

# การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา

เวณิกา รัตนมณี<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา (2) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้ Application (K-Plus) ธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา และส่วนสุดท้ายสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคาร กสิกรไทย สาขาสงขลา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการ ทดสอบแบบ t-test เพื่อใช้วิเคราะห์ความแตกต่างหรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ค่าการทดสอบ f-test ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05 และการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย 5 ด้าน มากที่สุดด้านการรับรู้ประโยชน์ รองลงมา ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจในระบบ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน และน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี ผู้ใช้บริการ Application (K-Plus)

<sup>1</sup> นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมลล์ : 6524104405@ru.ac.th

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยที่เทคโนโลยีนี้เข้ามาทำให้การใช้ชีวิตสะดวกสบายเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเรียน การทำงาน การติดต่อสื่อสาร หรือแม้กระทั่งการเข้ามามีบทบาทในด้านทางการเงิน ส่งผลให้ธนาคารหลายแห่งต้องมีการปรับตัว และพัฒนาให้เท่าทันกับวิวัฒนาการของเทคโนโลยี โดยในหลายธนาคารมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจทางด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือการทำสินเชื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการของธนาคาร ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ให้บริการต้องเข้ามาใช้บริการต่าง ๆ ภายในธนาคารเท่านั้น แต่เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีเข้ามาจึงทำให้เกิดการพัฒนาแอปพลิเคชันของทางธนาคารเข้าไปอยู่ในสมาร์ตโฟน ซึ่งทำให้ผู้ให้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงิน ในสถานที่ใดก็ได้โดยไม่ต้องจำเป็นต้องเข้ามาใช้บริการในธนาคาร ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา สังคมได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านธุรกรรมทางการเงิน ด้านระบบการชำระเงิน โดยการใช้จ่ายเงินสดกำลังถูกแทนที่ด้วยระบบการชำระเงินดิจิทัล ผู้คนคนเริ่มถือเงินสดไว้กับตัวน้อยลง และใช้การโอนผ่าน Application เพิ่มมากขึ้น โดยสังคมไทยกำลังนำไปสู่สถานะที่เรียกว่า สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ปี 65 ที่ผ่านมาธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีลูกค้าที่สมัครใช้บริการ Mobile Banking มากถึง 87.64 ล้านราย มีการทำธุรกรรมรวมกันมากถึง 1,773.75 ล้านครั้ง และในอนาคตคาดว่า Application ของธนาคารจะทำให้ผู้ให้บริการแทบจะไม่ต้องไปทำธุรกรรมใด ๆ หรือธุรกรรมทางสินเชื่อ แค่มี Application ของธนาคาร เช่น K-PLUS ,K-PLUS SME ที่ช่วยบริหารจัดการเรื่องจ่ายเงิน หรือรับเช็ค นอกจากการถอนเงินสดสามารถทำการเบิกได้ง่ายเพียงแค่มือถือ การมาของแอปพลิเคชันของธนาคารก็ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป

ด้วยเหตุนี้ที่โลกของเทคโนโลยีได้เติบโตไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่หลากหลายทั้งในด้านของการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจในระบบ และด้านการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งทั้งหมดนี้มีส่วนในการตัดสินใจในการใช้บริการของ Application ของธนาคาร

ดังนั้นเนื่องจากในยุคปัจจุบันสังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัล ทำให้ทุกเพศ ทุกวัย รู้จักการใช้เทคโนโลยีของธนาคารที่เรียกกันว่า Application จากข้อมูลที่ถูกกล่าวมาข้างต้นนั้นทางผู้วิจัยเห็นความสำคัญของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application K-Plus จะสังเกตได้ถึงพฤติกรรมของผู้คนในปัจจุบัน ทุกคนทางมือถือ แท็บเล็ต ไอแพด และสิ่งอำนวยความสะดวกทางออนไลน์ ซึ่งต่างใช้อินเตอร์เน็ตในการสื่อสาร และอาจมีเพิ่มมากขึ้น หรืออาจเป็นยุคไร้เงินสดในอนาคต

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus)

## สมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา แตกต่างกัน
2. การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา โดยมีขอบเขตการศึกษา ดังนี้
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการศึกษา คือ ประชากรที่เข้าใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย เพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา
4. ขอบเขตด้านเวลา ในการศึกษาคั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษา 6 เดือน คือตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2566 ถึงเดือน ธันวาคม 2566

