

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking
ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา
Factors Affecting the User Behaviour on Mobile Banking Services
of the Silver Generation in Songkhla**

สวารส พฤกษ์ศรี, Sawaros Pruksasri

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา 2) ศึกษาทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา และ 3) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา โดยเคยใช้บริการ Mobile Banking จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้บริการ Mobile Banking เพื่อการซื้อสินค้าต่างๆ เช่น สินค้าอุปโภค บริโภค ฯลฯ โดยใช้เพื่อโอนเงินระหว่างบัญชี ซึ่งสถานที่ที่ใช้บริการ Mobile Banking เป็นที่บ้าน โดยช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ ตั้งแต่เวลา 12.01 – 18.00 น. ซึ่งเหตุผลที่ใช้บริการ Mobile banking เพราะความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีการตัดสินใจด้วยตัวเอง และส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ นอกจากนี้ยังพบว่า 1) ทัศนคติด้านความรู้สึก ด้านความรู้ และด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ 2) ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับประเภทธุรกรรมที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ 3) อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และทัศนคติด้านความรู้สึก ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ Mobile Banking 4) เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และทัศนคติด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ Mobile Banking 5) ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ทุกข้อ และทัศนคติทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking 6) เพศ มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking 7) อาชีพ รายได้ต่อเดือน และทัศนคติด้านพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile banking

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้บริการ, Mobile Banking, กลุ่มผู้สูงอายุ

ABSTRACT

This study aimed to 1) identify the demographic data which influenced the user behaviour of mobile banking among the Silver Generation in Songkhla, 2) understand the attitude that affected the using behaviour of mobile banking among the Silver Generation in the province, and 3) observe the user behaviour of the mobile banking among the Silver Generation in Songkhla. The samples were 400 Silver Generation in Songkhla who have used mobile banking. The data analytics tools were frequency, percentage, mean, standard deviation, and Chi-square test.

The finding revealed that the majority of the samples use mobile banking for the purchasing of products, such as consumer goods etc., by transferring money between accounts. They often use mobile banking at home between 12.01 pm. to 6.00 pm. The samples used the mobile banking service because of its convenience and 24/7 accessibility where they can decide by themselves. Also, most of them use the service 3 to 4 times per week. Additionally, the findings reported: 1) the attitude in terms of the affective, cognitive, and behavioural components were associated with the lifestyle of the silver generation. 2) the educational background, status, career, and monthly income were associated with the type of transactions made by the silver generation. 3) the career, status, monthly income, and attitude in terms of affective, cognitive, and behavioural components were related to the place the silver generation used mobile banking services. 4) the gender, educational background, monthly income, and attitude in terms of cognitive and behavioural components were correlated to the time using the mobile banking services. 5) all of the demographic data and all components of attitude have no correlation with the reason for silver generation using mobile banking. 6) gender was related to the individual who influenced the silver generation to use mobile banking 7) The career and monthly income and attitude in terms of behavioural component were correlated to the frequency of silver generation using mobile banking services.

Keywords: User behaviour, mobile banking, Silver Generation

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือถือเป็นเทคโนโลยีทางการเงินที่เติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย และเป็นช่องทางการให้บริการทางการเงินที่ประชากรส่วนใหญ่เลือกใช้ บริการธนาคารจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้

แอปพลิเคชันให้บริการทางการเงินของธนาคารแบบครบวงจรภายใต้แนวคิด “ชีวิตครบแอปเดียวอยู่” เพื่อตอบโจทย์วิถีการดำเนินชีวิตที่ครอบคลุมการทำธุรกรรมพื้นฐานที่สามารถทำได้ที่สาขาธนาคารให้สามารถทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือได้ง่ายมากขึ้น โดยไม่ต้องเดินทางไปยังสาขา ธนาคารกำหนดเป้าหมายแผนกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือมากยิ่งขึ้น ดังนี้ 1) เพิ่มความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองได้ทุกที่ทุกเวลา 2) สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต 3) ลดต้นทุนในการทำธุรกรรมต่างๆ 4) สอดรับกับเทคโนโลยีที่มีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น (ธนาคารกรุงไทย, 2561)

