

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันจึงได้มีการปรับตัวอย่างสูงเพื่อรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องในการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไปสาขาของธนาคารหรือไปที่ตู้เอทีเอ็มเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ซึ่งเรียกว่า ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Banking) ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Banking) หมายถึง การประกอบธุรกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเรียกว่า อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และผ่านอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ ซึ่งเรียกว่า โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ซึ่งมีลักษณะการให้บริการ เช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน หรือการสอบถามยอดเงิน เป็นต้น โดยในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ยังสามารถพัฒนาลักษณะบริการที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความรวดเร็ว และสะดวกสบายในการทำธุรกรรมมากขึ้นและประหยัดทรัพยากร (Wikipedia, 2557) โดยช่องทางที่มีความสำคัญและกำลังเป็นที่เติบโตในการทำธุรกรรมทางการเงินภายใต้รูปแบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Banking) คือ 2 ช่องทางดังต่อไปนี้ 1. อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) คือ การให้บริการลูกค้าธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางเครื่องคอมพิวเตอร์โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางมาทำธุรกรรมที่สาขาของธนาคาร เช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน หรือการสอบถาม แจ้งยอดทางการเงิน 2. โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) คือ การทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารที่เปิดให้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ต้องมีฟังก์ชันรองรับในการใช้งาน โดยจะต้องดำเนินการโหลดโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ของธนาคารติดตั้งลงบนมือถือเพื่อสามารถเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปสู่บริการโมบายแบงก์กิ้งที่ธนาคารเปิดให้บริการ โดยเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่

ได้แก่ระบบ GPRS, EDGE, 3G และ 4G หรือผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (Wireless LAN) เป็นต้น ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งได้ส่งเสริมให้ลูกค้าเริ่มเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำธุรกรรมทางการเงินมาใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และ โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) มากขึ้น โดยมีการทำโปรโมชั่นทางการตลาด เพื่อกระตุ้นและให้ลูกค้าพึงพอใจและเริ่มเปลี่ยนมาใช้บริการผ่านสองช่องทางดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์ในการลดจำนวนของสาขาของธนาคารลงให้เหลือสาขาน้อยที่สุดเพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณและทรัพยากรบุคคลที่ต้องประจำที่สาขา

ความสำเร็จของช่องทาง โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ที่เติบโตในปัจจุบันมีผลมาจากการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้เกิด โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) กล่าวคือ เป็น โปรแกรมแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบเพื่อให้สามารถใช้งานได้บนสมาร์ตโฟนที่ช่วยรองรับการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีความง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบัน ได้มีธนาคารพาณิชย์ได้แข่งขันและพัฒนาโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันและใช้ชื่อบริการที่ต่างกัันดังนี้

- ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) “เค โมบายแบงก์กิ้งพลัส”
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) “บัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง”
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) “เคทีบี เน็ตแบงก์ @ โมบาย”
- ธนาคารกรุงศรี จำกัด (มหาชน) “กรุงศรี”
- ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน) “เคอโอโต้”
- ธนาคารซีทีแบงก์ จำกัด (มหาชน) “ซีทีโมบายล์”
- ธนาคารซีไอเอ็มบี จำกัด (มหาชน) “ซีไอเอ็มบีคลิก”
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) “ทีเอ็มบี ทัช”
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) “เอสซีบี อีซี”
- ธนาคารธนาชาต จำกัด (มหาชน) “ธนาชาตคอนเน็ค”
- ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) “ยูโอบี โมบายไทยแลนด์”
- ธนาคารแลนด์สแตนด์ชาร์เตอร์ จำกัด (มหาชน) “ไทยกูดไลฟ์-ไทยแลนด์”
- ธนาคารออมสิน จำกัด (มหาชน) “มายโม”

สรุปได้ว่ามีธนาคารพาณิชย์จำนวน 13 แห่ง ได้ให้บริการในรูปแบบ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) และมีธนาคารพาณิชย์เพียงสองแห่งที่ไม่มีการให้บริการในรูปแบบ โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (Mobile Banking Application) คือ ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าท์ จำกัด (มหาชน) และธนาคารไอซีบี จำกัด (มหาชน)