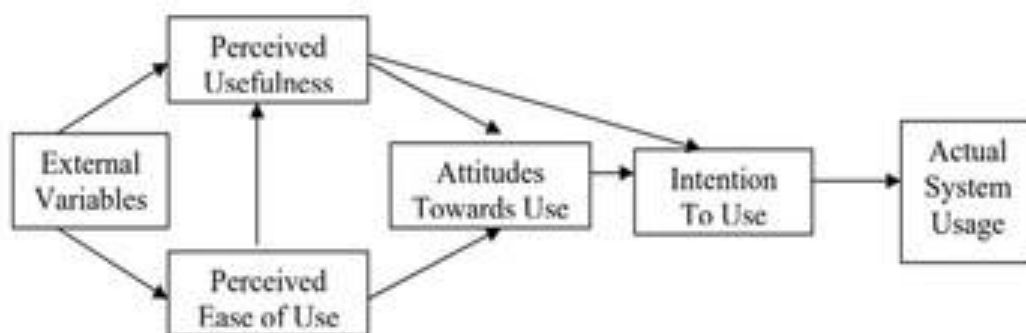
## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา สามารถใช้ข้อมูลที่ศึกษาในครั้งนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนา Application (K-Plus) เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อให้ทราบถึงการยอมรับเทคโนโลยีที่ทันสมัยในปัจจุบัน ว่ามีการเข้าใจการใช้งานและประโยชน์ของ Application (K-Plus) มากน้อยเพียงใด เพื่อประกอบการปรับปรุง Application (K-Plus) ให้ใช้งานได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าต่อยอดเกี่ยวกับการตัดสินใจของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ในด้านอื่น

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

Davis, Bagozzi, และ Warshaw (1989 อ้างอิงใน กรวิชญ์ อธิษิตีร์กุลชัย 2565) ได้อธิบายการนำเสนอโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยพัฒนามาจาก The Theory of Reasoned Action (TRA) ที่อธิบายการกระทำของบุคคลไว้ว่า การที่บุคคลจะทำอะไร สามารถที่จะวัดได้จากความเชื่อ (Beliefs) เจตคติ (Attitudes) และความตั้งใจกระทำ (Intention) ซึ่งผลที่ตามมานั้นก่อให้เกิดการกระทำขึ้น นั้นขึ้นซึ่ง Davis ได้นำมาใช้ในการอธิบายการยอมรับ ระบบสารสนเทศ โดยพัฒนาในงานวิจัยระดับปริญญาเอก จนเกิดเป็นโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ เจตนาหรือตั้งใจใช้ (Behavioral intention to use) ขึ้นกับการรับรู้ 2 เรื่อง คือการรับรู้ประโยชน์และ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน



ภาพประกอบ 1 โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา: Davis et al, 1989

External Variable หมายถึงตัวแปรภายนอกที่ทำให้บุคคลรับรู้ซึ่งมีตัวแปร เช่น ประสบการณ์ ความรู้ ความเชื่อ เป็นต้น

Perceived Usefulness คือ การรับรู้ประโยชน์ หมายถึง ระดับความคาดหวัง ของบุคคลที่มีต่อเทคโนโลยีว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์และการใช้งานที่มีอยู่เดิมมีประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม ตัวแปรภายนอก

Perceived ease of Use คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความคาดหวังของ ผู้ใช้งานที่มีต่อเทคโนโลยีว่าต้องมีการใช้งานที่ง่าย โดยที่ไม่ต้องพยายามในการเรียนรู้มากเกินไป โดยปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญของ Technology Acceptance Model ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Attitude toward use คือ ทศนคติของผู้ที่ใช้งานที่พัฒนาเทคโนโลยีขึ้นมาใหม่ ซึ่งหากผู้ใช้งานรับรู้ ว่าเทคโนโลยีนี้ มีความง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงรับรู้ว่ามีประโยชน์ต่อการใช้งานจะทำให้ผู้ที่ใช้งานมีทัศนคติที่ดี เกิดเป็นความตั้งใจที่จะใช้งาน และส่งผลให้มีการใช้งานจริงในที่สุด

Intention to Use คือ ความตั้งใจที่จะใช้งานซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีนั้นๆ

Actual Systems Use คือ การที่บุคคลยอมรับเทคโนโลยีรวมถึงได้นำมาใช้จริง

## ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการการตัดสินใจ

AIDA Model คิดค้นขึ้นในปีค.ศ.1898 โดย St. Elmo Lewis ได้มีการนำเสนอ AIDA Model ซึ่งเป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายขั้นตอนที่พนักงานขายจะใช้ในการจูงใจลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อ จนกระทั่งปิดการขายได้สำเร็จ ในปี ค.ศ. 1961 โมเดลนี้ถูกเรียกว่า AIDA โดย Levidge และ Steiner ซึ่งขั้นตอนต่าง ๆ ของ AIDA Model เป็นดังนี้