ถึงแม้ปัจจุบันในประเทศไทยจะขึ้นชื่อว่ามีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต หรือโซเชียลมีเดียติดอันดับโลก ทว่ายังมีประชากรจำนวนไม่น้อย จากจำนวนประชากรไทยกว่า 70 กว่าล้านคน ยังไม่เข้าถึงการใช้งานบนอินเทอร์เน็ต ส่วนหนึ่งเป็นเหตุผลทางเศรษฐกิจ แต่อีกเหตุผลสำคัญ คือ ความกลัวความเข้าใจเทคโนโลยี รวมไปถึงบางส่วนยังมองไม่เห็นถึงประโยชน์ ไม่ยอมเปิดใจเรียนรู้การใช้งานบนดิจิทัลโซลูชันต่าง ๆ ที่อยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเฉพาะกลุ่มสูงวัยที่มีอายุตั้งแต่อายุ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งถือเป็นฐานลูกค้ากลุ่มใหญ่ของธนาคารในเมืองไทย ปัจจุบันยังคงใช้งานบนมือถือ หรือ Mobile Banking ในสัดส่วนน้อย ขณะที่เมืองไทยกำลังก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) เต็มตัวในปี 2568 (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา แตกต่างกัน
2. ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านความรู้สึกด้านความเข้าใจและความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา โดยมีตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ประกอบด้วย ด้านความรู้สึกรู้สึกด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรม

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย Who? (ใครคือกลุ่มเป้าหมาย) What? (ผู้บริโภคต้องการอะไร) Where? (ผู้บริโภคใช้บริการได้จากที่ไหน) When? (ผู้บริโภคใช้บริการเมื่อไหร่) Why? (ทำไมผู้บริโภคต้องใช้บริการ) Whom? (ใครเป็นผู้ตัดสินใจใช้บริการ) และ How? (ผู้บริโภคใช้บริการอย่างไร)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษานี้ ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ที่มีอายุตั้งแต่ 55 - 59 ปี โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 91,834 คน (ข้อมูล ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2567 สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567)

3. ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการวิจัย ในระหว่างเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2567 โดยมีแผนที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม 2567

4. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ใช้ในการศึกษา คือ ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) ได้แบ่งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) อายุ 2) เพศ 3) สถานภาพครอบครัว 4) รายได้ 5) การศึกษา และ 6) อาชีพ เป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Johns (1894) กล่าวว่า ทัศนคติมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้ 1) ด้านความรู้สึก 2) ด้านความรู้ ความเข้าใจ 3) ด้านพฤติกรรม

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (2014) ประกอบด้วย 1) Who ใคร คือ กลุ่มเป้าหมาย 2) What ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร 3) Where ผู้บริโภคซื้อที่ไหน 4) When ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ 5) Why ทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ 6) Whom ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ 7) How ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation)

คนยุคเบบี้บูมที่เกิดระหว่างปลายปี ค.ศ.1964 เป็นกลุ่มคนที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีลักษณะนิสัยเป็นคนขยัน รักการทำงาน มีความมั่นคงทางการเงิน และเมื่อเกษียณก็จะมีเงินเก็บจำนวนมากพร้อมที่จะใช้จ่ายใช้สอย เพื่อซื้อความสุขให้กับตัวเอง รวมทั้งเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพมากที่สุด เพราะเป็นกลุ่มที่มีครบทั้งเวลา กำลังซื้อ และร่างกายที่ยังแข็งแรง (ปภาณัน วงศ์กิตติชัยกุล, 2562)

ข้อมูล Mobile Banking

Mobile Banking คือ อะไร?

บริการธนาคารบนมือถือ หมายถึง การใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อทำธุรกรรมทางการเงิน บริการนี้ให้บริการโดยสถาบันการเงินบางแห่ง โดยเฉพาะธนาคาร บริการธนาคารบนมือถือช่วยให้ลูกค้าและผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมต่างๆ ได้ ซึ่งอาจแตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับสถาบัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภิสรา เดชะชาติ (2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการผ่านโมบายแบงก์กิ้ง

สถาพร ยอดชมภู (2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ตามช่วงระยะเวลา คือ 12.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 69.8

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ที่มีอายุตั้งแต่ 55 - 59 ปี โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 91,834 คน (ข้อมูล ณ เดือนกันยายน พ.ศ. 2567 สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ที่มีอายุตั้งแต่ 55 - 59 ปี โดยใช้สูตร Yamane (1973 อ้างถึงใน กัลยา วาณิชยบัญชา, 2561) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อน ± 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ที่มีอายุตั้งแต่ 55 - 59 ปี ที่เคยใช้บริการ Mobile Banking ภายในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา เท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในการใช้บริการ Mobile Banking มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 7 ข้อ

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎี นิยามคำศัพท์ จากงานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในการใช้บริการ Mobile Banking และพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) เพื่อกำหนดขอบเขตในการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

2. ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ แล้วนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสมบูรณ์ ถูกต้อง และตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาได้ค่า IOC (Index of Item objective Congruence: IOC) ซึ่งจะต้องมีค่า 0.50 ขึ้นไป จึงถือเป็นที่ยอมรับได้ โดยพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในแต่ละข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งถือเป็นที่ยอมรับได้ และนำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาความสอดคล้องมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัย จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (α -Coefficient) (ยุทธ ไกยวรรณ, 2561) ซึ่งต้องมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือเป็นเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้

5. จากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในการใช้บริการ Mobile Banking ได้ค่า α -Coefficient เท่ากับ 0.852 - 0.921 ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form และจัดทำแบบสอบถามที่เป็นเอกสารตามจำนวนเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ที่เคยใช้บริการ Mobile Banking ภายในระยะเวลา 1 ปี ที่ผ่านมา ด้วย 2 วิธี คือ การทำแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form จำนวน 200 ชุด โดยการกระจายผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น การสแกนคิวอาร์โค้ดของแบบสอบถาม หรือการส่งลิงค์ผ่าน Line Messenger และการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) บริเวณภายในและภายนอกธนาคารต่างๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 200 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลาในการใช้บริการ Mobile Banking

3. ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์และทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) กับพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.50 โดยมีสถานภาพแต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 55.75 ซึ่งมีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.00 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50

2. กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในการใช้บริการ Mobile Banking ในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านพฤติกรรม ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมา คือ ด้านความรู้ความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.06$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความรู้สึกลึก ($\bar{X} = 4.03$)

3. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในการใช้บริการ Mobile Banking ใช้เพื่อการซื้อสินค้าต่างๆ เช่น สินค้าอุปโภค บริโภค ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 84.00 โดยมีการใช้บริการ Mobile Banking เพื่อโอนเงินระหว่างบัญชี คิดเป็นร้อยละ 34.75 ซึ่งสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ Mobile Banking เป็นที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 39.50 โดยช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ Mobile Banking ตั้งแต่เวลา 12.01 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 58.25 ส่วนใหญ่เหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking เพราะความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 68.75 ซึ่งบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking เป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 62.25 และส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ Mobile banking 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 37.75

4. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ดังตาราง 1

ตาราง 1

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา (n=400)

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์	พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา						
	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ประเภทธุรกรรม	สถานที่ที่ใช้บริการ	ช่วงเวลา	เหตุผลที่ใช้บริการ	บุคคลที่มีอิทธิพล	ความถี่
เพศ	4.455	3.782	8.724	6.342*	5.515	8.188*	3.857
ระดับการศึกษา	5.511	46.506**	10.549	10.610*	2.335	5.789	7.208
สถานภาพ	2.407	26.106**	16.761*	6.991	2.364	3.606	5.432
อาชีพ	19.755	42.630**	41.932**	12.834	6.560	15.140	41.518**
รายได้ต่อเดือน	12.687	71.950**	42.065**	53.926**	11.244	2.085	23.280*

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่า 1) ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ทุกข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับประเภทธุรกรรมที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3) อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4) เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ทุกข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6) เพศ มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7) อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ทศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา ดังตาราง 2

ตาราง 2

ทศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา (n=400)

ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation)	พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา						
	รูปแบบการดำเนินชีวิต	ประเภทธุรกรรม	สถานที่ที่ใช้บริการ	ช่วงเวลา	เหตุผลที่ใช้บริการ	บุคคลที่มีอิทธิพล	ความถี่
ด้านความรู้สึก	19.893**	5.506	22.254**	1.972	8.933	3.758	11.584
ด้านความรู้	23.059**	8.779	26.803**	10.989*	7.787	5.776	12.508
ด้านพฤติกรรม	29.321**	4.721	29.962**	10.096*	6.537	4.894	12.919*
โดยภาพรวม	37.732**	2.926	33.943**	12.004*	7.525	3.326	13.090*

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า 1) ทศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้สึก ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2) ทศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทธุรกรรมที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3) ทศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้สึก ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4) ทักษะของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยรวม มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5) ทักษะของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6) ทักษะของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

7) ทักษะของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา

1.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ทุกข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ

1.2 ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับประเภทรูขุมที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) และสอดคล้องกับงานวิจัยของปฐมภรณ์ จันทรวีภาวี (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ผลการศึกษา พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันประเภทรูขุมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ

1.3 อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) และสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิชาติ ดารากร ณ อยุธยา (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าโดยผ่านช่องทาง SCB EASY APP ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการใช้บริการ SCB EASY APP

1.4 เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) และสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภิสรา เดชะชาติ (2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการผ่านโมบายแบงก์กิ้ง

1.5 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ทุกข้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ Mobile banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ

1.6 เพศ มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) ทั้งนี้เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง หรือชาย ต่างก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking

1.7 อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2558) และสอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับการศึกษาของกัญญภัทร ไสวอมร (2563) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้านักธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษา พบว่า ลูกค้ายที่มี อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

2. ทศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา

2.1 ทศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Johns (1894) และสอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวัลย์ สำราญ และอัครินทร์ ศรีสุข (2564) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน Mymo ผลการศึกษา พบว่า ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม ส่งผลทางบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชันการใช้ MyMo

2.2 ทศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทธุรกรรมที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Johns (1894) ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติของผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกประเภทธุรกรรมที่กลุ่มผู้สูงอายุจะใช้บริการ

2.3 ทศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Johns (1894) และสอดคล้องกับงานวิจัยของเทวินทร์ บุบผาคำ (2565) ศึกษาการรับรู้และ

ทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติ มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application

2.4 ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ด้านความรู้ ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ Mobile Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Johns (1894) และสอดคล้องกับงานวิจัยของกรกานต์ รักบ้านเกิด (2565) ศึกษาการตัดสินใจการให้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติด้านพฤติกรรมมีผลต่อการตัดสินใจการให้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

2.5 ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Johns (1894) ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งด้านความรู้สึกด้านความรู้ และด้านพฤติกรรม ไม่มีอิทธิพลต่อเหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking

2.6 ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Johns (1894) ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้งด้านความรู้สึก ด้านความรู้ และด้านพฤติกรรม ไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking

2.7 ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ด้านพฤติกรรม และทัศนคติโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการใช้บริการ Mobile banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ Johns (1894) และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนันท์ ขวานทอง (2564) ศึกษาการยอมรับทางด้านเทคโนโลยีและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile ของลูกค้าธนาคาร ธ.ก.ส. ในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ผลการศึกษา พบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile ของลูกค้าธนาคาร ธ.ก.ส. ในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต ด้านความถี่ในการใช้แอปพลิเคชัน A-Mobile อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. พฤติกรรมการใช้บริการ Mobile Banking ของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในจังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในการใช้บริการ Mobile Banking ใช้เพื่อการซื้อสินค้าต่างๆ เช่น สินค้าอุปโภค บริโภค ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 84.00 สอดคล้องกับการศึกษาของธรรมน รุ่งรัตนอุบล (2562) ศึกษาการยอมรับโมบายแบงก์กิ้งในผู้สูงอายุ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โมบายแบงก์กิ้ง เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 19.73

โดยมีการใช้บริการ Mobile Banking เพื่อโอนเงินระหว่างบัญชี คิดเป็นร้อยละ 34.75 สอดคล้องกับการศึกษาของปฐมาภรณ์ จันทรีวิภาวดี (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมผู้ให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking ใช้เพื่อโอนเงินระหว่างบัญชี ตนเอง/ญาติ/เพื่อน ร้อยละ 12.71

สถานที่ที่กลุ่มผู้สูงอายุใช้บริการ Mobile Banking เป็นที่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 39.50 สอดคล้องกับการศึกษาของชัชฎาภรณ์ เตชะเสถียร (2561) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ KTB Netbank ที่บ้าน

ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ Mobile Banking ตั้งแต่เวลา 12.01 – 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 58.25 สอดคล้องกับการศึกษาของสถาพร ยอดชมภู (2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ตามช่วงระยะเวลา คือ 12.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 69.8

เหตุผลที่กลุ่มผู้สูงอายุเลือกใช้บริการ Mobile banking เพราะความสะดวกสบาย สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลาด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 68.75 สอดคล้องกับการศึกษาของกาญจน์ กุลวิทย์นราภรณ์ (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง 5 ธนาคารชั้นนำของเจเนอเรชั่น เบบี้บูมเมอร์ ผลการศึกษา ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการใช้บริการ Mobile Banking เพราะช่วยให้ประหยัดเวลา ช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา

บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ Mobile banking เป็นการตัดสินใจด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 62.25 สอดคล้องกับการศึกษาของวิชาดา ไม้เงินงาม (2562) ศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้บริการกลุ่มเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าการแนะนำการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือมาจากตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 19.75

ความถี่ในการใช้บริการ Mobile banking 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 37.75 สอดคล้องกับการศึกษาของสุพัตรา โทนทอง (2567) ศึกษาพฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์ แอปพลิเคชันกรุงเทพไทยเน็กซ์ ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการใช้โมบายล์ แอปพลิเคชันกรุงเทพไทยเน็กซ์ มีความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 47.53

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ทัศนคติของกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Generation) ในการใช้บริการ Mobile Banking ในจังหวัดสงขลา

ธนาคารผู้ประกอบการ Mobile Banking ต้องมีการสร้างความมั่นใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการถึงความปลอดภัยจากการใช้ Mobile Banking ควรมีการอธิบายกระบวนการหรือขั้นตอนการใช้ Mobile Banking ให้ผู้ใช้บริการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้ Mobile Banking ธนาคารต้องมีมาตรการสูงสุด ในการรักษาความเสี่ยงที่จะเกิดจากการใช้ Mobile Banking เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งาน Mobile Banking

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการกลุ่มผู้สูงอายุ ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ อาจมีความแตกต่างจากกลุ่มประชากรตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ จึงเห็นว่าควรมีการศึกษาในกลุ่มอายุอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบกับบริบททางประชากร เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสภาพสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน
2. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ ที่ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริง ทำให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบัน ๆ ที่อาจจะส่งผลต่อความต้องการที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- กรกานต์ รักบ้านเกิด. (2565). การตัดสินใจการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัญญาภัทร ไสวอมร. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมบริการธนาคารออนไลน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จากัด (มหาชน) ในจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสถิติศาสตร์วิจัย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ :สามลดา.
- กาญจน์ กุลวิทย์นรากรณ์. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง 5 ธนาคารชั้นนำของเจเนอเรชั่น เบบี้บูมเมอร์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). ธุรกิจผู้สูงอายุ”โตปีละ 7.5 % IneterCare Asia 2024 งานสุขภาพรับ Blue Ocean. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1136984>
- ชัชฎาภรณ์ เจชาเสถียร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐนันท์ ขวานทอง. (2564). การยอมรับทางด้านเทคโนโลยีและทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการแอปพลิเคชัน A-Mobile ของลูกค้าธนาคาร ธ.ก.ส. ในจังหวัดพังงา กระบี่ และภูเก็ต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- เทวินทร์ บุบผาคำ. (2565). การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่าน *Mobile Banking Application* ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น.
- ธรรมชน รุ่งรัตนอุบล. (2562). การยอมรับโมบายแบงก์กิ้งในผู้สูงอายุ. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารกรุงไทย. (2561). จ่ายกับ NEXT ได้ครบทุกไลฟ์สไตล์ได้ครบ. ค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2567, จาก <https://krungthai.com/th/content/personal/krungthai-next>
- ปฐมภรณ์ จันทรวีภาวี. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking).
- ปภาณัน วงศ์กิตติชัยกุล. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งาน *Krungthai NEXT* ของกลุ่มวัยสี่เจนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2561). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัดดาวัลย์ สำราญ และอัครินทร์ ศรีสุข. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน *Mymo*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- วิชาดา ไม้เงินงาม. (2562). พฤติกรรมและการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศุภิสรา เดชะชาติ. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 1(7), 1-10.
- สถาพร ยอดชมพู่. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้งานเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุพัตรา โทนทอง. (2567). พฤติกรรมการใช้และการยอมรับนวัตกรรมโมบายล์ แบงก์กิ้ง: แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 16 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. 4-5 กรกฎาคม 2567. (หน้า 1249-1259).
- อภิชาติ ดารากร ณ อยุธยา. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าโดยผ่านช่องทาง SCB EASY APP ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม
- Johns, D. (1894). *Management in the Public Service: The Quest for Effective Performance*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P.. (2014). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education: Prentice Hall.