

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

การพัฒนาและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำให้โลกในปัจจุบันเปรียบเสมือนโลกที่ไร้พรมแดน ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารต่อกันได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนของโลก อีกทั้งอินเทอร์เน็ตยังทำให้เกิดสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ ที่เรียกว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเปรียบเสมือนสังคมของโลกมนุษย์จริง ที่ผู้คนสามารถพูดคุย แลกเปลี่ยน รับฟัง ข้อเสนอแนะ คำติชม บอกเล่าเรื่องราวสิ่งที่ได้พบมา ผ่านทางโลกออนไลน์ พฤติกรรมและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าวนี้เอง ที่ทำให้นักการตลาด สามารถนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งนี้รวมไปถึงการพัฒนาโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ใช้งานจำนวนมาก ดังนั้นสมาร์ทโฟน จึงกลายเป็นคำตอบของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ทำให้ความต้องการมีมากขึ้น เมื่อมีความต้องการ บรรดาผู้ผลิตต่างก็เร่งพัฒนาสมาร์ทโฟนแบรนด์ตนเองขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งเรื่องการแข่งขันที่สูงขึ้นในตลาด การแข่งขันทางราคาก็ตามมา สิ่งเหล่านี้ทำให้สมาร์ทโฟนในยุคปัจจุบันมีความหลากหลายเพื่อให้คนหลาย ๆ ระดับ สามารถเข้าถึงสมาร์ทโฟนได้ง่ายขึ้น กลายเป็นความสามารถพื้นฐานที่โทรศัพท์ทั่วไปต้องมี โทรศัพท์ที่กำลังเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบันเรียกว่า สมาร์ทโฟน ซึ่งมีความสามารถในการใช้งานที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งโทรเข้า-ออก รวมสื่อบันเทิง เพลง วิดีโอ และการสามารถท่องโลกอินเทอร์เน็ตได้เสมือนคอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก และผู้คนในสังคมล้วนใช้จ่าย ทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟนมากขึ้นเรื่อย ๆ บนโลกออนไลน์ จึงเกิดเป็นกระแสสังคมไร้เงินสดขึ้นมา จำนวนการใช้เงินสดจึงถูกเปลี่ยนแปลงไปในรูปแบบอื่น เป็นทางเลือกที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้ได้มากขึ้น (ฤทธิชัย เจริญผ่อง, 2556)

สังคมไร้เงินสด หรือ Cashless society เป็นแนวคิดสังคมเศรษฐกิจที่ปราศจากเงินสด หรือสังคมเศรษฐกิจที่ไม่นิยมถือเงินสด มีการพูดถึงกันเป็นครั้งแรกในวงการธนาคารพาณิชย์ช่วง พ.ศ. 2493 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์ที่มองว่า ความสำคัญของเงินสดในอนาคตจะลดน้อยลง และจะถูกแทนที่โดยการใช้ระบบคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมในการทำธุรกรรมทางการเงินแทน แม้ว่าหลาย ๆ ประเทศรวมถึงไทยจะมีการเริ่มเปลี่ยนแปลงจากสังคมเงินสด ไปสู่การใช้ระบบบัตรเครดิตและเดบิต หรือการบริการการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ในการใช้จ่ายชำระค่าบริการในชีวิตประจำวัน แต่ระบบการเงินของธนาคารพาณิชย์ทั่วโลกในปัจจุบันก็ยังคงเป็นสังคมเงินสด ซึ่งถึงแม้ว่าแนวคิด cashless society นี้จะมีเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เพียงพอรองรับ และได้รับการสนับสนุนพอควรในอดีตที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตาม เป็นเรื่องยากที่จะทำให้ผู้คนทั่วไปยอมรับตัวเลขในหน้าจอแทนเงินสดที่ถืออยู่ในมือ ด้วยเหตุผลนี้

ถึงแม้หลาย ๆ คนจะมองเงินสดว่าล้าสมัย แต่ความสำคัญของมันในชีวิตประจำวันจะยังคงมีอยู่ต่อไป ข้อดีที่สำคัญของแนวคิดนี้คือ การลดการใช้เงินสดและการเพิ่มการใช้ e-Payment จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างรวดเร็วขึ้น โดยผลของการศึกษาผลกระทบของ e-Payment ในปี 2556 โดย Moody's Analytics และ Visa บ่งชี้ว่า หากไม่มีการใช้งานบัตรเครดิตและเดบิตที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในระยะหลัง เศรษฐกิจโลกจะไม่สามารถฟื้นตัวได้เร็วอย่างที่เห็นจากวิกฤติสินเชื่อซับไพรม์

