

# การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม

## Baby Boomer Generation (Gen B) และ Generation X (Gen X )

### Research of Attitude and Behavior for The Usability of Mobile Banking by

### Baby Boomer Generation (Gen B) and Generation X (Gen X)

เทวารินทร์ กนกวลีวงศ์

e-mail : thevarin.top@gmail.com

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต Executive MBA One-Day Program

ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2562 มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Baby Boomer Generation (Gen B) ช่วงอายุ 53-71 ปี และ Generation X (Gen X ) ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 41-52 ปี โดยใช้แบบสอบถาม 400 ชุด นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์หาค่าความถี่(Frequency) และค่าร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปรต่างๆ โดยใช้ T-Test กับ ANOVA แล้วเขียนรายงานวิจัยเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยมีดังนี้ ทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของกลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งรุ่น Gen B และ Gen-X พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งมีความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (S.D. = 1.277) รองลงมาคือ การทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโมบายแบงก์กิ้ง ช่วย

ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียม / ค่าเดินทางในการไปทำธุรกรรมที่สาขา เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D. = 1.229) และในส่วนสุดท้ายของแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของกลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งรุ่น Gen B และ Gen-X พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการใช้โมบายแบงก์กิ้งในการตรวจสอบยอดเงินในบัญชีและรายการเคลื่อนไหวในบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 (S.D. = 1.368) รองลงมาคือการใช้โมบายแบงก์กิ้งในการโอนเงินไปบัญชีธนาคารเดียวกันและต่างธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 (S.D. = 1.219)

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนกลุ่มตัวอย่างการวิจัย พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และกลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลส่วนบุคคลต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งแตกต่างกัน พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งต่างกัน

**คำสำคัญ:** โมบายแบงก์กิ้ง , ทัศนคติ, พฤติกรรม

## ABSTRACT

The purpose of this research is to research of attitude and behavior for the usability of mobile banking by Baby Boomer Generation (Gen B) which aged 53-71 years old and Generation X (Gen X) which aged between 41-52 years old by using 400 sets of questionnaires to analyze the data by using SPSS by using descriptive statistics. Analyze for frequency and percentage, mean and standard deviation, presented in the form of a description table And inferential statistics to test the relationship between independent variables and dependent variable based on various assumptions by consideration the suitability of the measurement of various variables by using T-Test with ANOVA and writing a descriptive research report.

The research results are as follows The attitude towards mobile banking of Gen B and Gen-X mobile banking users found that the highest mean is the usage of mobile banking services is convenient, fast, with an average of 3.94 (S.D. = 1.277), followed by financial transactions via mobile banking which can help reduce expenses such as fees / travel expenses for transactions at branches etc. with an average of 3.85 (SD = 1.229) and the last part of the questionnaire about the group's mobile banking behavior mobile banking users of Gen B and Gen-X models find that the highest mean is that you use mobile banking to check your account balance and account activity. With an average of 3.41 (S.D. = 1.368), followed by you using mobile banking to transfer money to the same

bank account and other banks with an average of 3.35 (S.D. = 1.219).

The results of the hypothesis testing compare the differences in mobile banking usage behavior classified by demographic data of the sample. The research found that the difference in gender, age, education level, occupation and personal income have affect on behavior for the usability of mobile banking which have statistical significance and sample groups which have different in personal information have different attitudes towards using mobile banking have found that the difference in age, occupation, personal income have affect on different attitudes towards using mobile banking.

