

ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการ  
ธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร

PERCEIVED RISK AND CONSUMERS INTENTION TO USE MOBILE BANKING  
APPLICATION

สุภาภรณ์ สุวรรณรัตน์<sup>1</sup>

<sup>1</sup>หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, E-mail: yingpop1992@hotmail.com

บทคัดย่อ

คุณภาพของระบบเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการของธนาคาร และความกังวลของผู้ใช้บริการในเรื่องของความเสถียรต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งสำคัญ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาในเรื่องของระดับการรับรู้ความเสี่ยง 6 ประเภท เพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมในการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการ และทัศนคติที่ดีในการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินของผู้ใช้บริการของธนาคาร วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่สามารถเปิดบัญชีธนาคารเป็นของตนเอง และสามารถติดตั้งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้ จำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการมากที่สุดให้ผู้บริการไม่เลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านจิตใจ ผู้บริการมีความกังวลการทำรายการผิดพลาดทำให้สูญเสียเงินได้มากที่สุด จากผลการวิเคราะห์ จะเห็นถึงความต้องการของผู้บริการต่อการเลือกใช้บริการ ดังนั้นธนาคารจึงควรลดระดับการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจลง โดยการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริการไว้วางใจในระบบแอปพลิเคชัน และคลายความกังวลลง เพื่อเป็นการเพิ่มฐานผู้บริการของธนาคารได้

คำสำคัญ: ธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ, แอปพลิเคชัน, ผู้ใช้บริการ

ABSTRACT

The purposes of this research was to analyze degree perceived risk and consumers' intention to use mobile banking application have this survey research to explore consumers. By using questionnaires, the data were collected from 200 respondents, aged 15 years old, use smartphone and have own bank accounts. Correlation coefficient and multiple regression were employed for data analysis. The results of this research are as follows.

This Perceptions of risk in 6 is finance efficiency security social psychological and time. There was no significant relationship between consumers' information exposure and perceived risk and perceived psychological risk was the most important factor of consumers' intention to use.

