



การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี
MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน

โดย

นางสาวธนภรณ์ แสงโชติ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี
MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน

โดย

นางสาวธนภรณ์ แสงโชติ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

FINTECH ADOPTION OF MYMO MOBILE BANKING
IN GOVERNMENT SAVING BANK

BY

MISS THANAPORN SAENGCHOTE



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
TECHNOLOGY MANAGEMENT
COLLEGE OF INNOVATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยนวัตกรรมการ

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวชนภรณ์ แสงโชติ

เรื่อง

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี


MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

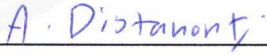
เมื่อ วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2562

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรพรรณ คงมาลัย)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



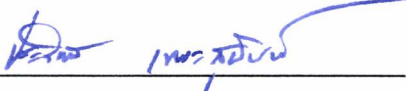
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญญา ดิษฐานนท์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณ เทพจิต)

คณบดี



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวิทย์ เขมะสุนันท์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธนภรณ์ แสงโชติ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญญา ดิษฐานนท์
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบ และเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการยอมรับการใช้เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking กระบวนการวิจัยประกอบด้วย 3 ขั้นตอน เริ่มตั้งแต่ (1) การทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี และศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) การวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างใน ธนาคารออมสินที่ประกอบด้วยธนาคารออมสินเขตอุบลราชธานี 1 และธนาคารออมสินเขต อุบลราชธานี 2 รวมทั้งหมด 23 สาขา มีกลุ่มประชากรทั้งหมด 45,307 คน โดยขนาดของกลุ่ม ตัวอย่างของงานวิจัยคือ 410 ตัวอย่าง และปรับแก้แบบสอบถามเพื่อความถูกต้องด้วยการสัมภาษณ์ จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน (3) สรุปและวิเคราะห์ผลการวิจัย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ผลทาง สถิติคือ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) มาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) (2) ข้อมูลถูกต้องและเข้าใจ ง่าย (Accuracy and Understandability) (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) (4) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) (5) ความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application)

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของธนาคารออมสินได้ เพื่อ เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองความ

ต้องการของผู้ใช้บริการเทคโนโลยีทางการเงินได้มากที่สุด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน เทคโนโลยีทางการเงิน มายโม



Thesis Title	FINTECH ADOPTION OF MYMO MOBILE BANKING IN GOVERNMENT SAVING BANK
Author	Miss Thanaporn Saengchote
Degree	Master of Science
Department/Faculty/University	Technology Management College of Innovation, Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Anyanitha Distanont, Ph.D.
Academic Year	2018

ABSTRACT

This research is aimed to study the fintech adoption of MyMo mobile banking in Government Saving Bank. The objective is to study the components and suggest appropriate ways to encourage users to accept the use of MyMo Mobile Banking technology. The research process consists of six stages: (1) the review of the literature and relevant studies, (2) the conduction of empirical research where the data collected from the questionnaires distributed to Government Saving Bank i.e. GSB zonal Ubon Ratchathani 1 and GSB zonal Ubon Ratchathani 2. A total of 23 branches, with a total population of 45,307 people. The sample size of the research is 410. And adjust the questionnaire for accuracy by interviewing 5 experts, (3) the analysis and conclusion of research data using statistical technique; namely, Exploratory Factor Analysis: EFA and in-depth interview with experts.

The research findings demonstrate the five components of fintech adoption of MyMo mobile banking in Government Saving Bank: (1) Standard of confidentiality, (2) Accuracy and Understandability, (3) Responsiveness, (4) Reliability, (5) Ability of Application.

The results obtained in this research can be applied to the business of the Government Savings Bank. To be a guideline for marketing strategy planning and product development. Able to serve the needs of users of financial technology as much as possible and increase the ability to compete sustainably.

