

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำนวจความคิดเห็นของนักศึกษาในการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking งานการเงินนักศึกษา ส่วนการเงินและบัญชี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking งานการเงินนักศึกษา ส่วนการเงินและบัญชี ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประชากรที่ศึกษาเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 390 คน นำมากำหนดสัดส่วนของนักศึกษาจำแนกตามชั้นปีที่ตามสูตรคำนวณขนาดตัวอย่างตามสัดส่วน ศึกษารวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 390 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Multiple Regression

ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 223 คน (ร้อยละ 57.18) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 330 คน (ร้อยละ 84.62) เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 จำนวน 88 คน (ร้อยละ 22.56) มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 352 คน (ร้อยละ 90.25) เป็นนักศึกษาปกติ (ที่ไม่ใช่ นักศึกษาทุน) จำนวน 228 คน (ร้อยละ 58.46) มีการชำระเงินค่าลงทะเบียนด้วยวิธีการพิมพ์ใบแจ้งยอดชำระเงิน ติดต่อชำระที่เคาน์เตอร์ของธนาคาร และหรือ เซเว่น จำนวน 173 คน (ร้อยละ 35.97) ทราบข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิธีการชำระเงินจากสื่อออนไลน์ จำนวน 238 คน (ร้อยละ 35.21) คิดว่าการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking มีประโยชน์มากที่สุด คือ สามารถชำระเงินได้ทุกสถานที่ จำนวน 362 คน (ร้อยละ 36.31) เคยชำระเงินผ่านระบบ (Internet Banking) จำนวน 217 คน (ร้อยละ 55.64) ไม่เคยใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking เพราะขั้นตอน ยุ่งยาก ซับซ้อน จำนวน 167 คน (ร้อยละ 40.53) สถานที่ใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking มากที่สุด คือ ที่บ้าน จำนวน 272 คน (ร้อยละ 34.78) และช่วงเวลาใดที่นักศึกษาเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking มากที่สุดคือ เวลา 12.01-16.00 น. จำนวน 144 คน (ร้อยละ 36.92) ผลการวิเคราะห์การรับรู้และทัศนคติของนักศึกษาต่อการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking พบว่า การรับรู้และทัศนคติในการใช้งาน Internet Banking ของนักศึกษา มีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ทั้ง 3 ด้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking คือ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์การใช้งานของนักศึกษา 2) ความง่ายของการใช้งานของนักศึกษา และ 3) ทัศนคติในการใช้งานของนักศึกษา โดยรับรู้และทัศนคติในการใช้งาน Internet Banking ของนักศึกษาเป็นตัวแปรที่พยากรณ์การตัดสินใจชำระเงินผ่านระบบ Internet Banking ได้ร้อยละ 59.90 ($AdjR^2 = 0.59$)

ABSTRACT

The population studied in this research included the students who are studying in Suranaree University of Technology. The target sample group selection was based on the Probability Sampling theory. The sample group size was identified to be 390 samples and was then used to specify the ratio of students by year of study using the sample proportion calculation formula. The objective of the research was to study 1) survey the students' perception on making payments through Internet Banking services by the Student's Finance Section, Financial and Accounting Department of Suranaree University of Technology, and 2) the factors affecting the decision to make payments through Internet Banking service to the Finance Section, Financial and Accounting Department of Suranaree University of Technology. The research was performed by using questionnaires for data collection from 390 random sample populations. The data was then analyzed by finding the Mean and Standard Deviation and Inferential Statistics was used to test the hypothesis including the Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression methods.

Results of the analysis found that the majority of the sample populations were females, 223 samples or 57.18% of the sampled population. The 330 informants were in the age range of 21 – 30 years old (84.62%). 88 informants were 1st year Bachelor degree students (22.56%), the number of informants with average income of less than or equal to 10,000 THB is 352 informants (90.25%) and of which are normal students (not-on-scholarship) at 58.46% or 228 informants. 173 informants (35.97%) printed out the invoice and paid at bank counter or at Seven Eleven (counter service). 238 informants (35.21%) knew or received information about how to make payments from social media and 362 informants (36.31%) think that Internet Banking payment is the most useful service because payments can be made from anywhere. 217 Informants (55.64%) had made payments via Internet Banking and 167 informants (40.53%) have not used the Internet Banking service as they think the steps for payments are complex and complicated. The venue where most informants made payments via Internet Banking is at their house, 272 informants (34.78%). The time of day that the informants use the Internet Banking service is during 12:01 – 16:00 hrs. as answered by 144 informants (36.92%). Analysis of the awareness and perception of students towards making payment via Internet Banking service found that the awareness level and their perception on the decision to make payments via the Internet Banking service is positive and has a significant level of 0.05 for all 3 dimensions. The factors affecting the decision to make payments through Internet Banking service 1) Of concerns which are aware and knowing of the benefits of the tool for students. 2) Ease of access for students and 3) The perception of the students towards the use of the tool. The concern on the awareness and perception of the use of Internet Banking of the students is a variable that can be used to forecast the decision to use or make payments through the Internet Banking system at 59.90 % ($\text{Adj}R^2 = 0.59$).