**Keywords:** Mobile banking , Attitude, behavior

## บทนำ

สังคมไทยในยุคดิจิทัลปัจจุบันนี้ อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของเรามากขึ้น จึงทำให้เกิดแอปพลิเคชันต่าง ๆ มากมายขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่เราเกิดขึ้น และหนึ่งในนั้นคือแอปพลิเคชันของสถาบันการเงิน นั่นคือ โบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ซึ่งเป็นตัวช่วยสำคัญในยุคดิจิทัล ที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินที่เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งการชำระเงินผ่านบริการโบายแบงก์กิ้งนั้นมีความสำคัญอย่างมากโดยเราสามารถสังเกตได้จากผลการสำรวจธุรกรรมชำระเงินผ่านบริการโบายแบงก์กิ้ง ด้วยเหตุนี้ในปัจจุบันทั้ง Gen B และ Gen X จึงมีพฤติกรรมปรับตัวและการพยายามเข้าหาเทคโนโลยีที่ไม่เหมือนกัน ตามยุคสมัยปัจจุบันที่ดิจิทัลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันมากขึ้น และหนึ่งในเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันและขาดไปไม่ได้นั้นก็คือ โบายแบงก์กิ้ง นั่นเอง โดย Mobile Banking ภายใต้อาณัติของธนาคารพาณิชย์ เป็นตัวช่วยสำคัญแห่งยุคดิจิทัลที่เข้ามาอำนวยความสะดวกให้การทำธุรกรรมทางการเงิน เกิดขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา และนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงทางสังคม พฤติกรรมผู้บริโภค และเศรษฐกิจโลก จากเรื่องที่เราไปทั้งหมดจะเห็นได้ว่า Gen B และ Gen X มีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่การใช้โบายแบงก์กิ้งยังใช้กันไม่มาก และยังเข้าถึงคนกลุ่มนี้ไม่ค่อยได้เมื่อเทียบกับ Gen Y จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ทศนคติและพฤติกรรม การใช้โบายแบงก์กิ้ง ของทั้งสองเจนนี่คือ ผู้บริโภคในกลุ่ม Baby Boomer Generation (Gen B) และ Generation X (Gen X) จะทำให้ได้เข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมของคนสองกลุ่มนี้ได้มากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen X ในเขตกรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen X ในเขตกรุงเทพฯ
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen X ในเขตกรุงเทพฯ
4. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของคนกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งของคนกลุ่มตัวอย่าง
3. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง
4. ทำให้ทราบถึงความแตกต่างของทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
5. สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการให้เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้มากขึ้น ที่มีอยู่จำนวนมากแต่ยังใช้โมบายแบงก์กิ้งไม่แพร่หลาย โดยการเติบโตของโมบายแบงก์กิ้งยังเข้าถึงคนกลุ่มตัวอย่างนี้ยังไม่ค่อยได้

### ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งที่จะศึกษาค้นคว้าถึงเรื่องทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้งของคนกลุ่มผู้สูงอายุรุ่น Gen B และ Gen X โดยแบ่งขอบเขตการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

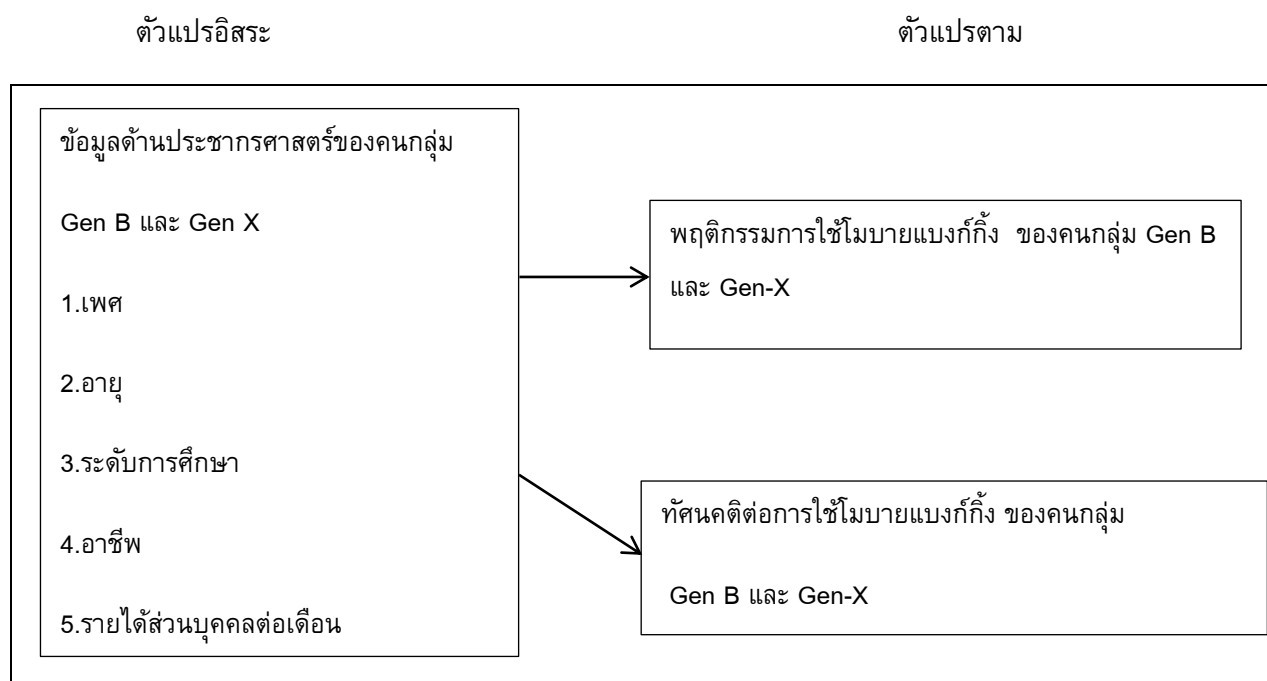
1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเพื่อทำการศึกษาค้นคว้าสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ คนกลุ่มผู้สูงอายุรุ่น Gen B ช่วงอายุ 53-71 ปี โดย และวัยผู้ใหญ่รุ่น Gen-X ที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 41-52 ปี
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen X โดยแบ่งได้ดังนี้คือ ทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen-X และ พฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen-X

3.ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen X ในเขตกรุงเทพฯ

4.ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือน กรกฎาคม พ.ศ.2562 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2562

### กรอบแนวคิด

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิด



### วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อมุ่งค้นหาข้อเท็จจริงจากการเก็บข้อมูลความคิดเห็นในเรื่องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen-X ที่ประกอบด้วย ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ทัศนคติและพฤติกรรมต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเป็น คือ กลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งของคนกลุ่ม Gen B และ Gen-X ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ศึกษาจากกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินกับสถาบันทางการเงินไม่ว่าจะผ่านระบบออนไลน์หรือผ่านเคาน์เตอร์และรับทราบถึงข้อมูลของโมบายแบงก์กิ้ง จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่า

ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่เหมาะสมของงานวิจัยนี้ตามสูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) คือ 399.931 ประมาณตัวเลขได้เท่ากับ 400 คนกลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B จำนวน 200 คน และ Gen-X จำนวน 200 คน รวมทั้งหมดเป็น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งภายในแบบสอบถามหนึ่งชุดจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ดังนี้ โดยส่วนที่ 1 เป็นส่วนของแบบสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งรุ่น Gen B และ Gen-X ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ และต่อมาส่วนที่ 2 เป็นในส่วนของแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของกลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งรุ่น Gen B และ Gen-X โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close - End Question) เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert โดยมีเกณฑ์การให้ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และในส่วนที่ 3 นี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของกลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งรุ่น Gen B และ Gen-X โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close - End Question) เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert โดยมีเกณฑ์การวัดพฤติกรรมมี 5 ระดับ คือ บ่อยมากที่สุด บ่อย บางครั้ง นานครั้ง น้อยที่สุดหรือไม่เคยเลย ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงแล้ว จำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบก่อนใช้จริง (Pre-Test) หลังจากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha Analysis Test) โดยในตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าที่คำนวณได้ของแต่ละตัวแปร ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า
1. พฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen-X	17	0.891
2. ทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen-X	8	0.977

การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลข้อมูล สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปรต่างๆ โดยใช้ T-Test กับ ANOVA

### สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen X ในเขต กรุงเทพฯ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสรุปได้ตามตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

ทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)	Mean	S.D.	ระดับความเห็น
1. การใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง มี ความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ	3.94	1.277	มาก
2. ท่านคิดว่า การใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง เหมาะสม กับรูปแบบการดำรงชีวิตของท่าน	3.79	1.247	มาก
3. ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง โดยไม่มีความกังวลหรืออึดอัดใจในการใช้	3.62	1.142	มาก
4. ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน โมบายแบงก์กิ้ง เสร็จได้อย่างรวดเร็ว	3.78	1.180	มาก
5. ท่านมีความรู้เรื่องการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโมบายแบงก์กิ้ง	3.61	.946	มาก
6. การใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของท่าน	3.77	1.229	มาก
7. ท่านคิดว่า การใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้ท่านไม่ต้องพกเงินสด ติดตัว และช่วยลดความเสี่ยงจากการพกเงินสดติดตัวในการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน	3.63	1.175	มาก
8. การทำธุรกรรมการเงินผ่านทางโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยลดค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น ค่าธรรมเนียม /ค่าเดินทางในการไปทำธุรกรรมที่สาขา เป็นต้น	3.85	1.229	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลพบว่าทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของกลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งรุ่น Gen B และ Gen-X ที่ทำการตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง มีความสะดวก รวดเร็ว ทันใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (S.D. = 1.277)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Gen B และ Gen X ในเขตกรุงเทพฯ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยสรุปได้ตามตาราง และคำอธิบายต่อไปนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

พฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking)	Mean	S.D.	ระดับความเห็น
1. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการโอนเงินไปบัญชีธนาคารเดียวกันและต่างธนาคาร	3.35	1.219	ปานกลาง
2. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการโอนเงินต่างประเทศ	1.33	.740	น้อยที่สุด
3. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการถอนเงินโดยไม่ใช้บัตร	1.99	1.189	น้อย
4. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการตรวจสอบยอดเงินในบัญชีและรายการเคลื่อนไหวในบัญชี	3.41	1.368	ปานกลาง
5. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการสแกนQR Code เพื่อชำระเงิน	2.54	1.250	ปานกลาง
6. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการสมัครพร้อมเพย์ เพื่อบริการรับ-โอนเงิน	2.53	1.384	ปานกลาง
7. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งเพื่อตรวจสอบอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	1.67	1.068	น้อย
8. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งซื้อสินค้าและขายสินค้าออนไลน์	2.72	1.253	ปานกลาง
9. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการชำระค่าสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าอินเทอร์เน็ต ฯลฯ	2.74	1.353	ปานกลาง
10. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการชำระค่าบัตรเครดิต	2.74	1.421	ปานกลาง
11. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการลงทุน เช่น กองทุนรวม ซื้อพันธบัตร เป็นต้น	1.95	1.231	น้อย
12. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการสมัครสินเชื่อและบัตรเครดิต	1.65	1.149	น้อย
13. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการบริจาคเงินตามโครงการต่าง ๆ	1.98	1.221	น้อย



และ มูลนิธิ ฯลฯ

14. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการซื้อประกันภัย	1.66	1.028	น้อย
15. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งเพื่อรับสิทธิพิเศษต่างๆ	1.96	1.232	น้อย
16. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการเติมเงินค่าทางด่วนอีซีพาส (Easy Pass) และเอ็มพาส (M-Pass)	2.15	1.311	น้อย
17. ท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการค้นหาที่ตั้งสาขาของธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม	1.58	.952	น้อย

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูลพบว่าพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของกลุ่มผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้งรุ่น Gen B และ Gen-X ที่ทำการตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือท่านใช้โมบายแบงก์กิ้งในการตรวจสอบยอดเงินในบัญชีและรายการเคลื่อนไหวในบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 (S.D. = 1.368)

### การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

จากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Baby Boomer Generation (Gen B) และ Generation X (Gen X) ในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.1 และ 2.1 ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ t-test และในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1.2 – 1.5 และ 2.2 - 2.5 ทดสอบด้วยค่าสถิติ ANOVA สามารถสรุปผลได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** เปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งจำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของคนกลุ่มตัวอย่างการวิจัย โดยสมมติฐานที่ 1.1 ถึง 1.5 พบว่า ผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 ดังนั้นผลการศึกษาจึงพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการใช้โมบายแบงก์กิ้งต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** กลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลส่วนบุคคลต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.1 , 2.3** พบว่าผลการทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผลการศึกษาจึงพบว่า เพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งไม่ต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2.2 , 2.4 , 2.5** พบว่าผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผลการศึกษาจึงพบว่า อายุ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้โมบายแบงก์กิ้งต่างกัน

ประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 อ้างถึงในงานวิจัยของ นางสาววรรณพร หวลมานพ, 2558) โดย เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ หรือรายได้ ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีทัศนคติ ความคิด การรับรู้ และพฤติกรรมที่ แตกต่างกันไป จึงทำให้การเปิดการรับรู้ในด้านของข้อมูลข่าวสารของแต่ละคนมีไม่เท่ากัน ซึ่งถือได้ว่า ข้อมูลการรับรู้ไม่ว่าจะในด้านของข้อมูลเชิงประโยชน์ ข้อมูลความง่ายในวิธีใช้ หรือแม้แต่ช่องทางการรับรู้ ข่าวสาร นั้นเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Baby Boomer Generation (Gen B) และ Generation X (Gen X) ทั้งสิ้น งานวิจัยครั้งนี้จึงจำเป็นต้องใช้ แนวคิดทาง ประชากรศาสตร์มาเป็นกรอบความคิดในการศึกษา เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของคนกลุ่ม Baby Boomer Generation (Gen B) และ Generation X (Gen X)