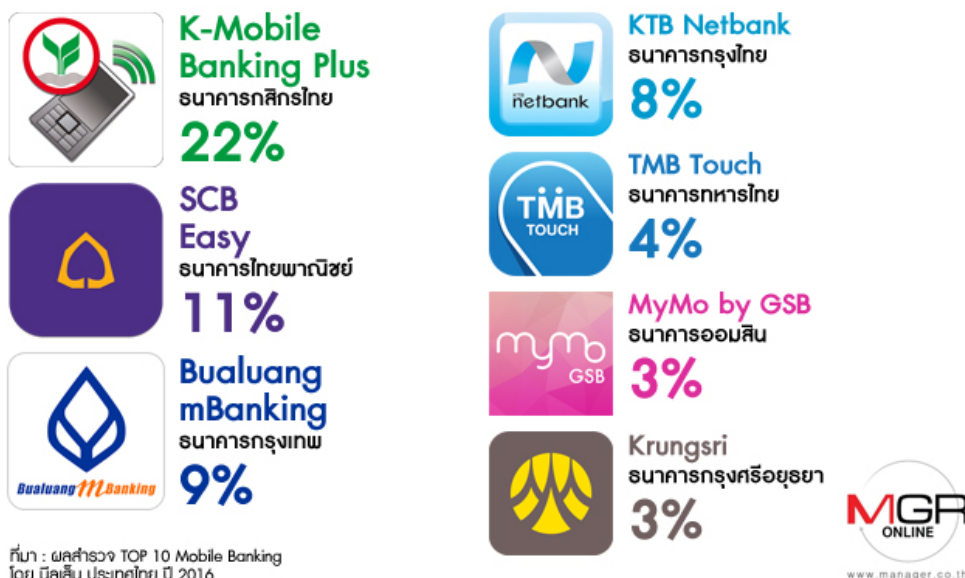
ธนาคารออมสิน เป็นธนาคารของรัฐที่มีศักยภาพในการให้บริการเช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไปซึ่งมีการให้บริการทางการเงินหลากหลายประเภททั้งการรับฝากเงิน การปล่อยสินเชื่อต่างๆ การลงทุน เป็นต้น และหนึ่งในการให้บริการที่สำคัญในปัจจุบันของธนาคารออมสิน คือ การให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ โดยธนาคารออมสินได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันชื่อ “มายโม” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่ให้บริการธุรกรรมด้านการเงินแก่ลูกค้าของธนาคารในการโอนเงิน การชำระเงินค่าสินค้าและบริการต่างๆ ฯลฯ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีการใช้งานสมาร์ตโฟนเป็นจำนวนมาก เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการใช้บริการของธนาคารมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลาเมื่อมีต้องการ แต่การที่แอปพลิเคชันมายโมนั้นจะได้รับการยอมรับในการใช้งานของลูกค้าย่อมต้องมีปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคไป อีกทั้งการแข่งขันในการให้บริการด้านการเงินในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และการเปลี่ยนแปลงซึ่งพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าเองก็มีความหลากหลายและมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งการพัฒนาด้านการให้บริการผ่านแอปพลิเคชันจึงเป็นทางเลือกที่เป็นทั้งการลดต้นทุนในการให้บริการของธนาคารและยังเป็นการเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น

สำหรับความสำคัญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยและการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงที่มีความก้าวหน้าในการรับส่งข้อมูลต่างๆ ในปัจจุบันทำให้การพัฒนาด้านระบบการชำระเงินของธนาคารต่างๆ ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเทคโนโลยีเหล่านี้ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ บนมือถือได้ตลอดเวลา ซึ่งทำให้ปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือของธนาคารต่างๆ ได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ซึ่งการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกรรมของธนาคารผ่านสมาร์ตโฟนทำให้ธนาคารสามารถลดต้นทุนในการให้บริการ และลดการเปิดสาขาซึ่งใช้ต้นทุนในการดำเนินการที่สูง รวมทั้งยังต้องจัดหาบุคลากรเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นต้นทุนที่ธนาคารพยายามลดต้นทุนด้านนี้ลง ส่งผลให้มีการผลักดันและส่งเสริมการให้บริการแก่ลูกค้าให้หันมาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ โดยเฉพาะผ่านโทรศัพท์สมาร์ตโฟนที่ทันสมัยที่สามารถรองรับการใช้งานด้านนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยขั้นสูงอีกด้วย

สำหรับการให้บริการธุรกรรมด้านการเงินผ่านแอปพลิเคชันในปัจจุบัน พบว่า จากผลสำรวจของนิลเส็น (ประเทศไทย) ได้รายงานไว้ว่า สำหรับโมบายล์แบงก์กึ่งที่ผู้ใช้สมาร์ตโฟนใช้บริการมากที่สุด พบว่า ส่วนใหญ่จะใช้แอปพลิเคชันของธนาคารสำหรับเช็กยอด โอนเงิน จ่ายเงิน โดยธนาคารกสิกรไทย มีผู้ใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 22 รองลงมาคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ ร้อยละ 11, ธนาคาร

กรุงเทพ ร้อยละ 8 ตามมาด้วยธนาคารกรุงไทย ทหารไทย ออมสิน และกรุงศรีอยุธยา ตามลำดับ ดังรูปที่ 1.1

