องค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการเทสโก้โลตัส จังหวัดนครปฐม

Components of Technology Acceptance Influencing the Behavior of Using the Service to Buy Products Via Mobile Phone Applications from Tesco Lotus Users in Nakhon Pathom Province

ฐิติมนต์ ธนกิติเอื้ออังกูร* และ สุพัตรา เชฐสิงห์

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: Dr.titimont@hotmail.com, popsupattra17@gmaill.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการเทสโก้โลตัส จังหวัดนครปฐม จากผลการวิจัยพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.70 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 32.90 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.40 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 67.10 ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน ร้อยละ 42.90 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 38.00 หากพิจารณาองค์ประกอบของความคาดหวังถึงประสิทธิภาพ พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัด คิดเป็น 3.85 องค์ประกอบของความคาดหวังในการใช้งานในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.77 องค์ประกอบอิทธิพลทางสังคมในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.92 องค์ประกอบด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.99 สำหรับพฤติกรรมความตั้งใจใช้ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมที่ 3.81

คำสำคัญ : การคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน พฤติกรรมความตั้งใจใช้

Abstract

The objective of this research is to know the components of accepting the use of technology that influences the use of electronic money. From users of Tesco Lotus, Nakhon Pathom Province. From the research results, it was found that the information about personal factors of the respondents, it was found that the majority of respondents were female, 50.70 percent, aged 26 - 35 years, 32.90 percent, bachelor degree education 44.40 percent, single status 67.10 percent, most were 42.90 percent and average income 10,000-20,000 baht per month 38.00 percent. If considering the components of Performance Expectancy found that in the overall picture, the mean of the indicators was 3.85. The composition of Effort Expectancy in the overall use is 3.77. The overall Social Influence factor has an average of 3.92. Elements of the Facilitating Conditions, the average value is 3.99. For the Behavior Intention with an overall average of 3.81

Keywords: Performance expectancy Effort expectancy Social Influence Facilitating Conditions Behavioral intention

*Corresponding auther, e-mail: Dr.titimont@hotmail.com

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน ปี พ.ศ. 2557-2560

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าตั้งแต่พ.ศ. 2557-2560 จำนวนการทำธุรกรรมในภาพรวมจำแนกตามระบบการชำระเงิน

ระบบการชำระเงิน	พ.ศ. 2557		พ.ศ. 2558		พ.ศ. 2559		พ.ศ. 2560	
	จำนวน (พันล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวน (พันล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวน (พันล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวน (พันล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
1. การชำระเงินด้วยเงินสด	3,053	-	3,380	9.67	3,463	2.40	3,623	4.42
2. การชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสด	386,382.69	-	418,708.61	7.72	488,049.46	14.21	531,751.87	8.22

พบว่าการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสดมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงกว่าการชำระเงินด้วยเงินสด โดยอัตราการเจริญเติบโตของการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสด ตั้งแต่พ.ศ. 2557-2560 อยู่ในอัตราร้อยละ 7.72, 14.21 และ 8.22 ตามลำดับ นอกจากนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) ระบุว่าการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีผลดีต่อทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ จึงทำให้ประชาชนใช้บริการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลทำให้การเติบโตของการใช้ธนบัตรช้าลง จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้เห็นได้ว่าผู้บริโภคชาวไทยได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการชำระค่าสินค้าและบริการ แทนการชำระเงินด้วยเงินสด เพิ่มมากขึ้น นั่นแสดงถึงผู้บริโภคชาวไทยเริ่มมีการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้วิจัยมีความความสนใจในการศึกษาองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการเทสโก้โลตัส จังหวัดนครปฐม

1. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

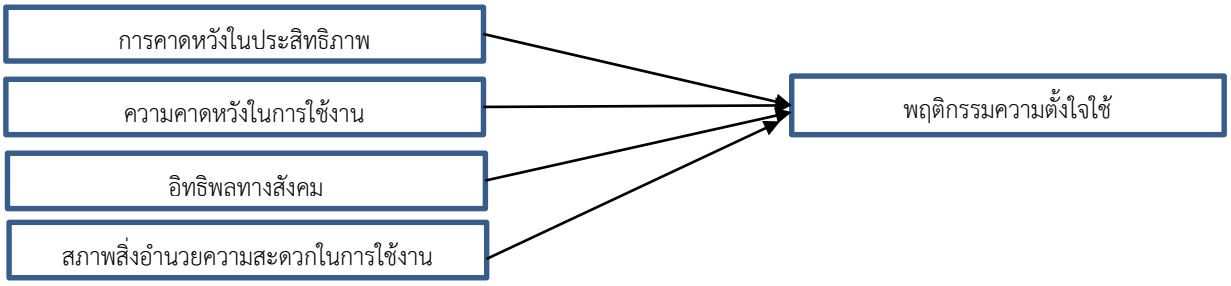
1.เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการเทสโก้โลตัส จังหวัดนครปฐม