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) ซึ่งมีลักษณะเป็นการวิจัย เชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ ในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือกลุ่ม สัมภาษณ์ (Focus Groups) เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ในเชิงลึกเพื่อที่จะ ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการที่ แท้จริงของผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง มากยิ่งขึ้น
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นใช้โมบายแบงก์กิ้ง ในกรุงเทพฯ เท่านั้น ใน การศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตปริมณฑล และหัวเมืองใหญ่ในภาคต่างๆ เพื่อให้ได้ผล การศึกษาที่สามารถครอบคลุมตัวอย่างประชากรทั้งประเทศที่เป็นผู้ใช้โมบายแบงก์กิ้ง มากยิ่งขึ้น
3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะทัศนคติและพฤติกรรม การใช้โมบายแบงก์กิ้ง ดังนั้นในการศึกษาครั้ง ต่อไปควรจะศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ อิทธิพลของสังคมในการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง เช่นครอบครัว เพื่อน และ บุคคลอื่นในสังคมเป็นต้น และการศึกษาปัจจัยในด้านของความปลอดภัยในการใช้งานเพิ่มเติม ว่าจากการใช้ งาน ผู้ใช้งานจะเกิดความปลอดภัยในการใช้งานได้อย่างไร ซึ่งสาเหตุอาจจะมาจากความไม่มั่นใจในการใช้งาน ว่าจะเกิดความปลอดภัยทางการเงินหรือไม่ จึงทำให้คนไม่กล้าที่จะเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง เพื่อที่จะสามารถนำ ผลการศึกษา มาพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของโมบายแบงก์กิ้ง ให้สอดคล้องกับความต้องการในการใช้ งานในรูปแบบต่างๆ มากยิ่งขึ้นในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) Digital Advertising Association (Thailand) หรือ DAAT ร่วมกับเว็บไซต์ MarketingOops.com . DAAT เผยข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย ไตรมาส 1 ประจำปี 2559. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2562,จาก <https://www.marketingoops.com/reports/infographic-reports/thailand-online-overview-q1-2016/>

Mobile Banking รูปแบบใหม่ กับพีเจอาร์สำหรับผู้ประกอบการ e-Commerce. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562,จาก <https://www.eta.or.th/content/mobile-banking-features-for-e-commerce.html>

ธนาคารแห่งประเทศไทย . รายงานธุรกรรมการชำระเงิน ไตรมาส 2 ปี 2561. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2\\_2561.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2_2561.pdf)

ธนาคารแห่งประเทศไทย . รายงานธุรกรรมการชำระเงิน ไตรมาส 2 ปี 2561. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2\\_2561.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2_2561.pdf)

ธนาคารแห่งประเทศไทย . รายงานธุรกรรมการชำระเงิน ไตรมาส 2 ปี 2561. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2\\_2561.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2_2561.pdf)

ธนาคารแห่งประเทศไทย . รายงานธุรกรรมการชำระเงิน ไตรมาส 2 ปี 2561. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก [https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2\\_2561.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Documents/Q2_2561.pdf)

เว็บไซต์ greedisgoods.com . Baby Boomer คือใคร? และพฤติกรรมของ Baby Boomer . สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562,จาก <https://greedisgoods.com/about-greed-is-goods/>

เว็บไซต์ greedisgoods.com . Gen X คืออะไร? และพฤติกรรมของ Generation X. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562,จาก <https://greedisgoods.com/gen-x-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>

DDproperty (บริษัทผลิตสื่อในกรุงเทพมหานคร) . โอนเงินออนไลน์ มีข้อดี ข้อเสีย อย่างไร?. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562,จาก <https://www.ddproperty.com>

The Matter.การแบ่งคนเป็น Generations มาจากไหน ทำไมต้องนิยามจากช่วงอายุ . สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562,จาก <https://thematter.co/pulse/where-does-generation-come-from/26074>

SalineeChot .การแบ่ง Gen แต่ละยุคแต่ละสมัย . สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562,จาก <https://www.salineechot.com/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%9A%E0%B9%88%E0%B8%87-gen->

<http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/attititude.html>

TheSisAvenue.com. Attitude: ทศนคติ มีความหมายและองค์ประกอบเป็นอย่างไร . สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2562, จาก <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/attititude.html>

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค จาก Schiffman & Kannuk (1994 อ้างถึงในงานวิจัยของ นางสาววรรณพร หวลมานพ, 2558) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค จาก แลมบ์ แฮร์ และ แม็คดาเนียล Lamb, Hair and McDaniel (2004 อ้างถึงในงานวิจัยของ นางสาววรรณพร หวลมานพ, 2558)

พฤติกรรมผู้บริโภค จาก จิระศักดิ์ จันทโรทัย (2552 อ้างถึงในงานวิจัยของ นางสาววรรณพร หวลมานพ, 2558)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์ จาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 อ้างถึงในงานวิจัยของ นางสาววรรณพร หวลมานพ, 2558)