เมื่อปี 2550 และ 2551 เนื่องจากการใช้บัตรต่าง ๆ นั้นส่งเสริมการใช้จ่ายและเพิ่มช่องทางการทำธุรกิจต่าง ๆ เพิ่มขึ้น (นนทกร เทิดทูลทวีเดช, 2561: เว็บไซต์)

ธุรกิจการเงินการธนาคารก็มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ โดยมีการปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาการบริการโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินงานในด้าน ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยนั้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนของ การดำเนินงานและการพัฒนาขีดความสามารถของบริษัทโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยนั้น ไม่เพียงแต่เป็นการลดต้นทุนนั้นยังเอื้อประโยชน์ต่อการแข่งขันกันสถาบันทางการเงินด้วยกันเอง ทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยกลยุทธ์ที่สถาบันต่าง ๆ จะเป็นการเน้นความสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคให้มากขึ้นไม่ว่าจะเป็นบริการโอนเงินผ่านเครื่อง อัตโนมัติการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตการใช้บริการต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ แบบสมาร์ตโฟน เป็นต้น การเติบโตในการใช้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีมากกว่าการใช้บริการผ่านธนาคารแบบปกติมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการที่ลูกค้าใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้งานได้สะดวกและฟรีค่าธรรมเนียม ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบในด้านการใช้งานที่ง่ายยิ่งขึ้นและเพิ่มประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ในด้านของเวลาและค่าใช้จ่าย โดยมีปริมาณการเติบโตมากกว่าการใช้บริการผ่านธนาคารโดยตรงมาก (ฤทัยภัทร ท้าว่อง, 2557)

บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ หรือ Mobile Banking เป็นวิวัฒนาการต่อยอดการบริการ โดยไม่ต้องมีพนักงานคอยให้บริการแก่ลูกค้าหรือเป็นการบริการที่ลูกค้าบริการตนเอง จากเดิมที่ใช้บริการที่ธนาคารตามสาขาต่าง ๆ มีพนักงานคอยให้บริการ ซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นระหว่าง ผู้ใช้บริการกับพนักงาน ต่อมาเมื่อการพัฒนาไปยังอินเทอร์เน็ต และสมาร์ตโฟนเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้การบริการที่ใช้บริการด้วยตนเองโดยไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการกับพนักงานเพิ่มขึ้น โดยมีช่องทางที่สามารถเข้าไปทำธุรกรรมได้เอง ซึ่งเป็นลักษณะการให้บริการที่คล้ายกับบริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) มาเป็นการบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) โดยที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองทางสมาร์ตโฟนได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่การทำธุรกรรมทางการเงินทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ที่ลูกค้าสามารถทำได้ เช่นการบริการ K-Plus จากธนาคารกสิกรไทย SCB Easy จากธนาคารไทยพาณิชย์ mBanking จากธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น โดยการบริการผ่านสมาร์ตโฟน สามารถทำได้หลากหลาย ตั้งแต่สอบถามยอดคงเหลือในบัญชีบริการโอนเงินระหว่างบัญชี บริการโอนเงินไป ยังบัญชีบุคคลอื่นที่เป็นบัญชีธนาคารเดียวกัน บริการชำระค่าสินค้าและบริการข้อมูลอัตรา แลกเปลี่ยนและอัตราดอกเบี้ย บริการอายัดเช็คและสมุดฝาก บริการด้านบัตรเครดิต ด้านเงินกู้ และ บริการทั่วไป เช่น บริการลูกค้าสัมพันธ์ และบริการเปลี่ยนรหัสผ่าน เป็นต้น โดยผู้ใช้บริการ สามารถสมัครใช้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ (ภัทรา มาหามงคล, 2554)

ในปี 2561 ธนาคารพาณิชย์ประกาศฟรีค่าธรรมเนียมบนช่องทางดิจิทัลเพื่อหวังดึงดูดและชิงลูกค้าในยุคดิจิทัล โดยมุ่งพัฒนาให้มีความสำคัญต่อแอปพลิเคชัน Mobile Banking ให้สอดคล้องการใช้สมาร์ตโฟนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รองรับการบริการทางการเงินได้ครบทุกด้านและมุ่งตอบสนองต่อความต้องการผู้บริโภคในยุคไร้เงินสดมากยิ่งขึ้น โดยสิ่งที่ธนาคารจะได้กลับมาคือข้อมูลการโอนเงิน การจ่ายเงินของการทำธุรกรรม แอปพลิเคชัน มือถือ และอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างความได้เปรียบ ด้วยการให้ผู้บริโภคได้ใช้งานฟรีค่าธรรมเนียมในทุกรายการ ตั้งแต่