2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือจากผู้ใช้เทสโก้โลตัส จังหวัดนครปฐม

2. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประกอบการวางแผนกลยุทธทางการตลาดของธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการของธุรกิจได้

3. กรอบแนวคิดงานวิจัย



4. วิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้บริโภค ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 903,629 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2560) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เคยใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ของ Tesco Lotus โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้วิจัยจึงเลือกขนาดตัวอย่างที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด และเพื่อให้เกิดความแม่นยำมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเก็บแบบสอบถามจำนวน 450 ตัวอย่าง อ้างอิงการคำนวณขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973)

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ข้อคำถาม สำหรับตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence--IOC) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประเมินพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมจำนวน 27 ข้อ

2. แบบสอบถาม (questionnaires) รูปแบบการวัดเป็น reflective โดยใช้มาตรวัดของ Likert scale 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงานในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้บริการเทสโก้โลตัส จังหวัดนครปฐม
เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ

1. การคาดหวังในประสิทธิภาพ
2. ความคาดหวังในการใช้งาน
3. อิทธิพลทางสังคม
4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
5. พฤติกรรมความตั้งใจใช้

โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะ คุณสมบัติของประชากร ประกอบด้วย

1) ค่าร้อยละ (percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

2) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

7. ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	222	49.30
1.2 หญิง	228	50.70
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	142	31.60
2.2 26-35 ปี	148	32.90
2.3 36-45 ปี	143	31.80
2.4 46 ปีขึ้นไป	17	3.80
3. ระดับการศึกษา		
3.1 มัธยมศึกษา	83	18.40
3.2 ปวช./ ปวส.	119	26.40
3.3 ปริญญาตรี	200	44.40
3.4 ปริญญาโท	35	7.80
3.5 ปริญญาเอก	13	2.90
4. สถานภาพสมรส		
4.1 โสด	302	67.10
4.2 สมรส / อยู่ด้วยกัน	148	32.90
3.3 หย่าร้าง / ม่าย/ แยกกันอยู่	15	3.80
5. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
5.1 พนักงานบริษัท	193	42.90
5.2 หัวหน้างาน	97	21.50
5.3 อื่น ๆ	160	35.60
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท	114	25.30
6.2 10,001-20,000 บาท	171	38.00
6.3 20,001-30,000 บาท	98	21.80
6.4 มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	67	14.90

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.70 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 32.90 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.40 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 67.10 ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน ร้อยละ 42.90 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 38.00

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ของเทสโก้โลตัส ในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยและตัวแปรมาตรวัด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	**3.85**	**0.72**	**มาก**
1. การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือมีความรวดเร็ว	4.01	0.72	มาก
2. การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือมีประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน	3.82	0.69	มาก
3. การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือมีประสิทธิภาพ	3.76	0.74	มาก
4. การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้ามากขึ้น	3.91	0.72	มาก
5. การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือมีความถูกต้องแม่นยำ	3.75	0.72	มาก
ปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน	**3.77**	**0.79**	**มาก**
1. การเรียนรู้การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือเป็นเรื่องง่าย	3.76	0.73	มาก
2. เข้าใจขั้นตอนการใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือเป็นอย่างดี	3.78	0.85	มาก
ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม	**3.92**	**0.80**	**มาก**
1. การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือเป็นที่นิยม	3.96	0.79	มาก
2. มีผู้ให้คำแนะนำให้ลองใช้การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือ	3.90	0.79	มาก
3. บุคคลรอบข้างแนะนำให้การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือ	3.90	0.81	มาก
ปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน	**3.99**	**0.76**	**มาก**
1. สามารถใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ทุกเวลา	4.08	0.75	มาก
2. ขั้นตอนการใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือนั้นไม่ยุ่งยาก	3.89	0.78	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ของเทสโก้โลตัส ในจังหวัดนครปฐม พบว่าปัจจัยด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.99 อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม ปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ และปัจจัยด้านความคาดหวังในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 3.92, 3.85 และ 3.77 ตามลำดับ โดยหากพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่า การที่สามารถใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือได้ทุกที่ทุกเวลา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.08 ระดับมาก รองลงมาได้แก่ การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือมีความรวดเร็ว และ การใช้บริการทำธุรกรรมผ่านแอบพลิเคชั่นในโทรศัพท์มือถือเป็นที่นิยม มีค่าเฉลี่ย 4.01 และ 3.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาองค์ประกอบพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ของเทสโก้โลตัส ในจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยและตัวแปรมาตรวัด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
พฤติกรรมความตั้งใจใช้	**3.81**	**0.79**	**มาก**
1. มีความตั้งใจใช้บริการอีกในอนาคต	3.86	0.74	มาก
2. หากมีโอกาส จะเลือกใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถืออย่างสม่ำเสมอ	3.71	0.78	มาก
3. ผู้ใช้ต้องการเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการใช้บริการ	3.87	0.79	มาก
4. มีการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น	3.96	0.78	มาก
5. มีการค้นคว้าหาข้อมูลบริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือก่อนใช้งาน	3.78	0.83	มาก
6. มีความรู้การใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือเป็นอย่างดี	3.67	0.85	มาก

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือของเทสโก้โลตัส ในจังหวัดนครปฐม พบว่ามีค่าเฉลี่ยโดยรวมที่ 3.81 อยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 3.96 รองลงมาได้แก่ผู้ใช้ต้องการเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการใช้บริการ และ มีความตั้งใจใช้บริการอีกในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.86 ตามลำดับ

8. สรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.70 มีอายุ 26 – 35 ปี ร้อยละ 32.90 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.40 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 67.10 ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน ร้อยละ 42.90 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 38.00

ผลการศึกษาองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ ของเทสโก้โลตัส ในจังหวัดนครปฐม หากพิจารณาองค์ประกอบของการยอมรับการใช้เทคโนโลยีเป็นรายด้าน องค์ประกอบความคาดหวังถึงประสิทธิภาพในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดคิดเป็น 3.85 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนัตติยา ภู่สละ (2559) ที่ศึกษาเรื่องความคาดหวังในการส่งมอบที่รวดเร็ว ประสบการณ์การใช้บริการ ความคาดหวังใน ประสิทธิภาพ ความกังวลต่อเทคโนโลยี การใช้งานจริง และความน่าเชื่อถือที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี

องค์ประกอบความคาดหวังถึงประสิทธิภาพมีความพึงพอใจในระดับมากในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.77 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วริษฐา อภัยนนท์ (2557) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของพนักงานธนาคาร A สำนักงานใหญ่ในพื้นที่ถนนสีลม พบว่าองค์ประกอบความคาดหวังถึงประสิทธิภาพมีความพึงพอใจในระดับมาก

องค์ประกอบอิทธิพลทางสังคมในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 3.92 อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ จิญาดา แก้วแทน. (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิสก์ ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน : กรณีศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมาก

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1.1 ผู้ประกอบการควรมีการแนะนำการใช้และรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้บริการซื้อสินค้าและบริการแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือเพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบถึงรูปแบบการใช้งานที่ถูกต้อง

1.2 ผู้ประกอบการควรมีการประชาสัมพันธ์ การให้บริการซื้อสินค้าและบริการผ่านแอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือในทุกช่องทาง เพื่อกระตุ้นความสนใจให้กับผู้ใช้แอบพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาสำหรับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงสินค้าและบริการให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ

10. บรรณานุกรม

Yamane, Taro. (1973). **Statistics: an introductory analysis.** 3rd ed. New York: Harper and Row Publications.

จิญาดา แก้วแทน. (2557) **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิสก์ ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน : กรณีศึกษา ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี.** ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี,2557

นัตติยา ภู่สละ (2559). **ความคาดหวังในการส่งมอบที่รวดเร็ว ประสบการณ์การใช้บริการ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความกังวลต่อเทคโนโลยี การใช้งานจริง และความน่าเชื่อถือที่มีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการเครื่องรับชำระเงินอัตโนมัติของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี.** มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

นัตติยา ภู่สละ และนิตนา ฐานิตธนกร. (2560). **ความคาดหวังในการส่งมอบที่รวดเร็ว ประสบการณ์ การใช้บริการ ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความกังวลต่อเทคโนโลยี.** การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ 2560 ครั้งที่ 4 การออกแบบนวัตกรรมเพื่อ การศึกษาและงานวิจัย 4.0. นนทบุรี: โรงแรมริชมอนด์ สไตลิส คอนเวนชั่น

วริษฐา อภัยนนท์. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของพนักงานธนาคาร A สำนักงานใหญ่ในพื้นที่ถนนสีลม** กรุงเทพมหานคร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.