วย เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีของกลุ่มผู้บริโภค

## Reference

- Amin, H., Baba, R., & Muhammad, M. Z. (2007) *An analysis of mobile banking acceptance by Malaysian customers*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/277166512\\_An\\_analysis\\_of\\_mobile\\_banking\\_acceptance\\_by\\_Malaysian\\_customers/download](https://www.researchgate.net/publication/277166512_An_analysis_of_mobile_banking_acceptance_by_Malaysian_customers/download)
- Bank of Thailand. (2014). *Payment system insight, the first quarter of 2014 : Mobile financial service*. Retrieved from [https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/ps\\_quarterlyreport/Payment%20Systems%20Insight/PS%20Insight\\_2014Q1.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/ps_quarterlyreport/Payment%20Systems%20Insight/PS%20Insight_2014Q1.pdf)
- Bank of Thailand. (2021). *Payment system statistics*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Pages/default.aspx>
- Chan, S.C., & Lu, M.T. (2002). Understanding internet banking adoption and use behavior: A Hong Kong perspective. *The Second International Conference on Electronic Business*. Taipei, Taiwan. Retrieved from <http://iceb.johogo.com/proceedings/2002/PDF/f155.pdf>
- Cochran, W. (1953). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Test* (5<sup>th</sup> ed.). New York: Harper Collins.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003. doi:10.1287/mnsc.35.8.982
- Department of older persons. (2020). *Statistics of the elderly in Thailand, 77 provinces as of December 31, 2020*. Retrieved from <https://www.dop.go.th>

- Foundation of Thai Gerontology Research and Development Institute. (2018). *Situation of The Thai Elderly 2018*. Retrieved from [https://www.dop.go.th/download/knowledge/th1610945020-322\\_1.pdf](https://www.dop.go.th/download/knowledge/th1610945020-322_1.pdf)
- Hirankasi, P. (2020). *Banking services for the elderly in the digital age*. Retrieved from <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ri-elders-20>
- Iamsiriwong, O. (2017). *Management information system*. Bangkok: SE-EDUCATION.
- Inthapanyo, J., & Sonprajak, P. (2020). Factors Affecting Satisfaction of Mobile Banking Application User between 50-70 Year Old in Mueang District, Phichit Province. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*, 12(1), 83-98.
- Kasikorn Research Center. (2020). *Contactless payment behavior... pushing the use of mobile banking and e-Wallets to grow continuously in the midst of intense competition*. Retrieved from <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/financial/Pages/z3131-Contactless-Payment.aspx>
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. NY: McGraw-Hill.
- Ministry of Digital Economy and Society, Electronic Transactions Development Agency [ETDA]. (2019). *Thailand internet user behavior for the year 2019*. Retrieved from <https://www.eta.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, Technology and Innovation Entrepreneur Development Fund. (2019). *Technology and innovation*. Retrieved from <http://www.tedfund.mhesi.go.th/index.php>
- Navavongsathian, A., Vongchavalitkul, B., & Limsarun, T. (2020). Causal factors affecting mobile banking services acceptance by customers in Thailand. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(11), 421-428.
- Pavanja, W., & Niruttikul, N. (2021). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Intention to Use Mobile Banking Applications among Enterprise of Sole Proprietorship. *Journal of Graduate School of Commerce-Burapha Review*, 16(1), 16-29.
- Phrompalit, P. (2016). *Fintech...financial technology in the digital world and benefits for new investors*. Retrieved from [http://set.wisetarget.net/professional/download/onlinearticle/M&W154\\_02.pdf](http://set.wisetarget.net/professional/download/onlinearticle/M&W154_02.pdf)
- Pojjana, W., & Nurittmont, W. (2018). Intention to Use Service Financial Transactions Through Application Program Mobile Banking “TMB TOUCH” of Service Users of Service Users TMB Bank public Company Limited. *The journal of social communication innovation*, 6(2), 70-79.
- Rotchanakitumnuai, S. (2019). Mobile banking acceptance for continuing usage of Thai Commercial Banks. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 8(2), 10-21.
- Sukhothai Thammathirat University. Liberal Arts. (2015). *Study guide for Thai studies courses units 1-7*. [Documentation of Teach]. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat University.
- Tangjintanakan, P., & Phochitti, P. (2017). *Mobile banking ... Banks in the digital era*. Retrieved from [https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2017/06/10IN\\_hotissue\\_Mobile\\_Banking\\_detail.pdf](https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2017/06/10IN_hotissue_Mobile_Banking_detail.pdf)
- Wikipedia. (n.d.). *Technology*. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/Technology>