

การยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo

ของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

CUSTOMER'S ACCEPTANCE AND DECISION OF USING MyMo APPLICATION

GOVERNMENT SAVINGS BANK PHAHON YOTHIN MAIN BRANCH

สุภา ภูษิตประภา¹

ดร. สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์²

ประภัสสร วิเศษประภา³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้ำธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธินมีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจมีแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้ำธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้ และสถานภาพ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจมีแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้ำธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน โดยประชากรในงานวิจัยนี้คือลูกค้ำธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) จึงสรุปผลวิจัยได้ดังนี้ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนมากอายุ 20 - 30 ปี รองลงมาคือช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี ตามลำดับ โดยมากมีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/อื่นๆ พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท รองลงมาคือ 20,001 - 30,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ โครงการ TWIN 6

² ดร., อาจารย์ประจำโครงการพิเศษ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ ดร., อาจารย์ประจำโครงการพิเศษ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

2.ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ในงานวิจัยฉบับนี้ได้แบ่งการยอมรับเทคโนโลยีที่ต้องการศึกษา ออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วยกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ รองลงมาคือการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

3.ด้านความไว้วางใจในงานวิจัยฉบับนี้ ได้แบ่งความไว้วางใจที่ต้องการศึกษาออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ ความซื่อสัตย์ พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างให้การยอมรับด้านความเอาใจใส่มากที่สุด รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ ตามลำดับ

4.ด้านความตั้งใจใช้งานที่ส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้า ธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.47

Abstract

A study of Customer's Acceptance and Decision of Using MyMo Application in Government Savings Bank, Phahon Yothin Main Branch, is aimed to study the generality of personal information, technology acceptance, trust, and intention to have a MyMo application of the Government Savings Bank's customers in Phahon Yothin Main Branch. Separated by personal information, including gender, age, education, career, and marital status, to study the relationship of personal data, technology acceptance, trust, and intention of having MyMo application of the Government Savings Bank's customers in Phahon Yothin Main Branch. The population in this study is the customers of Government Savings Bank, Phahon Yothin Main Branch. 400 samples responded to the survey. The tools used to gather data is a survey that analyzed data by statistical software, finding a frequency, percentage, mean (\bar{x}), and standard deviation (SD). The result can be concluded as follow.

1. Most of the respondents are female, aged around 20-30, followed by age between 31-40, 41-50, and 51-60, respectively. Age under 20 and over 60 has the same, least amount. Mostly graduated with a bachelor's degree, followed by a master's degree and under bachelor's degree. The majority of the sample group are a public servant/state enterprise staff, followed by self-employed/other, private company staff, and the student is the least. They often have monthly income around 10,000-20,000 baht, followed by 20,001-30,000, 30,001-40,000, 40,000-50,000, baht and over 50,000 baht, respectively. People with income under 10,000 baht is the minority. Most of the respondents are single, married, and divorced/widowed, respectively.

2. For technology acceptance, This study separated the acceptance of technology to 2 parts, acceptance of utility and acceptance of ease of use. The sample group agrees with the acceptance of technology's utility more than its ease of use.

3. For trust in this study, it was separated into 3 parts, reliability, attention, and honesty. The sample group accepts the attention part the most, followed by reliability and honesty, respectively.

4. For the intention to have a MyMo application of the Government Savings Bank's customers in Phahon Yothin Main Branch, has a mean at 4.47, overall.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบัน โทรศัพท์มือถือ และอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทกับชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก ตั้งแต่ตื่นนอนจนกระทั่งเข้านอน ล้วนมีเทคโนโลยีต่างๆเข้ามาเป็นส่วนประกอบของชีวิตประจำวัน ไม่เพียงแต่เฉพาะเพื่อความบันเทิง เช่น โซเชียลมีเดียช่องทางต่าง ๆ แม้แต่การทำธุรกรรมที่ก่อนหน้านี้ต้องเดินทางไปยังธนาคารสาขาใกล้ที่พักอาศัย ก็สามารถทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือได้