- Attention การทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรับรู้ว่ามีสินค้าอยู่ในตลาด
- Interest การกระตุ้นให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายสนใจและพอใจกับคุณสมบัติหรือคุณประโยชน์ของสินค้า
- Desire การทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อสินค้ามาใช้เนื่องจากความต้องการประโยชน์จากสินค้า
- Actions การทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อสินค้านั้น

Lewis เป็นคนแรกที่ทำให้ความสนใจในการสร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับ Response Process Model เพื่ออธิบายถึงประสิทธิภาพของการโฆษณาและการขายที่มีต่อผู้บริโภค ภายใต้สมมติฐานที่ว่าผู้บริโภคจะผ่านกระบวนการที่มีอิทธิพลหลายขั้นตอน ซึ่งแนวความคิดนี้เป็นจุดเริ่มต้นในการนำมาประยุกต์ใช้ได้กับแนวความคิดต่างๆ ในยุคต่อมา

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในการเลือกสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยลูกค้าจะเลือกสินค้าหรือบริการตามสถานการณ์หรือข้อมูลที่มีการตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งอยู่ในจิตใจของผู้บริโภค เศรษฐพงษ์ มะลิสุวรรณ ( 2553 อ้างอิงใน อ้างอิงใน อิศราวดี เนียมศรี 2561 )

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิทธิชัย ภูษาแก้ว (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัย สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ Grab ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ผู้บริโภคสามารถควบคุมและจัดการได้เพื่อเกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการตนเองได้โดยมีปัจจัยที่ช่วยสนับสนุน 2 ด้าน ได้แก่ด้านการรับรู้ประโยชน์ โดยผู้บริโภคมีความเห็นว่า แอปพลิเคชัน Grab มีประโยชน์และมีความจำเป็นต่อการใช้งานในการเดินทาง และด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเห็นแอปพลิเคชัน Grab มีการอัปเดตปรับปรุงโปรแกรมสามารถปรับตัวได้และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ของแอปพลิเคชันได้อย่างรวดเร็ว

นันท์ธิดา ทองดี (2561) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี 4 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ทศนคติที่มีต่อการใช้ และความตั้งใจใช้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ทูมมันน์

วอลเล็ต (True Money Wallet) ผลการทดสอบ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet) ในการพิจารณาว่าตัวแปรยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติที่มีต่อการใช้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet) มากกว่ากันนั้น พบว่า ตัวแปรด้านการรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้ ทรูมันนี่วอลเล็ต (True Money Wallet)

วสุธิดา นริตมนต์ (2562) ศึกษา เรื่อง อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการวิจัย พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี โดยร่วมกันอธิบาย พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ถึงประโยชน์ และ การรับรู้ถึงความสามารถในการใช้เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ส่วนการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ชุตินันท์ เชี่ยวพานิชย์ (2563) ศึกษา เรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการ Application Grab ของเจนเอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ และ ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Application Grab ของเจนเอเรชั่น C ใน เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ และ ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Application Grab ของ เจนเอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารกสิกรไทย สาขา สงขลา จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้มีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คำนวณจากสูตรของ W.G.Cochran (1977) โดยระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ในการวิจัยครั้งนี้ จากสูตรพบว่ากลุ่มตัวอย่างคือ 384.16 ตัวอย่าง เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ดังนั้นจะใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา จำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ดำเนินการศึกษาข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งการศึกษาออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application(K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคาร กสิกรไทย สาขาสงขลา มีลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 14 ข้อ

## วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา โดยมีแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เข้าใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจาก บทความ วิทยานิพนธ์ หนังสือ อ้างอิง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application ของธนาคาร

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลข้อมูล โดยใช้สถิติดังนี้

### 1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าแสดงความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปร

1.2 การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## 2.การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา ใช้ค่าการทดสอบ t-test เพื่อใช้วิเคราะห์ความแตกต่างหรือเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน,ค่าการทดสอบ f-test ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

2.2 การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ระดับความเชื่อมั่น 0.05

### ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 ด้านอายุ (อายุ 26- 35 ปี) จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.25 อาชีพ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (15,001 -30,000 บาท) จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75

2. การยอมรับเทคโนโลยีการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา โดยภาพรวมมีการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ( $\bar{X}=4.66$  ,SD=0.52) รองลงมา ด้านความง่ายในการใช้งาน ( $\bar{X}=4.36$  ,SD=0.79) ด้านความไว้วางใจในระบบ( $\bar{X}=4.42$  ,SD=0.61) ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน( $\bar{X}=4.36$  ,SD=0.63) และน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้ความเสี่ยง( $\bar{X}=4.12$  ,SD=0.95) ตามลำดับ

3. การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา โดยภาพรวมมีการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความต้องการมากที่สุด ( $\bar{X}=4.63$  SD=0.48) รองลงมา ด้านการตัดสินใจใช้บริการ( $\bar{X}=4.43$  ,SD=0.62) ด้านความสนใจ( $\bar{X}=4.34$  ,SD=0.57) และน้อยที่สุด ด้านความตั้งใจ( $\bar{X}=4.30$  ,SD=0.67) ตามลำดับ

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. การเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล



1.1 จำแนกตามเพศ ในภาพรวมพบว่า ค่า  $t$ -Test = -0.188 และได้ค่า Sig.(2-tailed) = 0.164 พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า ค่า  $F$ -Test = 9.64 และได้ค่า Sig.(2-tailed) = 0.000 พบว่า อายุแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 จำแนกตามระดับการศึกษา ในภาพรวมพบว่า ค่า  $F$ -Test = 2.966 และได้ค่า Sig.(2-tailed) = 0.053 ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมพบว่า ค่า  $F$ -Test = 6.016 และได้ค่า Sig.(2-tailed) = 0.000 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในภาพรวมพบว่า ค่า  $F$ -Test = 0.546 และได้ค่า Sig.(2-tailed) = 0.702 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา ภาพรวมพบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ ( $B=0.068$ ,  $t=1.999$ ,  $p\text{-value}=0.046$ ) ด้านความง่ายในการใช้งาน ( $B=0.131$ ,  $t=5.122$ ,  $p\text{-value}=0.000$ ) ด้านความไว้วางใจในระบบ ( $B=0.251$ ,  $t=10.145$ ,  $p\text{-value}=0.000$ ) ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ( $B=0.316$ ,  $t=9.882$ ,  $p\text{-value}=0.000$ ) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หุคูณเป็น 0.833(R) และสามารถพยากรณ์ถึงการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา ได้ร้อยละ 69 (Adjusted  $R^2$ )

## อภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีการอภิปรายผลตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1.ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) มีความแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งในกลุ่มช่วงวัยนี้เป็นทำงาน จะมีการเข้าถึงเทคโนโลยีมากกว่ากลุ่มอื่น สอดคล้อง กิตติ์ชญญา รังสีพัฒนากรณ์ (2563) ศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทางการเงินของบุคคลในการทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสดของไทย ผลการศึกษาปัจจัยด้านอายุ ต่างกันมีผลทำให้การตัดสินใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินแตกต่างกัน มีระดับนัยสำคัญ 0.05

2.ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) มีความแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่า อาชีพแต่ละอาชีพมีการใช้งานผ่าน Application

(K-Plus) ที่ต่างกัน ส่งผลให้ผู้ให้บริการในอาชีพอื่นอาจไม่มีความจำเป็นในกสนใช้งาน Application (K-Plus) สอดคล้อง กิตติ์ธัญญา รัชสิพัฒนารักษ์ (2563) ศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทางการเงินของบุคคลในการทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสดของไทย ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน จำแนกตามอาชีพ มีระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลปรากฏว่า อาชีพต่างกันมีผลทำให้การตัดสินใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน

3.การยอมรับเทคโนโลยี (ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจในระบบ และด้านทัศนคติต่อการใช้งาน) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา สอดคล้องกับ สิทธิชัย ญาษาแก้ว (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาวิจัย สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ Grab ใน กรุงเทพมหานคร

การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจในระบบ และด้านทัศนคติต่อการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สอดคล้องกับ ชุตินันท์ เชื้อพานิชย์ (2563)ศึกษา เรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมที่มีต่อการ ตัดสินใจใช้บริการ Application Grab ของเจนเนอร์ชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าการยอมรับ เทคโนโลยี ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ และ ความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Application Grab ของ เจนเนอร์ชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่สอดคล้อง กฤษณะ สมรบรรสุข (2563) ศึกษา เรื่อง การยอมรับและการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชัน ธนาคารบมมมือถือระยะยาวในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าการยอมรับด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ และด้านความง่ายในการใช้งาน ไม่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ธนาคารบมมมือ ถือระยะยาวในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ เมษยา ตวิยาสกุล(2560) ศึกษา เรื่อง ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และความไว้วางใจของผู้ใช้งาน มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์ เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ **ข้อเสนอแนะ**