การโอนเงินข้ามเขต ข้ามธนาคาร จ่ายบิลสินค้าและบริการ เติมน้ำมันโทรศัพท์มือถือ ไม่จำกัดจำนวนครั้ง ถือเป็นก้าวที่สำคัญในวงการทางการเงิน ที่รายได้จากค่าธรรมเนียมของธนาคาร จะมีแนวโน้มลดลงเรื่อย ๆ ต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับการมาของ AI หรือปัญญาประดิษฐ์ ที่จะเข้ามามีบทบาทในการผลักดันบริการใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น และยังช่วยลดค่าใช้จ่ายได้มากขึ้น ลดต้นทุนการจัดการเงินสด ทำให้ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ก็ลดลงตามมา เช่น โอกาสในการลดตู้ ATM ลดจำนวนสาขาของธนาคาร ให้กลายเป็นกึ่งอัตโนมัติ

ในขณะเดียวกันรัฐบาลยังสามารถเก็บภาษีได้อย่างถูกต้องครบถ้วนมากขึ้น เพราะว่า e-Payment ทำให้ธุรกรรมการเงินทุกอย่างสามารถตรวจสอบบัญชีย้อนหลังได้ต่างจากเงินสด หลังจากรัฐบาลพัฒนาระบบ e-Payment เสร็จจะทำให้กรมสรรพากรมีฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analysis) ใช้ในการบริหารการจัดเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดการใช้ดุลพินิจของเจ้าหน้าที่ และอุดรูรั่วไหลในการจัดเก็บภาษี ผลการวิเคราะห์ของนักเศรษฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด Kenneth Rogoff ออกมาว่า การใช้สกุลเงินสดในประเทศส่วนใหญ่มีมากกว่า 50% ทำเพื่อที่จะหลีกเลี่ยงการตรวจสอบและจัดเก็บภาษีของรัฐบาลในธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจผิดกฎหมายใต้ดิน การคอร์รัปชัน และการซื้อขายในตลาดมืด ซึ่งในสหรัฐฯ ธุรกิจใต้ดินนั้นมีมูลค่าประมาณร้อยละ 10 ของ GDP และตามการประมาณการของ Harvard Business Review มูลค่าของภาษีที่มีการหลีกเลี่ยงจากการใช้เงินสดในประเทศกำลังพัฒนานั้น สามารถสูงได้ถึงร้อยละ 30 ถึง ร้อยละ 44 ของ GDP (ประสงค์ พูนธเนศ, 2560: เว็บไซต์)

การใช้ดิจิทัลในการชำระเงินแทนการพกเงินสดหรือใช้เงินสดผ่านนวัตกรรม “Digital Wallet” เริ่มก่อตัวขึ้นเมื่อ Square โดย Jack Dorsey ผู้ร่วมก่อตั้งทวิตเตอร์ได้เปิดตัวเครื่องรูดบัตรผ่านโมบายในปี 2552 เพื่อให้ร้านค้าสามารถรับการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ทำให้การทำธุรกรรมด้วยการรูดบัตรผ่านโมบายง่ายขึ้นเป็นครั้งแรก และได้เปิดโอกาสให้ร้านค้าย่อยที่ไม่สามารถติดตั้งระบบชำระเงินด้วยบัตรเครดิตสามารถรับชำระเงินได้ ช่วยให้ลูกค้าลดการใช้เงินสดกับร้านค้าย่อยลง โดยนวัตกรรมกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ก้าวหน้าขึ้น ช่วยลดระยะเวลาที่เคชเชียร์และเป็นที่ต้องการของนักช้อปปิ้งดิจิทัล ทั้งนี้การใช้กระเป๋าเงินดิจิทัล ยังไม่สามารถเบียดกิจกรรมในมือถือของผู้คนได้ดีพอ ตรงกันข้ามกับกระแสการชำระเงินผ่านโมบายในประเทศจีนที่กลับกลายเป็นที่นิยมกันอย่างมาก โดยบริษัท iResearch ในจีนคาดว่ายอดการชำระเงินผ่านโมบายของจีนในปี 2559 สูงถึง 5.5 ล้านล้านดอลลาร์ โดยความนิยมของการชำระเงินผ่านโมบายเป็นผลพวงจากความนิยมในการซื้อสินค้าผ่านระบบอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดียของจีน เมื่อกลุ่มอาลีบาบา (Alibaba) เจ้าของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซรายใหญ่ที่สุดของโลกได้นำระบบการชำระเงินออนไลน์ที่เรียกว่าอาลีเพย์ (Alipay) มาใช้ในการชำระเงินของลูกค้าในเว็บไซต์ Taobao.com เมื่อปี 2547 จนต่อยอดเป็นแพลตฟอร์ม Mobile Payment และซูเปอร์แอปที่มีผู้ใช้งานมากถึง 520 ล้านราย (อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล, 2559)