**Keywords:** Mobile Banking , Application, Customers

## 1. บทนำ

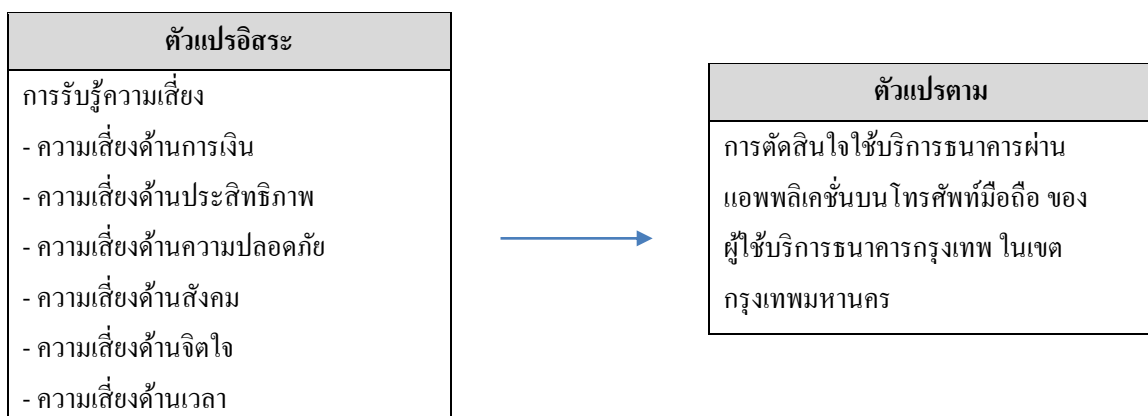
ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ธนาคารมีการปรับตัวเพื่อรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ทางการเงิน เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการทำธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคารเริ่มปรับรูปแบบ การให้บริการจากธนาคารที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน หรือ การสอบถามยอดเงิน เป็นต้น และยังสามารถพัฒนาลักษณะบริการที่หลากหลายเพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดทรัพยากร โดยมุ่งเน้นให้มีผู้ใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันมากยิ่งขึ้น หรือเรียกว่าช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ซึ่งมีอัตราการเติบโตสูงอย่างต่อเนื่อง นอกจากการพัฒนาฟังก์ชันต่างๆ ให้มีความเข้าใจง่ายแล้ว ระดับความกังวลต่อความเสี่ยงต่างๆของผู้ใช้บริการก็เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง จะเติบโตยิ่งขึ้นและมีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้นในอนาคตความสำเร็จของช่องทางโมบายแบงก์กิ้ง ที่เติบโตในปัจจุบันมีผลมาจาก การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อให้เกิดโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน แต่ยังมีผู้ใช้บริการบางกลุ่มที่ยังไม่เลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันอาจเป็นผลมาจากความกังวลในความเสี่ยงประเภทต่างๆทำให้ไม่เลือกใช้บริการ การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยงและความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อสามารถลดระดับการรับรู้ความเสี่ยงลงและเพิ่มโอกาสในการเพิ่มฐานผู้ใช้บริการธนาคารมากยิ่งขึ้น สำหรับทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 ทฤษฎี ดังนี้ 1.แนวคิดทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยง ความสามารถในการประเมินค่าความเสี่ยงที่ผู้ใช้บริการต้องเผชิญ ในการ ตัดสินใจใช้บริการ มีผลกระทบทำให้พฤติกรรมของลูกค้านั้นแตกต่างกันออกไป ความไม่แน่ใจในผลที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ เป็นปัจจัยภายในซึ่งเป็นสิ่งหน่วงการ ตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นสภาวะที่ผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกขึ้นมาหรือเชื่อว่ามีความเสี่ยง หากตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ หรือผู้บริโภครับรู้หรือรู้สึกว่าจะเกิดผลเสียหายหากตัดสินใจผิดพลาด เป็นเหตุให้ชะลอการตัดสินใจ เพื่อหาข้อมูลมากขึ้น ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการก็คือ ระดับของความเสี่ยง ในการใช้บริการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ ความเสี่ยงคือความไม่แน่นอนจากปัจจัยต่างๆที่อาจเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการ จะสามารถป้องกันความเสี่ยงโดยอาศัยประสบการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของ บริการนั้นๆมาทำการช่วยลดความเสี่ยงลง นอกจากนี้ผู้ใช้บริการอาจขาดความสามารถที่จะทำการตัดสินใจให้ถูกต้องเหมาะสม หรืออาจมีสถานการณ์ บีบบังคับให้ผู้ใช้บริการต้องตัดสินใจทันที ซึ่งสาเหตุเหล่านี้ทำให้ประสบกับความเสี่ยงในการใช้บริการ หากผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงต่างๆก็จะทำให้มีตัวเลือกในการเลือกใช้บริการของธนาคารเป็นจำนวนมากขึ้น ซึ่งการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความเสี่ยงของประเภทบริการเพื่อช่วยในการวางแผนการตลาดจะทำให้สามารถหากลยุทธ์การตลาด วิธีการจูงใจผู้ใช้บริการให้หันมาใช้บริการของธนาคารที่มีประสิทธิภาพได้ และ 2.แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ การกระทำของบุคคลนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลมีความเชื่อหรือไม่เชื่อในสิ่งนั้นๆ ดังนั้นในการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำพฤติกรรมทางสังคมของบุคคลทุกเรื่อง จึงเป็นผลมาจากการมีความเชื่อและไม่เชื่อ โดยเฉพาะพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวกับการตัดสินใจนั้น ริเดอร์ (Reader) ได้เสนอความคิดและแนวทางการวินิจฉัยพฤติกรรมโดยการแสดงให้เห็นถึงความ เชื่อมโยงของปัจจัยต่างๆ จำนวน 15 ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเชื่อคือ โดยแบ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ แบ่งออกเป็นปัจจัยความเชื่อ 10 รูปแบบ และความไม่เชื่อ 5 รูปแบบที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ และ

กระทำพฤติกรรมทางสังคม รีเคอร์(Reader) ได้แบ่งปัจจัยออกเป็นประเภทต่างๆ ถึง 3 ประเภท ปัจจัยดึง (Pull factors) ปัจจัยผลัก (Push factors) และปัจจัยความสามารถ (Able factors) ดังนั้นคุณภาพการให้บริการของธนาคาร และความกังวลของผู้ใช้บริการในเรื่องของความเสี่ยงต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งสำคัญในการศึกษาปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาในเรื่องของระดับการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งประกอบด้วย 6 ประเภท เพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมในการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการ และทัศนคติที่ดีในการรับรู้ความเสี่ยงทางการเงินของผู้ใช้บริการของธนาคาร โดยมีกรอบงานวิจัย ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากแนวคิดทฤษฎีจะเห็นได้ว่าการรับรู้ความเสี่ยงนั้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ โดยพิจารณาจากความเสี่ยงทั้ง 6 ด้าน ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้บริการ และผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยง ทั้ง 6 ด้านอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงเรื่องจิตใจและเวลา ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในเรื่องนี้มากที่สุดและมีผลต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันเป็นอย่างยิ่ง ในส่วนของความเสี่ยงด้านอื่น ๆ ยังมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันในเรื่องต่างๆเพียงส่วนน้อย

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของระดับการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิด



### 3. การดำเนินการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรคนไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีอายุ 15 ปีขึ้นไป สามารถเปิดบัญชีธนาคารเป็นของตนเองและมีโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถติดตั้งแอปพลิเคชันของธนาคารและเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ พื้นที่กรุงเทพมหานครมีประชากรรวม 50 เขต จำนวนทั้งสิ้น 5,682,415 คน เป็นเพศชาย 2,682,962 คน เพศหญิง 2,999,453 คน (ระบบสถิติทางทะเบียน, 2560) โดยงานวิจัยครั้งนี้คัดเลือกกลุ่มขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมจากการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง โดยอ้างอิงจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan, 1970 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 384 คน แต่เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาในการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจำนวน 200 คน โดยได้ผ่านเงื่อนไขทางสถิติ Regression ตามสูตร \*5 โดยที่จำนวนกลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 5 เท่าของจำนวนคำถามที่จะใช้ในการถามเกี่ยวกับตัวแปรต้นทั้งหมด จึงสามารถนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้ (Hair, Black, Babin and Anderson. 2008)

**Table 1** ตารางจำแนกเงื่อนไขทางสถิติ Regression

เงื่อนไข	ค่าตามเงื่อนไข
จำนวนคำถามเกี่ยวกับตัวแปรต้น	18 ข้อ
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	> 50
จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์	18 X 5 = 90 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้ออกแบบจากการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ทั้งหมดจำนวน 4 ข้อ ใช้การวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และใช้การวัดตัวแปรแบบมาตราเรียงอันดับ (Ordinal Scale) ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วยความเสี่ยงทั้ง 6 ด้านดังนี้ 1. ความเสี่ยงด้านการเงิน 2. ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ 3. ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย 4. ความเสี่ยงด้านสังคม 5. ความเสี่ยงด้านจิตใจ 6. ความเสี่ยงด้านเวลา โดยทุกข้อใช้การวัดตัวแปรแบบมาตราอันดับ (Interval Scale) โดยใช้ Likert Scale ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรต้น โดยทุกข้อใช้การวัดตัวแปรแบบมาตราอันดับ (Interval Scale) โดยใช้ Likert Scale

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ใช้การเลือกตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ในการเลือกเขตพื้นที่ จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Random Sample) และได้ทำการจับฉลากเลือกเขตพื้นที่ในแต่ละกลุ่มย่อยตามโซนดังนี้ 1. กรุงเทพมหานคร คือ เขตดินแดง 2. กรุงเทพฯใต้ คือ บางรัก 3. กรุงเทพฯเหนือ คือ ลาดพร้าว 4. กรุงเทพฯตะวันออก คือ ลาดกระบัง 5. กรุงเทพฯเหนือ คือ เขตคลองสาน 6. กรุงเทพฯใต้ คือ เขตราชบุรีบูรณะ

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ใช้ 2 ประเภท คือ 1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาใช้สถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) 2.การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลหรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรต้น การรับรู้ความเสี่ยง

กับตัวแปรตามคือ ความตั้งใจใช้บริการ แสดงข้อมูลเชิงปริมาณ (CONT) ที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน โดยใช้เครื่องมือสถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression)

#### 4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

##### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

**Table 2** ตารางสรุปข้อมูลเชิงพรรณนา ของกลุ่มตัวอย่างของปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มตัวอย่าง
เพศ	หญิง 136 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ชาย 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32
อายุ	อายุ 15 - 30 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5
ระดับการศึกษาสูงสุด	การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65
รายได้ต่อเดือน	รายได้ 10,001-50,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5

##### 2. การรับรู้ความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค 6 ด้าน สามารถสรุปผลการวิจัยทั้ง 6 ด้าน ได้ดังนี้

การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน กลุ่มตัวอย่างมีการให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถืออาจเกิดความคิดพลาดในการป้อนข้อมูลเข้าสู่ระบบ เช่น เลขที่บัญชีหรือจำนวนเงิน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสูญเสียด้านการเงินมากที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38

การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างมีการให้ความสำคัญกับการถูกโจรกรรมข้อมูล โดย แฮ็กเกอร์ เพื่อขโมยข้อมูลการทำธุรกรรมทางการเงินมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.40

การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการส่งต่อข้อมูลสำคัญ เช่น หมายเลขบัญชี รหัสผ่าน ในการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.43

การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม กลุ่มตัวอย่างมีการให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลธุรกรรมทางการเงินของตนไปใช้หลอกลวงผู้อื่น เช่น บันทึกรายการ โอนที่ถูกแก้ไข จะส่งผลให้ฉันทันเสื่อมเสียชื่อเสียงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.79

การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจ กลุ่มตัวอย่างมีการให้ความสำคัญกับฉันทกถาวรทำรายการผิดพลาดทำให้หนี้สูญเสียดังกล่าวมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.54

การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา กลุ่มตัวอย่างมีการให้ความสำคัญกับเมื่อฉันทกถาวรทำรายการผิดพลาดนั้นต้องใช้เวลาในการแก้ไขปัญหา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.61

**Table 3** สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้บริการธนาคารที่มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือด้วยสถิติ Linear Correlation Coefficient

คำถาม	การตั้งใจใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับนัยสำคัญ	Correlation
Inds1	ความเสี่ยงด้านการเงิน	3.3050	1.28895	0.05	-0.151
Inds2	ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ	3.1417	1.20877	0.01	-0.231
Inds3	ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	3.3467	1.27854	0.01	-0.213
Inds4	ความเสี่ยงด้านสังคม	2.5950	1.24582	0.01	-0.374
Inds5	ความเสี่ยงด้านจิตใจ	2.3667	1.24228	0.01	-0.527
Inds6	ความเสี่ยงด้านเวลา	2.4200	1.26907	0.01	-0.479

สรุปความสัมพันธ์ Linear Correlation Coefficient จะพบว่า ความเสี่ยงด้านการเงินมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ, ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย, ความเสี่ยงด้านสังคม, ความเสี่ยงด้านจิตใจ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

**Table 4** ตารางค่าความแปรปรวน (ANOVA) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของความเสี่ยงต่อการใช้บริการ

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.45	6	13.242	14.960	.000 <sup>b</sup>
	Residual	170.844	193	.885		
	Total	250.297	199			

a. Dependent Variable: ความตั้งใจใช้บริการ

b. Predictors: (Constant), ด้านเวลา, ด้านความปลอดภัย, ด้านสังคม, ด้านการเงิน, ด้านจิตใจ, ด้านประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของการวิเคราะห์ ยืนยันว่าตัวแปรต้น ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1.ความเสี่ยงด้านการเงิน 2.ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพ 3.ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย 4.ความเสี่ยงด้านสังคม 5.ความเสี่ยงด้านจิตใจ 6.ความเสี่ยงด้านเวลา พบว่าด้านที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ด้านจิตใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้นจึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



**Table 5** ตาราง Model Summary สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.563 <sup>a</sup>	.317	.296	.94085	.317	14.960	6	193	.000

โดยใช้ Multiple Regression Analysis

a. Predictors: (Constant) ด้านเวลา, ด้านความปลอดภัย, ด้านสังคม, ด้านการเงิน, ด้านจิตใจ, ด้านประสิทธิภาพ

1. มีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ เท่ากับ 0.000
2. มีความสามารถในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (adjusted R2) เท่ากับ 0.296
3. มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ 0.94085
4. มีความสามารถในการพยากรณ์ตัวแปรตามที่ระดับ (R Square) 0.317 หรือร้อยละ 31.7

**Table 6** ตารางค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของความเสี่ยงต่อการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.123	.212		24.178	.000
	ด้านการเงิน	.138	.083	.158	1.652	.100
	ด้านประสิทธิภาพ	.026	.104	.028	.249	.804
	ด้านความปลอดภัย	-.123	.091	-.140	-1.348	.179
	ด้านสังคม	0.43	.081	.048	.528	.598
	ด้านจิตใจ	-.386	.091	-.428	-4.246	.000
	ด้านเวลา	-.203	.074	-.229	-2.726	.007
a. Dependent Variable : ความตั้งใจใช้บริการ						

สามารถทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1

H0 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

H1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินสูงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ผลการทดสอบ ปฏิเสธสมมติฐาน H1 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 2

H0 การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

H1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพสูงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ผลการทดสอบ ปฏิเสธสมมติฐาน H1 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านประสิทธิภาพไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 3