Keywords: Fintech Adoption, Fintech, MyMo



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้จะประสบความสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัญญา ดิษฐานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้ คำปรึกษา คำแนะนำต่าง ๆ ชี้แนะแนวทางอันจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษางานวิจัย รวมถึงผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. อรพรรณ คงมาลัย ที่ได้ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณ เทพจิต ที่ได้ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ใน งานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงพี่ ๆ เจ้าหน้าที่โครงการ CITU ที่คอยให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ ตลอดมา ขอขอบพระคุณผู้ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามและ ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริบทงานวิจัยทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามและ อนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าพบสัมภาษณ์เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และองค์ความรู้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถ นำมาปรับใช้กับงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัวที่คอยให้การสนับสนุนทางด้านการเรียนรวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือ ต่าง ๆ จากเพื่อน รุ่นพี่และรุ่นน้องที่มีส่วนเกี่ยวข้องทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จดำเนินไปได้ด้วยดี อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ MyMo Mobile Banking ทั้งธนาคาร ตลอดจนผู้ใช้บริการ MyMo Mobile Banking ซึ่งหากงานวิจัยครั้งนี้ มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาวธนภรณ์ แสงโชติ

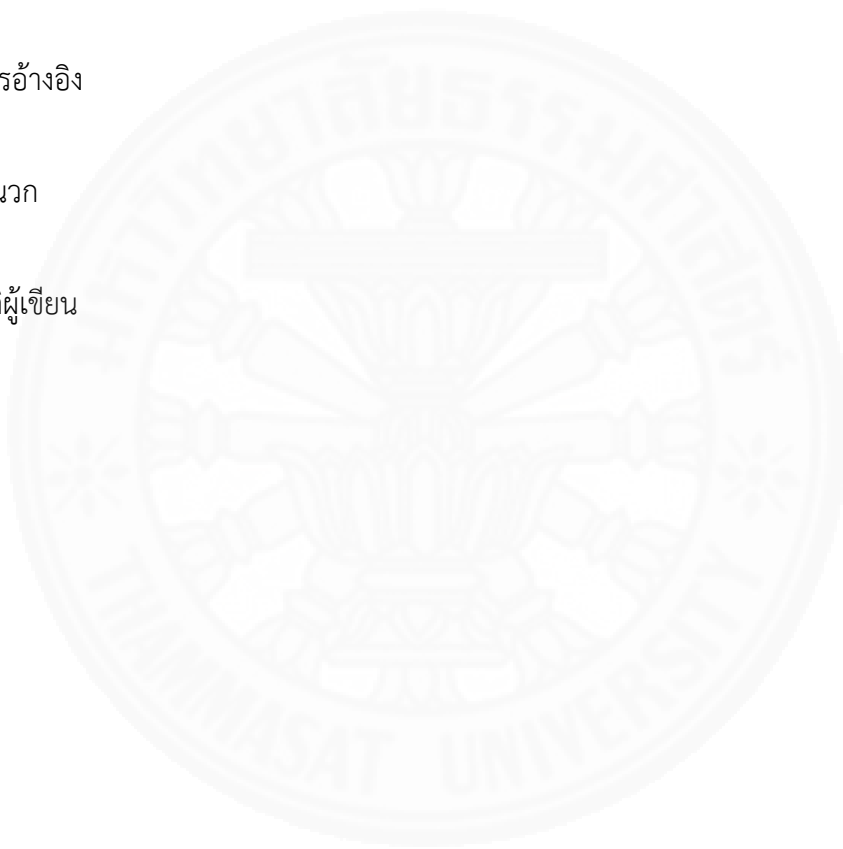
สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	10
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
1.3.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ	10
1.3.2 ประโยชน์เชิงบริหาร	10
1.4 ขอบเขตการวิจัย	10
1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา	11
1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง	11
1.5 นิยามศัพท์	11
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.1 บริบทงานวิจัยที่ศึกษา	12
2.1.1 มายโม (MyMo Mobile Banking)	12
2.1.2 ขั้นตอนการสมัครและใช้บริการ MyMo	15
2.1.3 เทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology)	16