ในประเทศไทยเอง การเพิ่มขึ้นของบัญชีผู้ใช้งาน จำนวนการทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือ และจำนวนเงินที่ทำธุรกรรมก็มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบันมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2560 รัฐบาลได้พยายามนำระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้มากขึ้น เช่นการเปิดบริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ที่แค่ลงทะเบียนบัตรประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ และผูกกับบัญชีธนาคาร ก็สามารถทำธุรกรรมต่างๆได้ โดยในช่วงแรกเน้นการทำธุรกรรมระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน เช่นการจ่ายเงินสวัสดิการต่างๆ และในเดือนมีนาคม 2561 ที่ผ่านมา สถาบันการเงินต่าง ๆ ประกาศฟรีค่าธรรมเนียมการบริการบนระบบ Mobile Banking ลงเพื่อดึงลูกค้าเข้ามาสู่ระบบมากขึ้น ปัจจัยนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเร่งให้สังคมไทยเข้าสู่สังคมไร้เงินสดเร็วยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้อย่างเสรี ไม่จำกัดเวลา และไม่มีอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ผลพวงจากการพยายามดึงลูกค้ามาใช้ระบบ Mobile Banking ของธนาคารต่าง ๆ คือการรู้ถึงข้อมูลต่าง ๆ ของลูกค้าที่ใช้ในการใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ที่สามารถรู้ได้ถึงความชอบต่าง ๆ พฤติกรรมการซื้อของ พฤติกรรมการใช้เงิน และอื่น ๆ ที่เป็นข้อมูลที่คิดเป็นมูลค่ามหาศาล ที่สามารถนำมาวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า และตอบสนองลูกค้าได้อย่างตรงความต้องการ โดยที่ธนาคารได้รับมาจากผลพวงของการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารเอง ในยุคนี้ที่การมีข้อมูลพฤติกรรมของ

ลูกค้าอยู่ในมือยิ่งสร้างความแตกต่างและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีเท่าไร ก็ยังเป็นผลดีกับการช่วงชิงพื้นที่ตลาดได้เท่านั้น

นี่จึงเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน เพื่อเข้าใจถึงกระบวนการการยอมรับและตัดสินใจที่จะใช้แอปพลิเคชัน MyMo นั้นเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจมีแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจมีแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ประชากรที่ใช้แอปพลิเคชัน MyMo ที่เป็นลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา หมายถึง ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจมี MyMo
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา หมายถึง กำหนดระยะเวลาที่ผู้วิจัยคาดว่าจะแล้วเสร็จ ปกติจะใช้เวลาประมาณ 4 เดือน ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษาดังแต่ เมษายน พ.ศ. 2562 – กรกฎาคม พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการศึกษาและเพื่อพัฒนารูปแบบการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจมีของผู้บริโภคซึ่งผู้วิจัยคาดหวังว่า ผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจมีของผู้บริโภค ตลอดจนใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป
2. ประโยชน์เชิงนโยบายผลจากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับธนาคารได้ทราบถึงการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักพหลโยธิน

ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความเข้าใจและสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

นิยามศัพท์

การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ เพื่ออธิบายเหตุผลการยอมรับเทคโนโลยีใหม่เข้ามาในชีวิตประจำวัน โดยมี 2 ปัจจัยคือ การรับรู้ประโยชน์การใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ความไว้วางใจ หมายถึง ความสัมพันธ์ของลูกค้าและองค์กร โดยประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือ ความเมตตากรุณาหรือความใส่ใจในการผลิต และความซื่อสัตย์ โดยความไว้วางใจจะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความสำเร็จในการสื่อสารระหว่างองค์กรกับลูกค้า และความไว้วางใจเป็นสิ่งที่ส่งผลดีต่อองค์กร

