

**ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำ
ผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่**

**Factors of technology acceptance affecting the decision to open a fixed
deposit account via the application of the Government Housing**

Bank customers, Chiang Mai Province

นายพิชญา บุญพามี¹

Mr.Pitchaya Boonpamee¹

¹ สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

¹Chalermprakiat Library Branch, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

*Corresponding author e-mail, 6624102633@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ วัดอุปประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นแบบสอบถามโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน ค่าที ค่าเอฟ และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) การตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน และ 3) การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีค่า t ที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งสี่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, แอปพลิเคชัน, การตัดสินใจ

ABSTRACT

A study of technology acceptance factors affecting the decision to open a fixed deposit account via the application of the Government Housing Bank customers in Chiang Mai Province. The objectives are 1) to study the level of importance affecting the decision to open a fixed deposit account via the application of the Government Housing Bank customers in Chiang Mai Province. 2) to compare the decision to open a fixed deposit account via the application of the Government Housing Bank customers in Chiang Mai Province classified by personal factors. 3) to study the technology acceptance factors affecting the decision to open a fixed deposit account via the application of the Government Housing Bank customers in Chiang Mai Province. The sample group is the Government Housing Bank customers in Chiang Mai Province. The instrument used in this study is a questionnaire. The questionnaire is used as a tool for collecting data. The statistics used for data analysis are frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-value, F-value, and multiple regression analysis. The results of the study found that 1) the level of opinions on the decision to open a fixed deposit account via the application is at a high level. 2) The decision to open a fixed deposit account via the application of different genders has a different decision to open a fixed deposit account via the application. However, the decision to open a fixed deposit account via the application of different genders is not different. 3) The acceptance of technology and the perception of benefits of use And the perception of ease of use has a statistically significant t value (Sig.) at 0.05, indicating that all four variables affect the decision to open a fixed deposit account through the application of customers, Government Housing Bank, Chiang Mai Province.

Keywords : Technology Adoption, Applications, Decision Making

บทนำ

สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันทำให้พฤติกรรมการออมเงินของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากการลงทุนในตลาดลงทุนมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง ส่งผลทำให้ประชาชนไม่กล้าที่จะนำเงินหรือทรัพย์สินไปลงทุนทำธุรกิจ ประชาชนจึงหันมาสนใจการออมเงินกับทางธนาคารซึ่งได้ผลตอบแทนที่แน่นอน อีกทั้งผลของ พ.ร.บ.คุ้มครองเงินฝาก ที่ส่งผลให้ประชาชนมีการกระจ่ายเงินออมไปยังธนาคารหลายแห่งมากขึ้น โดยเฉพาะธนาคารเฉพาะกิจของรัฐบาลที่ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดว่าจะมีความมั่นคงมากกว่า ธนาคารพาณิชย์หรือธนาคารเอกชน

เนื่องจากรัฐบาลเป็นหุ้นส่วนอยู่ด้วย ซึ่งรูปแบบในการออมเงินกับทางธนาคารก็มีความหลากหลายขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจและลักษณะของการใช้จ่ายหรือการลงทุน รวมทั้งพฤติกรรมของผู้ออม ดังนั้นธนาคารจึงได้ศึกษาแนวทางและกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มปริมาณเงินฝากให้แก่ทางธนาคาร ซึ่งเงินฝากมีความสำคัญต่อ ธนาคารหลายประการโดยเฉพาะในด้านการระดมเงินทุนที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และยังส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะทางการเงินของธนาคารอีกด้วย (สุจิตรา คำกัมพล, 2564)

เนื่องจากปัจจุบันธนาคารอาคารสงเคราะห์ให้บริการ Digital Banking แบบเต็มรูปแบบใน Application GHB All Gen ทั้งสินเชื่อและเงินฝาก แต่ลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงเลือกช่องทางการเปิดบัญชีเงินฝากผ่านเคาน์เตอร์การเงินของสาขาธนาคาร (ดูจากสถิติการเปิดบัญชีเงินฝากประจำของลูกค้าในเขตเชียงใหม่เดือน มี.ค.- พ.ค. 2567 มีจำนวน 870 บัญชี) ทำให้มีปริมาณลูกค้ารอคิวใช้บริการหน้าเคาน์เตอร์การเงินเป็นจำนวนมาก และในการเปิดบัญชีแต่ละครั้งของลูกค้าต่อรายจะใช้เวลาในการทำธุรกรรมค่อนข้างจะนาน และปัญหาที่ตามมาคือลูกค้าที่รอคิวนานมีการร้องเรียนไปยังศูนย์ร้องเรียนของธนาคารถึงการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ที่ล่าช้า การเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านระบบ Application GHB All Gen ได้ด้วยตนเองถือเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่มช่องทางการให้บริการใหม่ให้กับลูกค้า แสดงให้เห็นถึงการให้การยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าอย่างต่อเนื่องที่มีต่อการเปิดบัญชีประจำในสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของสถาบันการเงินและที่ไม่ใช่สถาบันการเงินทั้งรัฐและเอกชนที่ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการออมและการลงทุนที่มีความหลากหลายให้กับประชาชน และข้อจำกัดของการเปิดบัญชีเงินฝากประจำไม่สามารถเบิก-ถอน ผ่านระบบ Application GHB All Gen ได้จึงยังคงเลือกที่จะใช้บริการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านหน้าเคาน์เตอร์การเงินทำให้ไม่สามารถลดจำนวนลูกค้าที่มาทำธุรกรรมผ่านหน้าเคาน์เตอร์ได้ (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2567)

ผู้ศึกษาในฐานะพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานการเงิน ได้มีโอกาสในการเข้าไปสนับสุนนกิจกรรมของลูกค้า ได้รับรู้ถึงความจำเป็นในความต้องการสนับสนุนเงิน ทุนจากธนาคาร ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการประกอบอาชีพ อันจะนำมาซึ่งความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ในขณะที่ธนาคารเองก็จำเป็นต้องระดมทุนมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างทั่วถึงและเพียงพอ โดยมีเป้าหมายให้ลูกค้าที่จะขอสินเชื่อจากธนาคารมีภาระจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่ต่ำ ในขณะที่ธนาคารก็ต้องไม่ประสบกับปัญหาภาระจากการระดมทุนที่หนักจนเป็นอุปสรรคต่อการขับเคลื่อนองค์กรมากจนเกินไป ซึ่งในการตัดสินใจเลือกเปิดบัญชีประจำขอส. ของลูกค้ามีความสำคัญต่อธนาคารหลายประการ โดยเฉพาะในด้านการระดมทุนที่จะส่งผลต่อเสถียรภาพและฐานะทางการเงิน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและแผนธุรกิจของธนาคารในการจัดสรรเงินทุน เพื่อไปขับเคลื่อนภารกิจของธนาคารให้เป็นไปตามพันธกิจหลัก และเพื่อเป็นการตอบสนองต่อ นโยบายของรัฐบาลตามบทบาทในฐานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง ซึ่งสภาพคล่องที่เหมาะสมจะสามารถช่วยให้การสนับสนุนเงินทุน และช่วยยกระดับรายได้และความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

ตามเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษา เรื่อง การศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสำรวจเก็บข้อมูลจากผู้มาใช้บริการการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งคาดว่าจะการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการให้บริการลูกค้ารวมถึงปรับปรุงผลิตภัณฑ์เงินฝากของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์การให้บริการ การกำหนดช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนผู้สนใจได้นำไปใช้พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางการเงินอื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 129,652 คน (ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่, เดือนมกราคม-กรกฎาคม 2567)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง (Actual population) โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบค่าประชากรจากสูตรของ Taro Yamane (พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ, 2550, น. 252) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ ตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี ตลอดจนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. ขอบเขตพื้นที่

การศึกษานี้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาในพื้นที่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close ended question) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) และเป็นการกำหนดเกณฑ์ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อความถูกต้องแบบเรตติ้งสเกล (Rating scale) 5 scales ให้มีความเที่ยงตรงมากขึ้น โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ด้าน แบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด มีหลักเกณฑ์การให้คะแนนระดับการยอมรับเทคโนโลยี โดยนำหลักของ Likert's Scale มาปรับใช้ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน โดยนำหลักของ Likert's Scale มาปรับใช้ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 17 ข้อ

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.7 ที่เป็นค่ามาตรฐานทางวิชาการที่ยอมรับได้ และทำการจำแนกความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในแต่ละข้อ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.968

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอน โดยอาศัยกระบวนการและวิธีการของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้ความรู้ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถามและผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วมาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. ทำการแจกแบบสอบถามกับลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ ตามที่ได้กำหนดไว้ โดยให้ประชากรทั้งหมดตอบแบบสอบถามได้อย่างอิสระ