นอกเหนือจาก ATM จะเปลี่ยนวิถีชีวิตของคนให้การเบิกถอนเงินเป็นเรื่องง่ายแล้ว การมาถึงของ Mobile Banking Application ก็ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป สมาร์ทโฟนกลายเป็นตัวของตัวเองเป็นธนาคารบนมือถือให้กับผู้ใช้งานแอปพลิเคชันทุกคน โดยแอปพลิเคชันทางธนาคารบนสมาร์ทโฟนมีฟังก์ชันสำคัญคือการโอนเงิน หรือจ่ายเงินโดยไม่ต้องพึ่งตู้เอทีเอ็ม หรือไปโอนเงินที่ธนาคารอีกต่อไป ปัจจุบันโทรศัพท์สมาร์ทโฟนถูกนำมาเป็นอุปกรณ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในทุก ๆ ด้าน

ตั้งแต่การใช้ติดต่อสื่อสาร ส่งข้อความ เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เล่นเกม การเชื่อมต่อกับสังคมออนไลน์ จึงทำให้เกิดกิจกรรมการซื้อขายบนโทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Mobile-Commerce) ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ด้วยการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนด้วยการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงิน ซึ่งทำให้การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนเติบโตมากขึ้นอย่างก้าวกระโดด

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการยอมรับการให้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบการยอมรับการให้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนระหว่างผู้เคยใช้กับผู้ไม่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

H1 ปัจจัยความสามารถของตนเองมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

H2 ปัจจัยการรับรู้การใช้งานง่าย มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

H3 ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

H4 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางลบต่อการยอมรับแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

H5 ปัจจัยการรับรู้ถึงผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยในครั้งนี้เริ่มต้นศึกษาในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 จนถึงตุลาคม พ.ศ. 2562

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.4.2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variable) ได้แก่ ความสามารถของตนเอง การรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยง และการรับรู้ผลลัพธ์

1.4.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การยอมรับการให้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1.5.1 สถาบันทางการเงิน (Bank) และผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันทางการเงิน (Non-Bank) ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการให้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน โดยสามารถนำผล

วิจัยไปใช้ปรับปรุง พัฒนารูปแบบหรือการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน เพื่อเพิ่มบริการใหม่ ๆ ให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

1.5.2 รัฐบาลโดยกระทรวงการคลัง สามารถนำ การรับรู้การใช้งานง่าย การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความเสี่ยง การรับรู้ผลประโยชน์ ไปปรับใช้ในโครงการหรือนโยบาย ให้ประชาชนเกิดการยอมรับ การใช้แอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน เพื่อให้เป็นสังคมไร้เงินสด

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 ความสามารถของตนเอง หมายถึง การประเมินตนเองเกี่ยวกับความสามารถหรือศักยภาพ มาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน ให้สำเร็จลุล่วงได้

1.6.2 การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากสิ่งเร้าต่าง ๆ โดยอาศัยจากประสบการณ์ ทักษะ ทักษะ ความเชื่อ และความเข้าใจ ต่อการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันทางการเงินบนสมาร์ทโฟน

1.6.3 การรับรู้การใช้งานง่าย คือ ผู้ใช้สามารถใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน ได้โดยง่าย และ แอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนมีความง่ายต่อการทำธุรกรรมอย่างชัดเจน ครบถ้วน รวมทั้งผู้ใช้สามารถเรียนรู้การใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.6.4 การรับรู้ถึงประโยชน์ คือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่ายขึ้น ทำให้ผู้โอนและผู้รับสามารถตรวจสอบและได้รับข้อมูลที่เร็วยิ่งขึ้น

1.6.5 การรับรู้ความเสี่ยง หมายถึงทัศนคติที่มีผลเชิงลบโดยสัมพันธ์กับความเชื่อมั่น ของการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.6.6 การรับรู้ผลลัพธ์ คือ การรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น โดยเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายหรือสิ่งที่เสียไปกับผลที่ได้จากการใช้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน

1.6.7 การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟนเป็นประจำ สามารถแนะนำหรือสนับสนุนให้ผู้อื่นใช้งาน และพึงพอใจที่จะใช้ซ้ำในอนาคต