คนไทยใช้แอปพลิเคชันธนาคารไหนมากที่สุด



รูปที่ 1.1 ผลสำรวจ TOP 10 Mobile Banking ของไทย ปี 2016

สอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟนของคนไทยในช่วงไตรมาส 2/2559 พบว่า คนไทยใช้สมาร์ตโฟนเฉลี่ย 234 นาที หรือ เกือบ 4 ชั่วโมงต่อวัน และพบว่า การชำระเงินผ่านมือถือเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 100% แสดงให้เห็นว่า ในยุคที่สมาร์ตโฟนมีราคาถูกลง คนไทยใช้สมาร์ตโฟนทำธุรกรรมมากขึ้น นอกจากแอปพลิเคชันสนทนาอย่างไลน์ สื่อสังคมออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก ความบันเทิงอย่าง ยูทูบ และรูปภาพอย่าง อินสตาแกรม

สำหรับปัจจัยที่ทำให้แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือแต่ละแห่งเติบโตนั้นต่างกัน แต่โดยหลักแล้วมาจากฐานลูกค้าอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งที่มีอยู่เดิม และลูกค้าคุ้นเคยการใช้อินเทอร์เน็ตแบงกิ้งอยู่แล้วหันมาใช้งานผ่านมือถือมากขึ้นหรือจะเป็นชื่อเสียงของธนาคาร กลุ่มลูกค้า เช่น ลูกค้าบัญชีเงินเดือน (Payroll) ลูกค้าที่เป็นกลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มอาชีพค้าขาย หรือ ธนาคารกรุงไทย ที่มีลูกค้าเป็นข้าราชการและตำรวจ และธนาคารทหารไทยที่มีลูกค้าเป็นข้าราชการทหาร เป็นต้น แน่แน่นอนว่าเมื่อเป็นลูกค้าธนาคารไหน ก็ย่อมเลือกดาวน์โหลดและเลือกใช้บริการธนาคารนั้น และยังมีกระแส

เทคโนโลยีทางการเงิน (ฟินเทค) ที่กำลังจะเกิดขึ้นในปัจจุบันทำให้ปฏิเสธไม่ได้ว่าระบบกระเป๋าเงิน (Wallet) จะถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในอนาคต แต่เมื่อโมบายล์แบงก์ก็ถึงธนาคารเป็นฝ่ายผู้มาก่อนกาล อีกทั้งข้อได้เปรียบของบัญชีเงินฝากที่ยังมีดอกเบี้ย มีฐานลูกค้าในมือ และระบบพร้อมเพย์ เป็นจุดแข็งสำคัญเมื่อเทียบกับระบบกระเป๋าเงินยังคงต้องพึ่งพากระบวนการในการเติมเงิน ถึงกระนั้นด้วยเทคโนโลยีที่ไม่ต้องใช้คน ธนาคารต้องปรับตัวด้วยการยุบสาขา ลดจำนวนพนักงาน หันมาใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ (ADM Recycle) เพื่อหมุนเวียนเงินในระบบแทน ทำให้ธนาคารบนมือถือผ่านแอปพลิเคชันยังเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับลูกค้าธนาคารต่อไป จนกว่าระบบการชำระเงินจะเปลี่ยนแปลงไป แต่สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ ความปลอดภัยในการใช้งานซึ่งต้องทำอะไรที่จะทำให้ผู้ใช้เกิดความมั่นใจ เพราะยังมีลูกค้าอีกจำนวนมาก ที่นิยมทำรายการผ่านเคาน์เตอร์สาขาของธนาคาร เพราะยังไม่มั่นใจในความปลอดภัย แม้เจ้าหน้าที่สาขาจะแนะนำให้ลูกค้าใช้แอปพลิเคชันก็ตาม ถือเป็นสิ่งที่ธนาคารแต่ละแห่งต้องสร้างความเชื่อมั่น สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน และหน่วยงานที่กำกับดูแลอย่างธนาคารแห่งประเทศไทย จะต้องดูแลกฎเกณฑ์การบริการให้เกิดความเป็นธรรมมากขึ้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2559)

สำหรับจำนวนผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน มายโม ของธนาคารออมสินจากข้อมูลข้างต้นพบว่ายังมีผู้ใช้งานเพียงร้อยละ 3 ของผลสำรวจผู้ใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านมือถือ ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ยังคงน้อยมากเมื่อเทียบกับการผู้ใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารอื่นๆ จึงยังมีโอกาสอีกมากในการเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการให้มากขึ้น เพื่อให้การใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันมายโมบนมือถือมีการใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพ และเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงานให้แก่ธนาคาร ธนาคารออมสินจึงต้องศึกษาความต้องการของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน เพื่อสามารถที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการสร้างการรับรู้และการใช้งานให้แก่ลูกค้าของธนาคาร ดังนั้น การศึกษาถึง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร” นั้นจะช่วยให้ธนาคารเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้การพัฒนาการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสิน ตรงต่อความต้องการมากยิ่งขึ้น