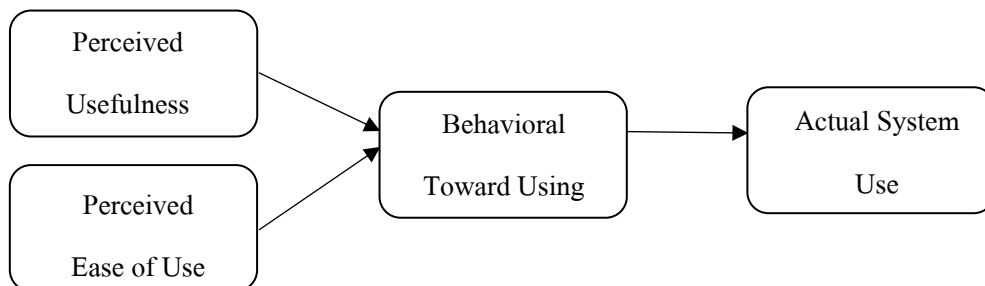
ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง เมื่อเกิดความไว้วางใจ มองเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับการกระทำ ความตั้งใจใช้งานจึงเป็นผลมาจากความเชื่อมั่นและไว้วางใจ

แนวคิดและทฤษฎี

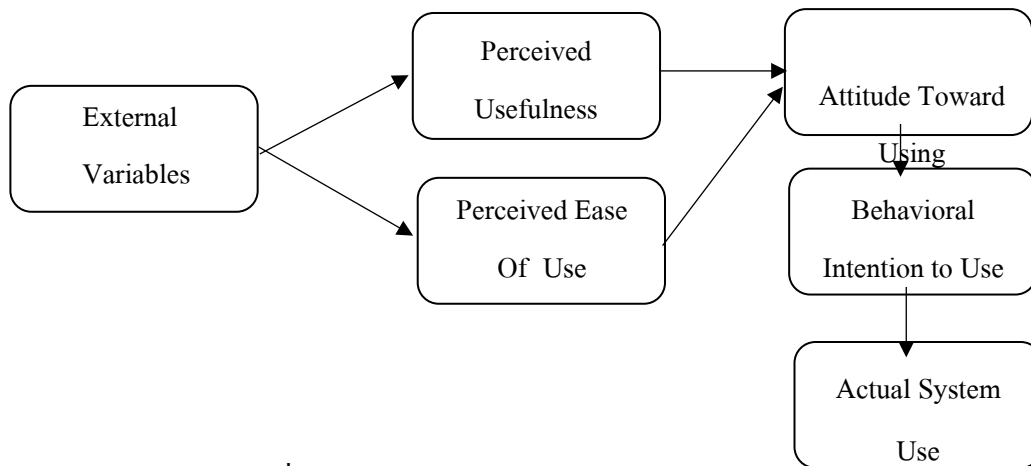
การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและทฤษฎีดังนี้

แนวคิดการศึกษาด้านการยอมรับเทคโนโลยี เป็นการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ เพื่ออธิบายวิธีการและเหตุผลการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมและการยอมรับการใช้งานของผู้บริโภค ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์

Technology Acceptance Model : TAM เป็นทฤษฎีหนึ่งที่ใช้ศึกษาอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการยอมรับเทคโนโลยี มีการพัฒนารูปแบบมาจากทฤษฎี TRA โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดความสนใจ ความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ ตัวแปรภายนอก (External variables) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน (Perceived usefulness หรือ PU) การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use หรือ PEOU) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward using)



ภาพ 1 แบบจำลองต้นฉบับ TAM



ภาพ 2 แบบจำลองขยายเพิ่มเติมความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยใน TAM

กล่าวโดยสรุปคือ การยอมรับเทคโนโลยี คือการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ เพื่ออธิบายเหตุผลการยอมรับเทคโนโลยีใหม่เข้ามาในชีวิตประจำวัน โดยในการวิจัยครั้งนี้ใช้ 2 ปัจจัยคือ การรับรู้ประโยชน์การใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ส่วน ตัวแปรภายนอก และทัศนคติที่มีผลต่อการใช้งานนั้น เป็นส่วนหนึ่งซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ประโยชน์การใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

แนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจ มีนา อ่องบางน้อย (2553) ได้ให้ความหมายว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดซึ่งเกิดจากการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการ ลูกค้าที่มีความไว้วางใจจะเกิดความรู้สึกมั่นใจหรือเชื่อมั่นต่อองค์ประกอบของสินค้าและบริการ และผู้ให้บริการ ความไว้วางใจจึงกลายเป็นตัววัดสัมพันธภาพซึ่งจับต้องได้ยากระหว่างองค์กรกับลูกค้า อนัญญา อุทัยปรีดา (2558) ได้ให้ความหมายว่า ความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจ (Trust) คือความคาดหวังที่ถูกพัฒนาขึ้นมาในตัวบุคคล และเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพ ดังนั้นบุคคลหรือกลุ่มบุคคล จึงมีลักษณะผันแปรไปตามความเชื่อมั่นของเขาเหล่านั้น ความไว้วางใจของบุคคลจะเกิดปฏิกิริยาซ้ำๆกับบุคคลหรือสิ่งของที่เขาไว้วางใจ โดยระดับความไว้วางใจจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพ พื้นเพของวัฒนธรรมเดิมของบุคคลนั้นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งาน Zeithami and Berry and Parasuraman (1990) ได้ให้ความหมายความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) หมายถึง การแสดงถึงการเลือกใช้บริการใดบริการหนึ่งเป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ Kothandapani (1971) ให้ความหมายว่า ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ความตั้งใจซื้อเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค และความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้า ที่ผ่านมามีความตั้งใจ มีพื้นฐานมาจากข้อมูล ความรู้ เจตคติ และความเชื่อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

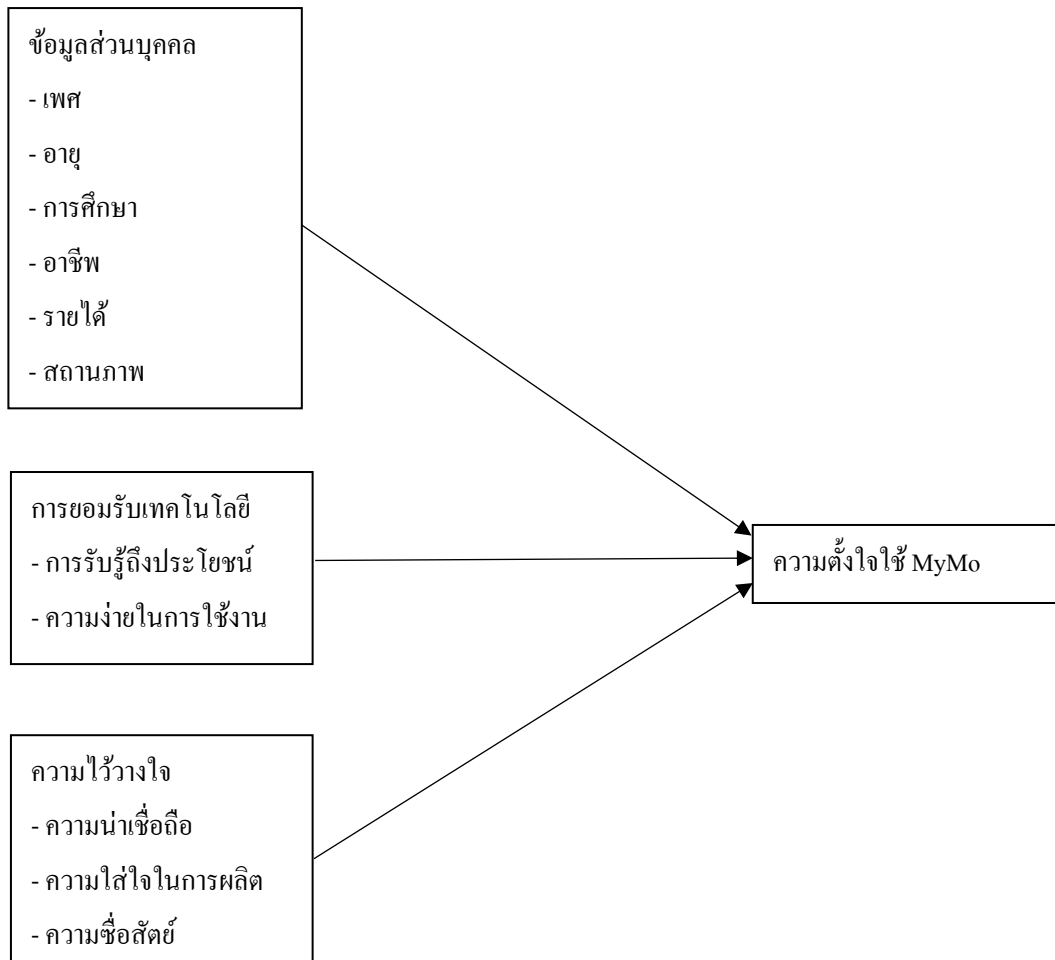
จิรนนท์ ต๊ะมอญ และ วรริทยา ชินกรรม (2560) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมพบว่า เพศ อายุมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมด้านการรับรู้คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของผลิตภัณฑ์

ปาณิสสา เตียวตระกูล (2559) ศึกษาเรื่องความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ MyMo By GSB Mobile Banking ของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าต้องการต้องการความปลอดภัยของบัญชี ด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความต้องการสูงสุดในเรื่องของการคิดค่าบริการตามการใช้งานจริง ด้านสถานที่ ลูกค้าเกิดความสะดวกสบายมากขึ้น เมื่อไม่ต้องเดินทางมาธุรกรรมที่สาขา ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าต้องการให้มีการส่งเสริมการตลาดในช่องทางที่เหมาะสม

นาตยา ศรีสว่างสุข (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพมีความสำคัญในระดับมาก ส่วนอิทธิพลทางด้านสังคมมีระดับปานกลาง และพบว่าอายุ อาชีพ และฟังก์ชันการใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ

ภาวิดา หม่อมปลัด (2556) ศึกษาเรื่องความไว้วางใจด้านความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี ทั้งนี้เป็นเพราะ ผู้ให้บริการเทคโนโลยีการทำธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ให้ความสำคัญในการบริหารจัดการนโยบายความเป็นส่วนตัว และนโยบายด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ

กรอบแนวความคิด



ภาพ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักงานชลโยธินที่แตกต่างกัน
2. การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักงานชลโยธิน
3. ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักงานชลโยธิน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : ประชากรในการศึกษา ลูกค้ำธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Cochran (2007) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง และเพื่อความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บแบบสอบถามประมาณ 15 ราย รวมทั้งสิ้นเท่ากับ 400 ราย

เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้ำธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธินที่ โดยทำการศึกษาระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2562 สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนมากอายุ 20 - 30 ปี โดยมากมีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ตาราง 1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo (n = 400)

การยอมรับเทคโนโลยี	B	t	Sig.
ค่าคงที่	0.763	4.154	0.01**
ด้านการรับรู้ความมีประโยชน์	0.401	6.492	0.01**
ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	0.427	7.712	0.01**

R = 0.721; Rsq = 0.520; SEE = 0.393; F. = 214.742; Sig F. = 0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้ำธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธินได้ร้อยละ 52.0 ดังนั้นผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้ำธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน

ตาราง 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo (n=400)

ความไว้วางใจ	B	t	Sig.
ค่าคงที่	0.836	4.511	0.01**
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.270	4.505	0.01**
ด้านความเอาใจใส่	0.334	6.402	0.01**
ด้านความซื่อสัตย์	0.225	4.309	0.01**

R = 0.719; Rsq = 0.516; SEE = 0.395; F. = 140.985; Sig F. = 0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน ได้ร้อยละ 51.6 ดังนั้นผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนมากอายุ 20 - 30 ปี รองลงมาคือช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี ตามลำดับ และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 60 ปีขึ้นไปมีจำนวนเท่ากันและน้อยที่สุด โดยมากมีระดับการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รองลงมาคืออาชีพธุรกิจส่วนตัว/อื่นๆ และส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน ในด้านการยอมรับเทคโนโลยี ในงานวิจัยฉบับนี้ได้แบ่งการยอมรับเทคโนโลยีที่ต้องการศึกษาออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ความมีประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความมีประโยชน์ รองลงมาคือการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

ด้านความไว้วางใจในงานวิจัยฉบับนี้ ได้แบ่งความไว้วางใจที่ต้องการศึกษาออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ ความซื่อสัตย์ พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างให้การยอมรับด้านความเอาใจใส่มากที่สุด รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ ตามลำดับ

ด้านความตั้งใจใช้งานที่ส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.47

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธินที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นไปตามสมมติฐาน คุณลักษณะประชากรมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีเพียงสถานภาพเท่านั้นที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน

ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นจริงในสมมติฐานย่อย ได้แก่ สมมติฐานย่อยที่ 2.1 การยอมรับเทคโนโลยีต่อการรับรู้ความมีประโยชน์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน เป็นไปตามสมมติฐาน สมมติฐานย่อยที่ 2.2 การยอมรับเทคโนโลยีต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นจริงในสมมติฐานย่อย ได้แก่ สมมติฐานย่อยที่ 3.1 ความไว้วางใจต่อความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน เป็นไปตามสมมติฐาน สมมติฐานย่อยที่ 3.2 ความไว้วางใจต่อความเอาใจใส่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน เป็นไปตามสมมติฐาน สมมติฐานย่อยที่ 3.3 ความไว้วางใจต่อความซื่อสัตย์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน เป็นไปตามสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 สมมติฐานสะท้อนให้เห็นว่าการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อการยอมรับและตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สำนักพหุโยธิน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการจากผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ดังนั้นธนาคารออมสินและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์ประโยชน์ของการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ให้มากกว่านี้ และควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ ฟังก์ชันการใช้งานในแอปพลิเคชัน MyMo ให้หลากหลาย และครอบคลุมกับการใช้งานของกลุ่มลูกค้าธนาคารออมสิน เพื่อ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ธนาคารออมสินควรเปิดการบริการที่ลูกค้าสามารถสมัครใช้แอปพลิเคชันด้วยตนเอง เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

2. ความไว้วางใจ ด้านความเอาใจใส่ ยังเป็นส่วนที่ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรเพิ่มช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า และรีบแก้ไข เพื่อสร้างความไว้วางใจในการให้บริการของธนาคารออมสินเอง และมีการฝึกอบรมพนักงานอยู่เสมอในด้านการให้บริการแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษางานวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้เกิดความถูกต้องของข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการศึกษาเนื้อหาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรเพิ่มตัวแปรด้านทัศนคติ เนื่องจากการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติ การตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ด้วย
2. ควรสัมภาษณ์ลูกค้าผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อนำผลมาประกอบกับผลจากการประมวลแบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

- เกวรินทร์ ละเอียดดีนันท์. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. ค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- จิราพร ศรีพลวัฒน์ (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง*. ศึกษาอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรนนท์ ต๊ะมอญ และ วรทยา ชินกรรรม. (2560). *พฤติกรรมและปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารออมสินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตอำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย*. ค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). **ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking.**
ค้นหาเมื่อ 1 มิถุนายน 2562, จาก

https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688&language=th.

ชญายกร ขวัญใจสกุล. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการชำระเงินผ่านระบบโมบายแบงก์
กึ่งและระบบโมบายเพย์मेंต์.** ค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการ
จัดการ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นาคยา ศรีสว่างสุข. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงิน
ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษาธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร.** ค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ปานิศา เตียวตระกูล. (2559). **ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ MyMo By GSB Mobile Banking ของลูกค้า
ธนาคารออมสินในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี.** นิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
บูรพา.

พรพรรณ ช้างงานิยม. (2553). **ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทาง
การเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร.** ค้นคว้า
อิสระ ศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มีนา อ่องบางน้อย. (2553). **คุณค่าตราสินค้า ความไว้วางใจ และความพึงพอใจ ที่มีผลต่อความภักดีต่อตรา
สินค้า CAT CDMA (แคท ซีดีเอ็มเอ).** วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ.

วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2552). **ตำราการตลาด พิมพ์ครั้งที่ 5.** กรุงเทพฯ : มาร์เก็ตติ้งมูฟ.

อนัญญา อุทัยปรีดา. (2556). **ความเชื่อมั่นในตราสินค้าและภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าที่ส่งผลต่อ
การตัดสินใจซื้อ กรณีศึกษา: ตราสินค้า COACH EST.1941 NEW YORK.** การศึกษาเฉพาะบุคคล
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.