2. เก็บรวบรวมข้อมูลและทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ และความสอดคล้องของคำตอบในแบบสอบถามทุกประเด็นและทุกฉบับ

3. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบเรียบร้อยแล้วมาจัดระเบียบข้อมูลเพื่อเตรียมการสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลที่เก็บรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาเพื่อนำไปใช้เพื่อสรุปสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขสำหรับในส่วนแบบสอบถาม นำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยหาค่า t-test และ One-Way ANOVA: F-test และ LSD. (Least-significant different) และใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 61.3) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 36.5) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 46.0) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 67.5) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ 46.5) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับเทคโนโลยีจำแนกเป็นรายด้าน

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	3.75	0.85	มาก
2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	3.78	0.87	มาก
ภาพรวม	3.76	0.82	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยรวมแล้วการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 3.76 ซึ่งจัดได้ว่าอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

การตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชัน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. การรับรู้ถึงปัญหา/ ความต้องการ	3.78	0.88	มาก
2. การค้นหาข้อมูล	4.04	0.73	มาก
3. การประเมินทางเลือก	4.01	0.76	มาก
4. การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	3.93	0.91	มาก
5. พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	3.95	0.80	มาก
ภาพรวม	3.94	0.72	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมแล้วการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งจัดได้ว่าอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชัน ทุกด้านอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชัน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรทดสอบ	ผลการทดสอบ				
	t	F	Sig	ยอมรับ H_0	ยอมรับ H_1
เพศ	2.163		.031*		✓
อายุ		1.456	.226	✓	
สถานภาพ		.258	.773	✓	
ระดับการศึกษา		.394	.675	✓	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		.487	.691	✓	

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันที่มีเพศแตกต่างกันพบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั้นแสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน (H_1) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันพบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั้นแสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน (H_0) และปฏิเสธสมมติฐาน (H_1)

ส่วนที่ 5 การใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (stepwise multiple regression)

ตารางที่ 4 การถดถอยพหุคูณ (stepwise multiple regression)

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	b	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.290	.100		12.897	.000
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	.530	.041	.627	12.802	.000*
การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน	.177	.040	.215	4.392	.000*
R = 0.809, R Square = 0.654, F = 375.191, Sig. = .000					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีค่า t ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งสองส่งผลต่อการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

การยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้านมากที่สุด คือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน รองลงมาคือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ตามลำดับ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานมากที่สุดอาจเนื่องจากการใช้แอปพลิเคชันนี้ไม่มีความซับซ้อน ไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้และใช้งาน สามารถการใช้บริการเพื่อให้เกิดความชำนาญได้ด้วยตนเอง และช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐ ยงวัฒนา (2562) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากดิจิทัลของ ธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์ รองลงมาคือ การตั้งใจที่จะใช้งาน และการรับรู้ ความง่ายในการใช้งาน พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสิน ในกรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพิศติยานัน แสงทอง (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของลูกค้า ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อ สลากดิจิทัลของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน รองลงมาคือ การรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ตามลำดับ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันพบว่าในภาพรวมมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั้นแสดงให้เห็นว่าไม่ยอมรับสมมติฐานส่วนเพศแตกต่างกันพบว่าในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั้นแสดงให้เห็นว่ายอมรับสมมติฐาน แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันจิรา ทুমสิทธิ์ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินดิจิทัล ผ่านแอปพลิเคชัน MYMO ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มี อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MYMO ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ และรายได้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน MYMO และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎา ภูมิลำเนา (2565) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ รอส. ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์รอส. ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่

การยอมรับเทคโนโลยี การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีค่า t ที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig.) ที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งสี่มีผลต่อการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของหนึ่งฤทัย ไชยลา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัล ผ่านแอปพลิเคชัน (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชัน (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจากนฤบาล ยมะคุปต์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การซื้อสินค้าออนไลน์บน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา: ทัศนคติที่มีต่อการใช้ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ ว่าใช้งานง่าย ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การทำนายของโมเดลสมการ โครงสร้าง เท่ากับ 63.10 กล่าวคือ การรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ว่าใช้งานง่าย ร่วมกัน

อธิบายความแปรปรวนของทัศนคติที่มีต่อการใช้ระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการซื้อสินค้าได้ร้อยละ 63.10 และเมื่อใช้การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล ผลการวิเคราะห์พบว่า การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการซื้อสินค้า ($B = .359$, $t = 3.566^{**}$, $p = .000$) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และการรับรู้ว่าใช้งานง่าย มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้ระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อการซื้อสินค้า ($B = 0.494$, $t = 4.785^{**}$, $p = .000$) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน ดังนั้นธนาคารควรควรเน้นย้ำถึงความง่ายของการใช้งาน Mobile Banking Application มีการออกแบบขั้นตอนการสมัครการใช้บริการที่ง่ายและสะดวก สามารถทำความเข้าใจและเรียนรู้ได้เอง เพื่อที่ภายหลังจากการที่ผู้ใช้บริการได้ ยอมรับและทดลองใช้แล้ว จะได้เกิดความเข้าใจในการใช้บริการ และตัดสินใจใช้งานอย่างต่อเนื่อง

2. การยอมรับเทคโนโลยี เป็นปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด ธนาคารควรกำหนดเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและความต้องการของลูกค้า รวมถึงควรให้ข้อมูลข่าวสารการนำเสนอการโฆษณาเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลและเงื่อนไขต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันให้ลูกค้าทราบ เช่น ผลตอบแทนที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อฝากสลากเพื่อทำให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อสลากผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น

3. ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของทางธนาคารอาคารสงเคราะห์ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมากำหนดแผนการสื่อสารทางตลาดดิจิทัลกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการ แอปพลิเคชันของทางธนาคารอาคารสงเคราะห์ รวมถึงแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันของทางธนาคาร ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ได้ทุกกลุ่มเป้าหมายเพื่อเป็นการรักษฐานลูกค้าเก่า และเพิ่มลูกค้าใหม่ต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเพิ่มปัจจัยในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลการศึกษามากขึ้น เช่น ปัจจัยด้านสภาพ เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งจะทำได้ทราบปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจใช้บริการของผู้สูงอายุ ได้มากขึ้นและจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาแอปพลิเคชัน และสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุได้มากยิ่งขึ้น

2. จากขอบเขตงานวิจัยที่ได้ศึกษาในครั้งนี้ ได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเปิดบัญชีเงินฝากประจำผ่านแอปพลิเคชันเท่านั้น จึงควรทำการศึกษากลุ่มผู้สูงอายุ เขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลการตัดสินใจในการซื้อสลากออมทรัพย์ผ่านแอปพลิเคชันในภาพรวม

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถาม เท่านั้น หากมีงานวิจัยในครั้งต่อไปควรนำงานวิจัยการศึกษาเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิง ลึก (Indepth Interview) มาสนับสนุนการวิจัยร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดครอบคลุม และ เพิ่มความ น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษมา ภูมิสำเนา. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ธอส. ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การศึกษาค้นคว้า อีสารบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จันจิรา ทุมสิทธิ์. (2565). ทศนคติและความคิดเห็นของลูกค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสลากออมสินดิจิทัล ผ่านแอปพลิเคชัน MYMO. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐ ยงวัฒนา. (2562). ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7P's). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการตลาด มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2567). ข้อมูลธนาคารอาคารสงเคราะห์. สืบค้นวันที่ 14 ธันวาคม 2567. จาก <https://www.ghbank.co.th/>
- นฤบาล ยมะคุปต์. (2562). การรับรู้ความมีประโยชน์ การรับรู้ว่ายใช้งานง่าย ทศนคติที่มีต่อการ ใช้พาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่. BU Academic Review, 18(1), 18-33.
- พิชิต พัทธกะเทพสมบัติ. (2550). ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : โอเอสพริ้นติ้งเฮ้าส์.
- พิตติยานัน แสงทอง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสลากดิจิทัลของธนาคารออมสินของ ลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนคริน ทนวิโรฒ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- หนึ่งฤทัย ไชยลา. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสลากดิจิทัล ผ่านแอปพลิเคชัน (MyMo) ของลูกค้าธนาคารออมสิน. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุจิตรา คำกัมพล. (2564). ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรต่อการ ตัดสินใจซื้อสลากออมทรัพย์ ในจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นวันที่ 14 ธันวาคม 2567. จาก <http://cmuir.cmu.ac.th/jspui/handle/6653943832/77816>