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

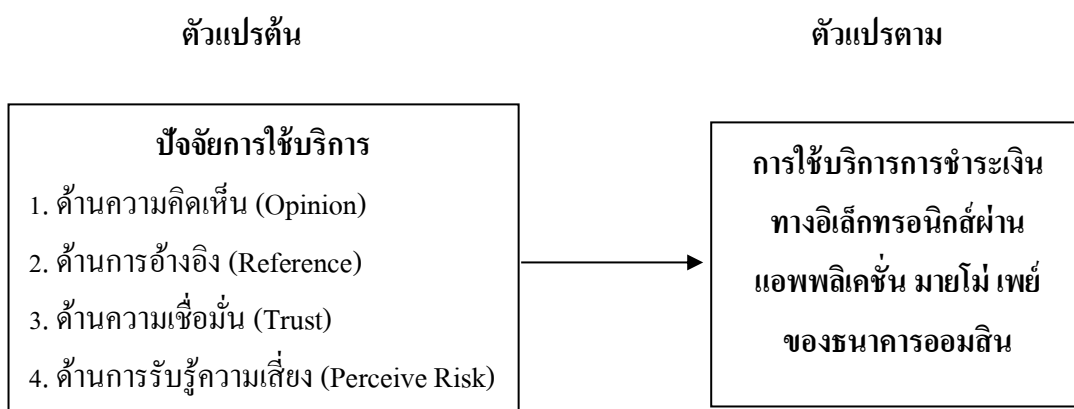
1.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

1.4 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร” มีกรอบแนวคิดในการทำวิจัย ได้มีกำหนดตัวแปรต้น และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ



1.5 สมมติฐานการวิจัย

H_0 : ปัจจัยการใช้บริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

H_1 : ปัจจัยการใช้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

1.6 ขอบเขตในการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสิน ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษามุ่งเน้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสิน ในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัย คือ เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และสรุปผลการศึกษาระหว่างเดือน ตุลาคม ถึง ธันวาคม 2560

1.7 ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรต้น (Independent Variable) ปัจจัยการใช้บริการ

- 1.1 ด้านความคิดเห็น
- 1.2 ด้านการอ้างอิง
- 1.3 ด้านความเชื่อมั่น
- 1.4 ด้านการรับรู้ความเสี่ยง

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

1.8 นิยามคำศัพท์

ผู้วิจัยได้นำตัวแปรมากำหนดคำนิยามคำศัพท์เพื่อนำไปสร้างเครื่องมือวิจัยให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ดังต่อไปนี้

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

เพศ หมายถึง เพศของผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

อายุ หมายถึง ช่วงอายุของผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

สถานภาพสมรส หมายถึง สถานภาพทางการสมรสของผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยเกี่ยวกับการใช้บริการ หมายถึง ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสิน

ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายได้ต่างๆ เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยการใช้บริการ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

ความคิดเห็น หมายถึง ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

การอ้างอิง หมายถึง กลุ่มหรือบุคคลที่ผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร ใช้ในการอ้างอิงพฤติกรรม ข้อมูลและอิทธิพลในการตัดสินใจใช้บริการ

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความเชื่อมั่นในการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึง การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

การยอมรับการให้บริการ หมายถึง รูปแบบของการยอมรับการให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

แอปพลิเคชัน MyMo หมายถึง แอปพลิเคชันสำหรับทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนของธนาคารออมสิน

MyMo Pay หมายถึง ฟังก์ชันการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์บนแอปพลิเคชัน MyMo

การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง กระบวนการส่งมอบหรือโอนสื่อการชำระเงินเพื่อชำระราคาทางอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบการชำระเงิน หมายถึง สมการเส้นตรงที่แสดงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

1.9 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1.9.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินในเขตพญาไท กรุงเทพมหานคร

1.9.2 ผลการวิจัยจะสามารถใช้เป็นแนวทางให้กับธนาคารออมสิน ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้ลูกค้ายอมรับการใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสิน

1.9.3 สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนา และปรับปรุงบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสิน ให้สอดคล้องกับรูปแบบการยอมรับการใช้บริการของผู้บริโภค

1.9.4 ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านแอปพลิเคชัน มายโม้ เพย์ ของธนาคารออมสินหรือผู้ที่ต้องการจะศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป