



**พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน
ผ่านแอปพลิเคชัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาลองลาน
อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร**

**Behavior and Acceptance of Financial Transaction Technology via Applications,
Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives,
Khlong Lan Branch Khlong Lan District, Kamphaeng Phet Province**

ราตรี กันเกษร¹ และวาสนา จรุงศรีโชติกำจร²

Ratri Kankasorn¹ and Wadsana Charunsrichotkomjorn²

e-mail : ratri.pkp19@gmail.com

(Received: 2025-09-24 ; Revised: 2025-11-20 ; Accepted: 2025-12-15)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาลองลาน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยประชาชนจำนวน 347 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ทำธุรกรรมผ่านการโอนเงินและร้านสะดวกซื้อ โดยมีความถี่ในการใช้งาน 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ และจำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท การยอมรับเทคโนโลยีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีตามเพศ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่พบความแตกต่างด้านการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานตามอายุและอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนพฤติกรรมการใช้งานไม่ส่งผลต่อระดับการยอมรับเทคโนโลยี

คำสำคัญ: พฤติกรรม การยอมรับเทคโนโลยี การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

ABSTRACT

This study aimed to examine user behavior and technology acceptance in financial transactions via the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) mobile application at the Khlong Lan branch. A total of 347 respondents participated in the study by completing the

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

¹ Graduate student of Master of Business Administration, Kamphaeng Phet Rajabhat University

² Lectuer in Faculty of Manafement Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University



questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, t-tests, and one-way ANOVA. The findings revealed that most users conducted transactions through account transfers and convenience stores, with a frequency of 6–10 times per week and an average transaction amount between 1,001–5,000 THB. Overall technology acceptance was rated at the highest level. No statistically significant differences were found in acceptance based on gender, education, or monthly income. However, significant differences were observed in perceived usefulness and ease of use based on age and occupation at the .05 level. Usage behavior did not significantly affect technology acceptance.

Keywords: behavior, technology acceptance, financial transactions via applications

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้มีบทบาทสำคัญสามารถสร้างนวัตกรรมทางการเรียนรู้ การผลิตและการใช้ประโยชน์ จากความคิดใหม่ทำให้เกิดผลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เทคโนโลยีทำให้สังคม ที่เรียบง่าย กลายเป็นสังคมที่มีการดำรงชีวิตที่ซับซ้อนขึ้นกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามาสู่ทุกประเทศอย่างรวดเร็ว จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ อันเป็นการผสมผสาน 3 ศาสตร์ เข้าด้วยกัน ได้แก่ โทรคมนาคม อิเล็กทรอนิกส์ และข่าวสาร ทำให้โลกสามารถสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว สามารถรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ได้พร้อมกัน สามารถบริหารจัดการและ ตัดสินใจลงทุนพร้อมทั้งธุรกรรมการเงินได้อย่างรวดเร็ว การพัฒนาของ ธุรกิจธนาคารในโลกดิจิทัลฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) การเรียนรู้ ของเครื่องจักร (Machine Learning) รวมถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ หลายปีที่ผ่านมาระยะหนึ่งที่เราเห็นได้ว่าทุก ธนาคารมีการปรับปรุงทั้งกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินในรูปแบบดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อตอบโจทย์แก่ ผู้ใช้บริการ สามารถเข้าถึงง่าย สะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว สถาบันการเงินต่าง ๆ จึงใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใน รูปแบบของเครื่องถอนเงินอัตโนมัติหรือ ATM เพื่ออำนวยความสะดวกในการฝากถอนเงิน ทำให้การเชื่อมโยง ข้อมูลธนาคารเป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว เชื่อมโยงกับต่างสาขา หรือสำนักงานใหญ่ได้อย่าง ทันท่วงที องค์กรที่ดี การปรับตัวของภาคเอกชนผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ อาจยังไม่เพียงพอที่จะตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน สิ่งสำคัญที่จะส่งเสริมการยกระดับของระบบธนาคารไทยไปสู่ยุคดิจิทัล และทำให้ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์สูงสุดคือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อให้การทำธุรกรรมทางการเงินได้ สะดวก ปลอดภัยและสามารถเชื่อมโยง (Interoperability) ระหว่างธนาคารได้ด้วยระบบ Mobile Banking คือ ตัวช่วยรูปแบบหนึ่งในการทำธุรกรรมทางการเงิน ในรูปแบบดิจิทัลซึ่งสามารถทำธุรกรรมได้แบบออนไลน์ที่ไหน เวลาใดก็ได้เป็นรูปแบบบริการหนึ่งของยุคดิจิทัลและสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ในปัจจุบัน

จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่รวดเร็ว (Digital Disruption) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนา นวัตกรรมทางการเงินเข้าสู่การเป็นธนาคารดิจิทัล (Digital Banking) ส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการ ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดิจิทัลมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นปัจจัยความท้าทายและโอกาส

ที่สำคัญในพัฒนานวัตกรรมของ ธ.ก.ส. ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร และสามารถขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุวิสัยทัศน์ในการเป็น “ธนาคารพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน” (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2567) ธนาคารได้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินภายใต้แอปพลิเคชันชื่อ A-Mobile ตั้งแต่ปี 2561 และเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าผู้ใช้บริการและปริมาณการทำธุรกรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธนาคารจึงยกระดับธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันจาก A-Mobile สู่ BAAC Mobile ในเดือนกันยายน 2566 เป็นต้นมา

ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน เดิมจัดตั้งเป็นหน่วยอำเภอคลองลาน สังกัดสาขากำแพงเพชร เพื่อให้บริการทางด้านสินเชื่อ และยกระดับเป็นสาขา เพื่อให้บริการทางการเงินครบวงจรให้กับลูกค้าในเขตอำเภอคลองลานและอำเภอใกล้เคียงให้ครอบคลุมการบริการในด้านการเงินและสินเชื่อ ตั้งแต่วันที่ 2 สิงหาคม 2549 มีพื้นที่รับผิดชอบมีทั้งหมด 4 ตำบล คือ ตำบลคลองน้ำไหล ตำบลโป่งน้ำร้อน ตำบลคลองลานพัฒนา และตำบลสักงาม ปัจจุบันมีลูกค้าทั้งสิ้นจำนวน 35,388 ราย มีจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน BAAC Mobile จำนวน 3,596 ราย (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน, 2567) ซึ่งคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ เท่ากับ 10 % ของจำนวนลูกค้าทั้งหมด ทำให้สาขาได้รับมอบหมายภารกิจที่สำคัญของธนาคาร ในการสร้างกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนและสร้างแรงจูงใจในการเชิญชวนลูกค้าสมัครใช้แอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มปริมาณธุรกรรม รักษาฐานลูกค้า และเพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม รวมถึงในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธนาคารในหลากหลายด้าน ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ พฤติกรรมลูกค้า การแข่งขันทางเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้ธนาคารเร่งปรับตัวและสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน และเพื่อตอบสนองนโยบายทิศทางการดำเนินงานสาขาได้รับจากธนาคาร ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของธนาคารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
4. เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชันจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร



ทบทวนวรรณกรรม/กรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Bloom (1976) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมไว้ว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำของมนุษย์เป็นสิ่งที่มองเห็นหรือมองไม่เห็นก็ได้ พฤติกรรมแบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบ คือ

1) พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย (Cognitive Domain) คือความสามารถของความรู้ การใช้ ความคิดและพัฒนาการด้านสติปัญญา ได้แก่ ความจำ ความรู้เป็นพฤติกรรมของการระลึกและ เข้าใจได้ ต่อเนื่องมาจากความรู้และความเข้าใจที่จะแสดงออกมาในรูปของการแปลความหมาย การตีความ การคาดคะเน การนำไปใช้ ซึ่งเป็นการนำเอาวิธีการและแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ นำไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผล

2) พฤติกรรมด้านจิตพิสัย (Affective Domain) เป็นความรู้สึก ความสนใจ ความชอบให้คุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละคน พฤติกรรมด้านทัศนคตินี้เป็นตัวควบคุมพฤติกรรมปฏิบัติ โดยจะปฏิบัติตามแนวทางที่บุคคลคนผู้นั้นกำหนดขึ้นมา

3) พฤติกรรมด้านทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นการกระทำที่แสดงออก ในสถานการณ์หนึ่งหรืออาจเป็นการคาดคะเนว่าอาจกระทำในโอกาสต่อไป เป็นการกระทำขั้นสุดท้าย ที่จะเกิดขึ้น ต้องอาศัยพฤติกรรมด้านความรู้ ทัศนคติเป็นพื้นฐาน ซึ่งสามารถประเมินได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมและต้องอาศัยเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

Blackwell, Miniard and Engel (2011) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาในการบริโภค และการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจก่อนและหลังการกระทำข้างต้น

Kotler and Keller (2012) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์และ การบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรมตัดสินใจและการกระทำของคนเกี่ยวข้องกับการซื้อ และการขายสินค้า สรุปได้ว่า พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การที่ผู้บริโภคแสดงออกถึงการใช้บริการใดบริการหนึ่ง ลักษณะของการใช้ความบอยในการใช้รวมถึงการแสดงออกในลักษณะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการนั้น ๆ

แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

การยอมรับเทคโนโลยี เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นทางจิตใจโดยเริ่มจากได้ยินในข้อมูลดังกล่าวจนยอมรับแล้วนำไปใช้ในที่ที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้นตอน (ภานุพงศ์ เสกทวีลาภ, 2557) คือ

2.1 ขั้นรับรู้หรือตื่นตน (Awareness Stage) เป็นขั้นต้นที่นำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใหม่ วิธีการใหม่ซึ่งเป็นขั้นที่ได้รับรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งการรับรู้ส่วนใหญ่เป็นการรับรู้แบบบังเอิญที่จะทำให้เกิดความอยากรู้และมีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

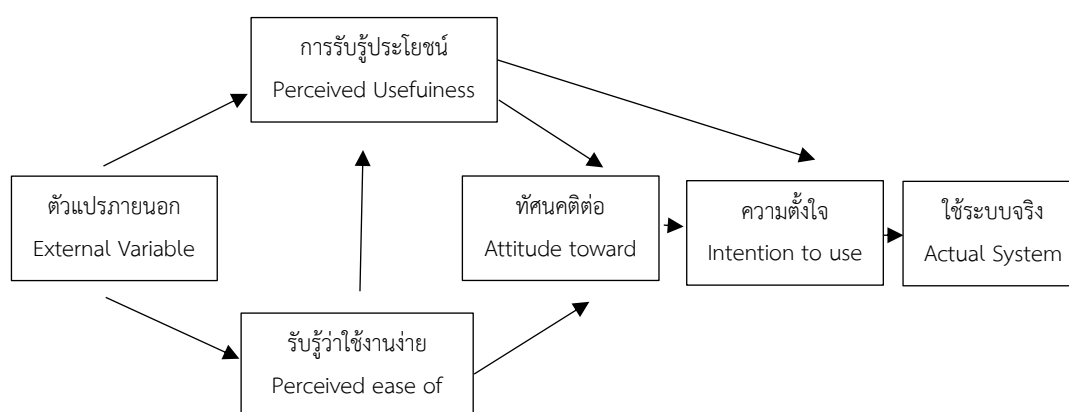
2.2 ขั้นสนใจ (Interest Stage) เป็นการให้ความสนใจในรายละเอียดกับองค์ความรู้ใหม่ ๆ เป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะตั้งใจ ซึ่งในขั้นนี้จะได้มีความรู้เกี่ยวกับความรู้ใหม่มากขึ้น และใช้การคิดมากกว่าขั้นรับรู้

2.3 ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) การคิดตรึงตรองและลองใช้วิธีใหม่ ๆ มีการเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียหากว่ามีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมักจะคิดว่าวิธีนี้เป็นวิธีที่ไม่ทราบถึงผลลัพธ์ตามมาจึงต้องมีแรงผลักดัน (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความมั่นใจ โดยต้องมีคำแนะนำเพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ

2.4 ขั้นทดลอง (Trial Stage) เป็นขั้นตอนที่เริ่มทดลองกับคนกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ก่อน ซึ่งการทดลองใช้วิธีการใหม่ๆ ให้เข้ากับสถานะของตน วิธีนี้จะสรรหาข้อมูลที่มีความชัดเจนเกี่ยวกับวิทยาการหรือนวัตกรรมนั้น ๆ

2.5 ขั้นตอนการยอมรับ (Adoption Stage) เป็นขั้นที่นำไปปฏิบัติใช้จริง ซึ่งบุคคลทั่วไปยอมรับวิทยาการใหม่และเป็นประโยชน์แล้ว

ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM)



ภาพที่ 1 ทฤษฎี Technology Acceptance Model (TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989) เป็นทฤษฎีที่มีการยอมรับและเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้เทคโนโลยีและได้พัฒนาขยายองค์ความรู้มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ที่ว่ามนุษย์เป็นผู้มีเหตุผลของ Ajzen and Fishbein (1980) มีวัตถุประสงค์ในการทำนายการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีในการทำงานจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived usefulness หรือ UP) และ 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of Use หรือ PEOU) การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ อีกทั้งยังมีความเชื่อมโยงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ซึ่งตามรูปแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ TAM นั้น ตัวแปรภายนอกจะมีผลต่อทัศนคติและความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยี



สารสนเทศที่จะส่งผลต่อการนำระบบมาใช้คือการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากระบบ และการรับรู้ในระบบที่ง่ายต่อการใช้งานสามารถทำงานได้สะดวกสบายขึ้นและแบบจำลองดังกล่าวถูกนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางในการพยากรณ์การยอมรับด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของแต่ละบุคคลในเรื่องประโยชน์ที่ผู้ใช้จะได้รับและการใช้งานที่ง่ายอันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมในการสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้มีการนำมาใช้และยอมรับในเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย

3.1 การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)