#### **ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้**

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่องการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความไว้วางใจระบบ และด้านทัศนคติต่อการใช้งาน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ของผู้ใช้บริการ

ธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา ดังนั้นธนาคารควรรักษามาตรฐานของ Application (K-Plus) ให้คงเดิมและเพิ่มปลอดภัยของการใช้งานให้มากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นและยังคงใช้งาน Application (K-Plus) รวมถึงใส่ใจการใช้งานที่ง่ายขึ้น เพื่อลดระยะการเดินทางไปทำธุรกรรมที่สาขา

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาประชากรเฉพาะผู้ใช้บริการที่มี ผ่าน Application (K-Plus) ที่เข้าใช้บริการ ธนาคารกสิกรไทย สาขาสงขลา ดังนั้นเพื่อให้ได้ ผลการวิจัยที่หลากหลายยิ่งขึ้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์ในการศึกษาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เช่น ประสิทธิภาพของการใช้งานผ่าน Application (K-Plus) เพื่อให้ทราบถึงตัวแปร ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Application (K-Plus) ให้มากยิ่งขึ้น โดยผลการวิจัยสามารถนำมากำหนดพัฒนา Application (K-Plus) ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

#### บรรณานุกรม

- ณัฐภูมิ ลีเจริญวิคุณ.(2561). พฤติกรรมการใช้บริการ *Mobile Banking* ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ กรณีศึกษาจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศุภสิรา คุณรัตน์.(2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน *Mobile Banking* ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- วศินี อิมธรรมพร.(2559). การยอมรับเทคโนโลยี ความสะดวกในการใช้บริการ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่น วาย (*Gen Y*) ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณภัทร จรรย์รัสติน.(2562). การศึกษารูปแบบพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ *Mobile Banking*. ปริญญาานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรวิษณุ อธิศิริกุลชัย.(2565). ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจ ชื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการ *generation Y* ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ .
- อิสราวลี เนียมศรี.(2559). การตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชัน *LINE MAN* ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปวีตรา สอนดี.(2560). การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (*Mobile Banking Application*)

- ของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี. การค้นคว้าอิสระ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.
- เยาวลักษณ์ปานประดิษฐ์.(2561). ความผูกพันในการใช้บริการธุรกรรมของธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่  
(Mobile Banking) ของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล : มุมมองจาก  
ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิทธิชัย ภูษาแก้ว.(2560). ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Grab ของผู้บริโภค  
ใน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัญชลิต ฐารังการณกิจ.(2562). การยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
นวัตกรรม ซูเปอร์มาร์เก็ตรูปแบบใหม่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญา  
การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ณรงค์เกียรติ อ่าบุญ.(2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการและปัจจัยด้านการยอมรับ  
เทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Application MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสินใน  
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เมทินี จันทร์กระแจะ.(2558). คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการ  
ตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้า  
อิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นันท์ธิดา ทองดี.(2561). อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการในเขต  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
ธัญบุรี.
- วสุธิดา นุริตมนต์.(2562).อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทาง  
การเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์เคลื่อนที่. สารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา  
,8(1),196.[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3461575](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3461575)
- ฉัตรบดินทร์ ชุ่มชิด, ศิวพงศ์ ธีรอำพน.(2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลผ่านแอปพลิเคชัน โฆษณาแบ่งกึ่ง. Journal of Buddhist Education and Research : JBER, 8(2),134-135. View of FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE PERSONAL LOAN SERVICE VIA MOBILE BANKING APPLICATION (tci-thaijo.org)
- กฤษณะ สมรบรรณสุข.(2563). การยอมรับและการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร  
บนมือถือระยะยาวในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เมฆา ตวิสาสกุล.(2559). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่าน

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปริญญาการจัดการ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

กิตติ์ธัญญา รังสีพัฒนารณ์.(2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีทางการเงินในของบุคคลใน  
การทำธุรกรรมทางการเงินเพื่อก้าวเข้าสู่ยุคสังคมไร้เงินสดของไทย. การค้นคว้าอิสระ  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
ชุตินันท์ เชี่ยวพานิชย.(2563). การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการ  
*Application Grab* ของเจเนอเรชั่น C ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.