H0 การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

H1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยสูงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ผลการทดสอบ ปฏิเสธสมมติฐาน H1 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทิศทางตรงกันข้าม

สมมติฐานข้อที่ 4

H0 การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

H1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมสูงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ผลการทดสอบ ปฏิเสธสมมติฐาน H1 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานข้อที่ 5

H0 การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

H1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจสูงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

ผลการทดสอบ ปฏิเสธสมมติฐาน H0 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านการจิตใจมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทิศทางตรงกันข้าม

สมมติฐานข้อที่ 6

H0 การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาไม่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

H1 การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลาสูงมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ



ผลการทดสอบ ปฏิเสธสมมติฐาน H0 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเวลาีผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในทิศทางตรงกันข้าม

สรุปการวิเคราะห์การพยากรณ์การรับรู้ความเสี่ยงด้านต่างๆที่ใช้พยากรณ์ความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือสามารถอธิบายจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความเสี่ยงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ ความเสี่ยงด้านจิตใจ มีค่า Beta = -0.428 โดยมีค่า Sig. = 0.000 รองลงมาคือความเสี่ยงด้านเวลา มีค่า Beta = -0.229 โดยมีค่า Sig. = 0.007 มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าค่าความเสี่ยงด้านจิตใจและด้านเวลามีค่าน้อย จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมากยิ่งขึ้น ดังนั้นแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อจัดการธุรกรรมทางการเงินของเงินของเงิน เช่น การตรวจสอบยอดบัญชี การโอนเงิน มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.10 รองลงมาเห็นประโยชน์ในการใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาเงินมีแนวโน้มที่จะใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน มากกว่าการทำรายการที่เคาน์เตอร์สาขา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาเงินแนะนำคนรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก ให้ใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพราะความสะดวกและรวดเร็ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 และเงินไว้วางใจและเชื่อถือในการจะใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อจัดการธุรกรรมทางการเงินของเงินต่อไปน้อยที่สุดคิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80

## 5. การอภิปรายผล

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยทางสถิติ Linear Correlation Coefficient พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลลบหรือกระทบต่อความตั้งใจใช้บริการมากที่สุดที่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการไม่เลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือคือ ปัจจัยความเสี่ยงด้านจิตใจ มีค่า Pearson Correlation = -0.527 ในส่วนของความเสี่ยงด้านจิตใจ ผู้ใช้บริการมีความกังวลการทำรายการผิดพลาดทำให้สูญเสียเงินได้มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.54 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี ของ Lim ที่กล่าวไว้ว่าเป็นความรู้สึกว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต นี้อาจจะไม่เหมาะกับตัวเอง ด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น ไม่เหมาะสมกับวัย หรือแม้แต่ความเสี่ยงที่เป็นผลกระทบต่อ ความรู้สึก เช่น การมีประสบการณ์การใช้งานที่ไม่ตรงกับความคิดหวัง หรือการเกิดข้อผิดพลาด จะส่งผลกระทบต่อ ให้จิตใจถูกกระทบกระเทือน ทำให้เกิดความเครียด หรือความกังวลใจ ซึ่งถือเป็นความเสี่ยงด้านจิตใจ (Lim, 2003)

ปัจจัยรองลงมาคือ ความเสี่ยงด้านเวลา มีค่า Pearson Correlation = -0.479 ผู้ใช้บริการมีความกังวลในการทำรายการผิดพลาดทำให้ต้องใช้เวลาในการแก้ไขปัญหาโดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.61 ซึ่งอาจสรุปได้ว่า หากผู้ใช้บริการมีความกังวลในด้านจิตใจ ต่อการทำรายการด้วยตนเองผิด แล้วจะไม่ได้เงินคืนนั้น ธนาคารจึงควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริการคลายความกังวลโดยอาจมีกรอบระยะเวลา ในการทำให้ผู้บริการสบายใจมากขึ้น เช่น ธนาคารจะเร่งดำเนินการแก้ไขภายใน 24ชม. จะทำให้ผู้บริการลดความเสี่ยงในด้านจิตใจที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนราทิพย์ ณ ระนองศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคด้านจิตใจและเวลาที่มีความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ บริการธนาคารผ่านโมบายแบงก์กิ้ง พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการผ่าน โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือหากผู้บริโภคมีการรับรู้

ความเสี่ยงในระดับที่มากขึ้นก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันน้อยลงในทางตรงกันข้ามหากผู้บริโภคมีการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ ก็จะทำให้ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันมากขึ้น

## 6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมและสนับสนุน ให้ความรู้กับผู้ใช้บริการว่าหากใช้บริการแล้วเกิดพบปัญหาธนาคารจะแก้ปัญหาให้อย่างรวดเร็วดังนั้นจึงไม่ต้องกังวลว่าเงินจะสูญหาย และต้องการให้มีความมั่นใจ วางใจในการทำงานของแอปพลิเคชัน โดยจะประชาสัมพันธ์ทางสื่อ โฆษณา หรือทำเป็นเรื่องราวละครสั้นๆ ให้ผู้บริโภคมั่นใจในการใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน ที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน มีประสิทธิภาพ และสะดวกสบายรวดเร็วทันต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและคลายความกังวลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมากยิ่งขึ้น มีการปรับทัศนคติต่อผู้ที่จะเลือกใช้บริการให้มีความมั่นใจในความปลอดภัยในการเลือกใช้บริการ และมีแนวโน้มจะใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ในการจัดทำธุรกรรมเพื่อจัดการธุรกรรมทางการเงิน เช่น การตรวจสอบยอดบัญชี การโอนเงิน การชำระสินค้า กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูล มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีบัญชีธนาคารเป็นของตนเอง และใช้โทรศัพท์มือถือที่รองรับการทำงานของแอปพลิเคชันและสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ เป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งผลวิจัยสอดคล้องกับผลสำรวจการทำธุรกรรมการเงินบนมือถือของประเทศไทยในปี 2560 ซึ่งพบว่า กลุ่มผู้บริโภคมีการทำธุรกรรมการเงินบนมือถือเป็นผู้บริโภควัยทำงานถึงร้อยละ 33.5 และยังคงคาดการณ์ว่าการเติบโตของธุรกรรมการเงินบนมือถือจะมาจากกลุ่มผู้บริโภคที่มีบัญชีธนาคารแต่ไม่เคยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือร้อยละ 40 รวมถึงผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยที่พบว่าสัดส่วนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเคาน์เตอร์สาขา และช่องทางอื่นๆ เริ่มลดลงในขณะที่การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีอัตราการเติบโต

ทำให้รับรู้ถึงสาเหตุของความกังวลใจของผู้บริการที่ไม่เลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชัน และนำสาเหตุเหล่านั้นมาหาวิธีการแก้ไขในเรื่องของการให้ความรู้กับผู้ใช้บริการใหม่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของแอปพลิเคชันถึงความเสี่ยงในด้านต่างๆ ควรเน้นในเรื่องการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตใจ เพราะหากธนาคารสามารถลดระดับของการรับรู้ความเสี่ยงด้านนี้ลงได้ ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้บริการธนาคารผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือมากยิ่งขึ้น และนำข้อมูลที่ได้ศึกษาไปใช้พัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นการเพิ่มฐานผู้ใช้บริการของธนาคารมากยิ่งขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพันธ์ บัววรภรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรบุษ พุคคี่ศรีกิจ อาจารย์ ดร.จิตติภานท์ สัจจะบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่ได้ให้ความกรุณาแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้กำลังใจในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระ และผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณพจนาด เชื้อวชาญ และ คุณธนกร ผดุงกาญจน์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดเวลาที่ศึกษาอยู่ และพี่ๆ เพื่อนนักศึกษาปริญญาทุกท่าน ที่ได้ให้กำลังใจและความช่วยเหลือในการทำการศึกษาค้นคว้าอิสระตลอดมา

#### เอกสารอ้างอิง

- เกริดา โคตรชารี. 2555. ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยง. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. เกศววิฑู ทิพยศ. 2558. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- จิระศักดิ์ จันทร์โรทัย. 2552. พฤติกรรมผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ชนิดา พัฒนาคิตติวรกุล. 2553. E-word of mouth มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา E-marketplace ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนิตวส์ร์ณ์ ศรีวิทยาภูมิ. 2544. ระดับการรับรู้ความเสี่ยงกับกระบวนการตัดสินใจ. วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2559. รายงานจำนวนธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Pages/default.aspx>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2560. การวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ. นนทบุรี : เอส อาร์ พรินติ้ง.
- เมทินี จันทร์กระแจะ. 2560. คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อการใช้งานใช้บริการธนาคารผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัชรพล คงเจริญ. 2558. ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารค้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.