การรับรู้ (Perception) มาจากภาษาละติน “Perceptio” หรือ “Percipio” หมายถึง การได้มา การเก็บรวบรวม การเข้าใจ ซึ่งหมายถึง สิ่งของที่มนุษย์ประสบจากสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาวะแวดล้อมรอบตัว (Schramm, 2009) เป็นกระบวนการที่ทำให้มนุษย์เกิดความสนใจในการจัดการระบบ การรวบรวม การแปลความหมาย และการสร้างความหมายให้แก่ข้อมูลที่ได้รับ (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2550)

Davis (1989) อธิบายว่า การรับรู้ประโยชน์ เกี่ยวข้องกับความเชื่อของมนุษย์ผู้เป็นบุคคลที่ใช้ระบบเทคโนโลยีและมีประโยชน์แก่ตนเองมีแนวโน้มที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยโดยเพนเดอร์ อธิบายว่า ระดับความเชื่อมั่นของบุคคลที่จะได้รับประโยชน์ในด้านใดบ้างจากการแสดงพฤติกรรมนั้น (Pender, 1996) หรือระดับความเชื่อมั่นของบุคคลที่แสดงพฤติกรรมใดแล้ว จะทำให้ตนเองได้รับผลตอบแทนเชิงบวกจากการกระทำนั้น เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่ผู้ใช้งานนั้น ๆ ได้

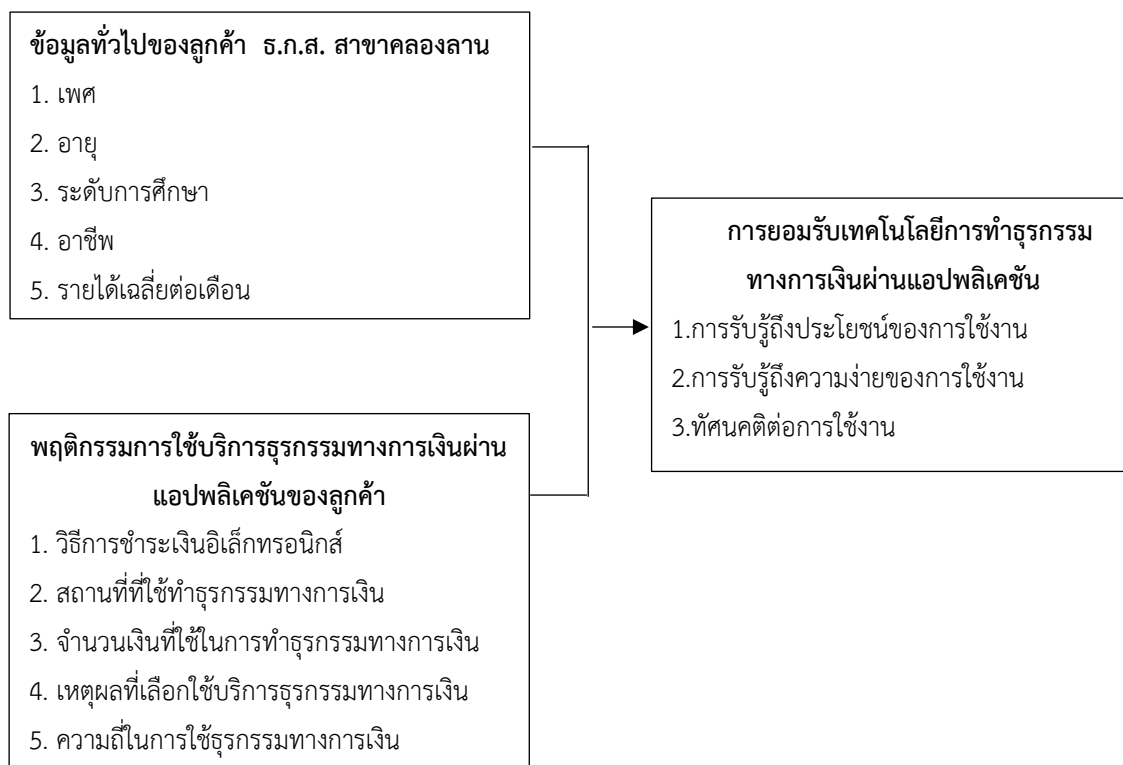
3.2 การรับรู้ความง่าย (Perceive Ease of Use)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ที่จะใช้ระบบสารสนเทศว่าระบบดังกล่าวเป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย และไม่ต้องใช้ความพยายามในการเรียนรู้ที่จะใช้ระบบหรือการเข้าใจระบบ โดยเดวิสได้นิยามการรับรู้ความง่ายตามคำจำกัดความของคำว่า “ง่าย” และ “ปราศจากความยากหรือความพยายาม” (Davis, 1989)

3.3 ความตั้งใจใช้ (Intention to Use)

ความตั้งใจ เป็นการแสดงออกตามทัศนคติของมนุษย์หรือตามความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นการแสดงออกที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบในด้านการกระทำ (Behavior) เมื่อเรามีความเชื่อต่อสิ่งใดแล้วจะแสดงอาการหรือท่าทางที่มีความสัมพันธ์กับความเชื่อของตน นอกจากนี้ความตั้งใจยังเป็นความนึกคิดของคนที่มีความจดจ่อกับสิ่งหนึ่งเหนือสิ่งอื่นใด และเป็นการตัดสินใจของคนนั้นที่จะเลือกกระทำพฤติกรรมโดยมีทิศทางที่กำหนดไว้ และมีจุดหมายต่อสิ่งที่ตนพึงประสงค์ (ศรัญญา คณิตประเสริฐ, 2543)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรที่ใช้แอปพลิเคชัน ในเขตพื้นที่ของสาขาคลองลาน จำนวน 3,596 ราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรและกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 347 ราย

การศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งคัดกรองจากลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาคลองลานที่ใช้บริการแอปพลิเคชันของธนาคาร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประเภทของคำถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน



ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นคำถามแบบคำถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว (Multiple choice)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เป็นคำถามแบบคำถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว (Multiple choice)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Likert Scale) เพื่อสำรวจระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามต่อการยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 3 ด้าน ดังนี้ 1.ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน 2.ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน 3.ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ซึ่งลักษณะของเครื่องมือที่สร้างเป็นแบบประมาณค่าตามแบบ Rating Scale โดยกำหนดคะแนนไว้ 5 ระดับ ระดับ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ดังนี้

คะแนน การแปลความหมาย

- 5 การยอมรับมากที่สุด
- 4 การยอมรับมาก
- 3 การยอมรับปานกลาง
- 2 การยอมรับน้อย
- 1 การยอมรับน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาแบบสอบถามหาค่าความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยโดยใช้ค่า IOC (Index of Item Objective Congruency) เกณฑ์การตัดสินหาค่า IOC มีค่า 0.50 ขึ้นไปสามารถนำไปใช้ได้ ตามสูตรการคำนวณ (พิชิต ฤทธิ์จรรยา, 2566) ผลการหาค่า IOC พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่า IOC คือ 0.95 และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทดสอบ (Pilot-test) และนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถาม โดยการใช้การทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีของ Cronbach's Alpha เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟา (Alpha's Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาที่ได้เท่ากับ 0.789 แสดงว่าข้อมูลมีความเชื่อถือ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และพนักงานภายในสาขาลองลานที่ผ่านการอบรมจากธนาคาร ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2568 ได้จำนวนทั้งสิ้น 347 ชุด จากนั้นรวบรวมแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอนทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำมาเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง แจกแจงแบบค่าสถิติที่ สำหรับอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย/เดือน และพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe (Scheffe's Method)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 52.70 รองลงมาเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 47.30 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.82 การศึกษาดำรงว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 36.60 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 40.06 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61.96

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในรูปแบบโอนเงินจากบัญชี ทำธุรกรรมผ่านร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ จำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรม 1,001-5,000 บาท เหตุผลที่เลือกใช้ คือ สะดวกในการชำระเงิน และความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการ 6-10 ครั้ง/สัปดาห์

ผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบมมอถือ โดยภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	4.37	0.28	มากที่สุด
2. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.33	0.39	มากที่สุด
3. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.28	0.48	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.33	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของ ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.33$) โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน($\bar{X}=4.37$) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X}=4.33$) และ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ($\bar{X}=4.28$) ตามลำดับ



ผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้า (ช.ก.ส.) สาขาลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอายุ และอาชีพ มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ดังตารางที่ 2 - 7

ตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามสถานภาพตามอายุ

การยอมรับ	แหล่งข้อมูล	df	SS	MS	F	P
แปรปรวน						
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	4	2.551	0.638	8.571	0.000***
	ภายในกลุ่ม	342	25.451	0.074		
	รวม	346	28.002			
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	4	5.010	1.252	8.547	0.000***
	ภายในกลุ่ม	342	50.114	0.147		
	รวม	346	55.123			
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	4	0.978	0.244	1.042	0.385
	ภายในกลุ่ม	342	80.211	0.235		
	รวม	346	81.189			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4	2.343	0.586	5.513	0.000***
	ภายในกลุ่ม	341	36.328	0.106		
	รวม	346	38.670			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามอายุ พบว่าแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe' ดังตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3 ผลเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอายุ

อาชีพ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40	41 – 50	51 – 60	61 ปีขึ้นไป
	4.51	ปี	ปี	ปี	ไป	
	$\bar{X}$		4.30	4.36	4.37	4.21
ไม่เกิน 30 ปี	4.51	-	0.211*	0.188*	0.247*	0.071
31 – 40 ปี	4.30	-	-	0.023	0.035	0.140
41 – 50 ปี	4.36	-	-	-	0.058	0.117
51 – 60 ปี	4.37	-	-	-	-	0.175*
61 ปีขึ้นไป	4.21	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ทดสอบความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า กลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ให้การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มากกว่ากลุ่มอายุ 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี และกลุ่มอายุ 51-60 ปี ให้การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน มากกว่ากลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4 ผลเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จำแนกตามอายุ

อาชีพ	ไม่เกิน 30 ปี		31 – 40	41 – 50	51 – 60	61 ปีขึ้นไป
	4.51		ปี	ปี	ปี	ไป
$\bar{X}$			4.30	4.36	4.37	4.21
ไม่เกิน 30 ปี	4.51	-	0.344*	0.358*	0.332*	0.279*
31 – 40 ปี	4.30	-	-	0.013	0.012	0.064
41 – 50 ปี	4.36	-	-	-	0.025	0.078
51 – 60 ปี	4.37	-	-	-	-	0.052
61 ปีขึ้นไป	4.21	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 เมื่อทดสอบความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน พบว่า อายุที่แตกต่างกันการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่าง



มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่ากลุ่มอายุไม่เกิน 30 ปี ให้การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากกว่า กลุ่มอายุ 31-40 ปี, 41-50 ปี, 51-60 ปี และกลุ่มอายุ 61 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 5 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามอาชีพ

การยอมรับ	แหล่งข้อมูล	df	SS	MS	F	P
แปรปรวน						
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	3	1.901	0.634	8.329	0.000***
	ภายในกลุ่ม	343	26.101	0.076		
	รวม	346	28.002			
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	3	3.858	1.286	8.605	0.000***
	ภายในกลุ่ม	343	51.265	0.149		
	รวม	346	55.123			
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	3	0.870	0.290	1.238	0.296
	ภายในกลุ่ม	343	80.319	0.234		
	รวม	346	81.189			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.896	0.632	5.895	0.001***
	ภายในกลุ่ม	343	36.774	0.107		
	รวม	346	38.670			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามอาชีพพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานแตกต่างกัน เพื่อให้ทราบความแตกต่าง จึงทำการเปรียบเทียบ เป็นรายคู่โดยวิธีของ Scheffe' ดังตารางที่ 6-7

ตารางที่ 6 ผลเปรียบเทียบรายคู่ค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พณ.เอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา
	$\bar{X}$	4.31	4.36	4.51	4.29
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พณ.เอกชน	4.31	-	0.021	0.058	0.201*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.36	-	-	0.079	0.222*
เกษตรกร	4.51	-	-	-	0.143*
นักเรียน/นักศึกษา	4.29	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 ทดสอบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ พบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ซึ่งสรุปได้ว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ต่างจากอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานองค์กรเอกชน, อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพเกษตรกรกรรม

ตารางที่ 7 ผลเปรียบเทียบรายค่าเฉลี่ยความแตกต่างของการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ/ พนง.เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	เกษตรกร	นักเรียน/ นักศึกษา
	$\bar{X}$	4.29	4.27	4.28	4.56
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงาน องค์กรเอกชน	4.29	-	0.0176	0.002	0.274*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4.27	-	-	0.014	0.292*
เกษตรกรกรรม	4.28	-	-	-	0.277*
นักเรียน/นักศึกษา	4.56	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 เมื่อทดสอบความแตกต่างการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานจำแนกตามอาชีพเป็นรายค่า พบว่า อาชีพต่างๆ ได้ให้ความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ต่างจากอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานองค์กรเอกชน,อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพเกษตรกรกรรม

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

จากการศึกษาเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชัน จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของ ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล



จากการศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธ.ก.ส. สาขาคลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าความแตกต่างในการยอมรับและใช้งานแอปพลิเคชัน BAAC Mobile มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอายุและอาชีพ กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุน้อยและประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีมีความคุ้นเคยกับการใช้สมาร์ทโฟนและแอปพลิเคชัน ส่งผลให้สามารถปรับตัวและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้าม กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุสูงและประกอบอาชีพเกษตรกรรมมักประสบข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัล ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการเข้าถึงบริการดิจิทัลนอกจากนี้ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีเฉพาะของแอปพลิเคชัน เช่น ระบบยืนยันตัวตนแบบ Biometric และฟังก์ชันการทำธุรกรรมออนไลน์ แม้จะเพิ่มความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ แต่กลับสร้างความซับซ้อนสำหรับผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีหรือใช้อุปกรณ์รุ่นเก่า ซึ่งอาจไม่รองรับฟีเจอร์บางประการ อีกทั้งความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของข้อมูลและระบบดิจิทัลยังเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุสูงซึ่งมักมีความกังวลมากกว่ากลุ่มอายุน้อยจากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการออกแบบและพัฒนาบริการดิจิทัลควรคำนึงถึงความแตกต่างเชิงบริบทของกลุ่มผู้ใช้งาน ทั้งด้านประชากรศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มการเข้าถึง ความสะดวก และความพึงพอใจของผู้ใช้ทุกกลุ่มอย่างทั่วถึง มีประเด็นอภิปรายดังนี้

1. จากการศึกษากิจกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนมือถือ ส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบโอนเงินจากบัญชี สถานที่ใช้ทำธุรกรรมผ่านร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ จำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรม 1,001-5,000 เพราะสะดวกในการชำระเงิน และความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการ 6-10 ครั้งต่อสัปดาห์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชณี พรหมพันธุ์ใจ (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code ผ่านธนาคารกรุงเทพมากที่สุด โดยใช้วิธีโอนเงินจากบัญชีและซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ โดยใช้จ่าย 2,001-2,500 ต่อครั้ง เพราะสะดวกในการชำระเงิน ชื้อ-ขาย สินค้า และมีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้มากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันลูกค้าของธนาคารและสถาบันการเงินนิยมใช้งานและยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และมีความน่าเชื่อถือได้ และพฤติกรรมนี้สะท้อนถึงความคุ้นเคยและความมั่นใจในระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการตอบสนองต่อวิถีชีวิตที่ต้องการความรวดเร็วและสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society)

2. จากการศึกษากิจกรรมยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการศึกษาปัจจัยการยอมรับ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาดา ไม้เงินงาม (2562) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับ

เทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และด้านการรับรู้ความยากง่ายในการใช้งาน ตามลำดับ และสอดคล้องกับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee (1983) ได้ศึกษาโดยศึกษาและสำรวจการผสมผสานประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่เป็นปัจจัยในทางบวกคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Benefit) และการรับรู้ถึงความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงเรื่องสมรรถภาพ ความเสี่ยงด้านสังคมและความเสี่ยงด้านเวลา ประยุกต์กับแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และแบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมการวางแผน เพื่ออธิบายความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ผลจากการศึกษาระบุว่า ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง มีผลในทางลบจากความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และความเสี่ยงในด้านการเงิน ส่วนการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลในทางบวกต่อทัศนคติและการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง คือ ประโยชน์ทางตรง ได้แก่ ไม่เสียเวลาเดินทางไปธนาคาร สะดวกและเสียค่าธรรมเนียมน้อยกว่าการทำธุรกรรมที่เคาเตอร์ของสาขา ประโยชน์ในทางอ้อม ได้แก่ ทำธุรกรรมได้ทุกที่ตลอดเวลา ซึ่งสามารถเพิ่มเวลาและโอกาสในการทำธุรกรรมทางการเงินลงทุนแสดงว่าการใช้แอปพลิเคชัน บนมือถือในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้รับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด คือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงิน และการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือมีความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และง่ายต่อการทำความเข้าใจ สามารถตอบสนองวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน และระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือมีความน่าเชื่อถือ/แม่นยำ ซึ่งลูกค้ามองว่าการใช้แอปพลิเคชันช่วยเพิ่มประสิทธิภาพลดเวลา และค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ถึงประโยชน์จึงเป็นตัวแปรหลักที่ผลักดันพฤติกรรมการใช้งาน

3. จากการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่าเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชัน ไม่แตกต่างกัน อายุ และอาชีพ มีการยอมรับเทคโนโลยีการใช้งานแอปพลิเคชันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งต่างกับงานวิจัยของ ปวีตรา สอนดี (2560) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ผลการวิจัยพบว่าจากตัวแปรในด้านของ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพมีการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าลูกค้าของ ธ.ก.ส. สาขาลองลานที่มีอายุและอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งานในแต่ละช่วงอายุ และอาชีพ ซึ่งกลุ่มอายุและอาชีพมีความต้องการและความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีต่างกัน เช่น กลุ่มวัยทำงานอาจใช้เพื่อความสะดวกในการทำธุรกรรมบ่อยครั้ง ขณะที่กลุ่มสูงอายุอาจมีข้อจำกัดด้านการเรียนรู้เทคโนโลยี



4. จากการเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยีการใช้แอปพลิเคชันจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้าธนาคาร พบว่าไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กวีพล การเจริญดี (2561) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB ของธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ช่องทางธุรกรรมทางการเงิน ความถี่ในการใช้บริการ การตัดสินใจ และแหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าในการใช้แอปพลิเคชันของสถาบันการเงินที่ต่างกันลูกค้ามีการยอมรับการใช้บริการต่าง ๆ ของธนาคารเหมือนกัน เนื่องจากจุดมุ่งหมายหรือมีสภาพแวดล้อมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงว่าปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้ายอมรับเทคโนโลยีไม่ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบการใช้งาน แต่ขึ้นอยู่กับความเชื่อมั่นในความปลอดภัย ความสะดวก และประโยชน์ที่ได้รับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารบนมือถือส่วนใหญ่ลูกค้ามีวิธีการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบโอนเงินจากบัญชี ธนาคารควรสร้างความเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยสูงสุดในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เมื่อผู้ใช้เกิดความเชื่อมั่น เชื่อถือถึงความปลอดภัยจะนิยมมาใช้มากขึ้น โดยไม่ต้องเดินทางมาใช้บริการในสาขาของธนาคาร

2. จากการศึกษาด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน ลูกค้าของธนาคารมีการรับรู้ถึงประโยชน์การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรม ทางธนาคารควรจะพัฒนาด้านประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง ให้ครอบคลุมในการทำธุรกรรมทุก ๆ ด้าน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

3. จากการศึกษาด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ลูกค้ามีการยอมรับในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือเป็นบริการที่สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ธนาคารควรพัฒนาระบบการใช้งานให้ขั้นตอนการทำธุรกรรมกระชับขึ้นและเข้าใจง่าย สามารถตอบสนองลูกค้าทุกกลุ่มอายุ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารเป็นกลุ่มอาชีพเกษตรกร และมีความอายุส่วนใหญ่ 50 ปีขึ้นไป

4. จากการศึกษาด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ลูกค้ามีการยอมรับในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือตอบสนองวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน และมีความน่าเชื่อถือ/แม่นยำ ธนาคารควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้ทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันอยู่เสมอ พัฒนาให้มีความโดดเด่นเท่าเทียมกับธนาคารหรือสถาบันการเงินอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างในการใช้งาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาและความต้องการของลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อธนาคารจะได้พัฒนาและปรับปรุงการใช้งานแอปพลิเคชันบนมือถือ ให้เกิดความเชื่อมั่น/มั่นใจในการใช้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกด้าน
2. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาคลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาใกล้เคียงภายในจังหวัดเพื่อนำผลการศึกษา มาใช้ประโยชน์ในการเพิ่มผลการดำเนินงานของสาขาและทราบถึงความต้องการของลูกค้า
3. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร เพิ่มเติม เพื่อหาสาเหตุของการไม่ใช้บริการ
4. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบผลการศึกษา
5. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ควบคู่กับเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กวีพล การเจริญดี. (2561). พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอมะนังเชียงใหม่. [ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). สถิติสำหรับงานวิจัย. ภาคทฤษฎี สถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2567). ฝ่ายปฏิบัติการบริการอิเล็กทรอนิกส์. ธนาคาร.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาคลองลาน. (2567). ผลิตภัณฑ์และบริการ. ธนาคาร.
- ปวิตรา สอนดี. (2560). การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี. [ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2566). เทคนิคการเขียนรายงานการวิจัยที่มีคุณภาพ. เพชรเกษมการพิมพ์.
- ภาณุพงศ์ เสกทวีลาภ. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจด้านพฤติกรรมการใช้ Cloud Storage ในระดับ Software-as-a-Service (SaaS) ของพนักงานองค์กรเอกชน ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจของกรุงเทพมหานคร. [ปริญญามหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัชนิ พรหมพันธุ์ใจ. (2562). พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ QR Code. [ปริญญามหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยรามคำแหง.



- วิชาดา ไหมเงินงาม. (2562). พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการใช้บริการธนาคารบน โทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. [ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศรัญญา คณิตประเสริฐ. (2543). ทักษะการตัดสินใจของกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจที่จะใช้คอมพิวเตอร์ในงานบริการ สุขภาพของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหนองคาย. [พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต] มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรัตน์ ตรีสกุล. (2550). หลักนิเทศศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 4). ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2011). *Consumer behavior*. The Dryden Press.
- Bloom, (1976). *Taxonomy of educational objectives: Handbook I – Cognitive domain*. David McKay.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Lee, M. (1983). *Academic administration: Budgeting and decision making with multiple objectives*. University of Nebraska.
- Pender, N. J. (1996). *Health promotion in nursing practice* (3rd ed.). Appleton & Lange.
- Schramm, W. (1960). *Mass Communications* (2nd ed.). University of Illinois Press.