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	18
2.2.1 แบบจำลองของ DeLone and Mclean (Information System Success Model: IS Success Model)	18
2.2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของระบบ	20
2.2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูล	21
2.2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ	21
2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม	25
2.2.3 ทฤษฎีอัตราการยอมรับเทคโนโลยี	30
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
2.4 ประมวลการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
2.4.1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
2.4.2 กรอบแนวคิดในงานวิจัย	36
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	38
3.1 ขั้นตอนการศึกษาวิจัย	38
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
3.2.1 ประชากรที่นำมาศึกษาในงานครั้งนี้	41
3.2.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง	42
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
3.3.1 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	44
3.3.2 การให้คะแนนตัวแปร	45
3.4 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล	46
3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	46
3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	47
3.4.2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	47
3.4.2.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	47
3.5 การขอความเห็นจากคณะผู้เชี่ยวชาญร่วมอภิปรายผล	48
3.6 แผนการดำเนินงาน	48
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	1

4.1 ผลการวิจัย	51
4.1.1 ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหา	51
4.1.2 ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลในแบบสอบถาม	62
4.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	63
4.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	64
4.1.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	64
4.1.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	69
4.1.4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)	73
4.2 อภิปรายผล	92
4.2.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	93
4.2.1.1 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านมาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality)	93
4.2.1.2 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability)	93
4.2.1.3 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	93
4.2.1.4 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)	94
4.2.1.5 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application)	94
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	95
5.1 สรุปผลการวิจัย	95
5.1.1 สรุปผลองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน	96
5.1.1.1 มิติด้านคุณภาพของระบบ (System Quality)	97

5.1.1.2 มิติด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	97
5.1.1.3 มิติด้านคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)	97
5.1.1.4 มิติด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)	98
5.2 ข้อเสนอแนะ	98
5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านบริหาร	98
5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ	99
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย	100
รายการอ้างอิง	101
ภาคผนวก	107
ประวัติผู้เขียน	113



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	23
2.2	34
2.3	35
3.1	43
3.2	49
4.1	51
4.2	52
4.3	56
4.4	60
4.5	61
4.6	62
4.7	62
4.8	63
4.9	64
4.10	64
4.11	65
4.12	65
4.13	66
4.14	67
4.15	67
4.16	68
4.17	68
4.18	70
4.19	71

4.20	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมิติด้านคุณภาพของการให้บริการ	72
4.21	ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมิติด้านคุณลักษณะของ แอปพลิเคชันมายโม	73
4.22	แสดงค่า KMO และ Barlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพ ของระบบ	76
4.23	แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของระบบ	77
4.24	แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของระบบ	78
4.25	แสดงค่า Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของระบบ	78
4.26	แสดงค่า KMO และ Barlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพ ของข้อมูล	80
4.27	แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของข้อมูล	80
4.28	แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของข้อมูล	81
4.29	แสดงค่า Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของข้อมูล	81
4.30	แสดงค่า KMO และ Barlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพ ของการให้บริการ	83
4.31	แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของการให้บริการ	84
4.32	แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของการให้บริการ	85
4.33	แสดงค่า Rotated Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของการให้บริการ	86
4.34	แสดงค่า KMO และ Barlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณลักษณะ ของแอปพลิเคชันมายโม	88
4.35	แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของคุณลักษณะของ แอปพลิเคชันมายโม	88
4.36	แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณลักษณะของ แอปพลิเคชันมายโม	89
4.37	แสดงค่า Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม	89

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	3
1.2	4
1.3	4
1.4	5
1.5	6
1.6	7
1.7	8
2.1	15
2.2	19
2.3	20
2.4	26
2.5	29
2.6	31
2.7	36
3.1	40
3.2	42
4.1	75
4.2	76
4.3	79
4.4	79
4.5	82
4.6	82

4.7	องค์ประกอบของมิติคุณภาพของการให้บริการหลังการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ	86
4.8	องค์ประกอบของมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันนายโมก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ	87
4.9	องค์ประกอบของมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันนายโมหลังการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ	90
4.10	โมเดลงานวิจัยหลังผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ	91



บทที่ 1

บทนำ

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารอมสลิน” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีรายละเอียด บทนำ ดังต่อไปนี้

- 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
- 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย
- 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
 - 1.3.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ
 - 1.3.2 ประโยชน์เชิงบริหาร
- 1.4 ขอบเขตงานวิจัย
 - 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา
 - 1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง
- 1.5 นิยามคำศัพท์

1.1 ความเป็นมาและที่มาของปัญหา

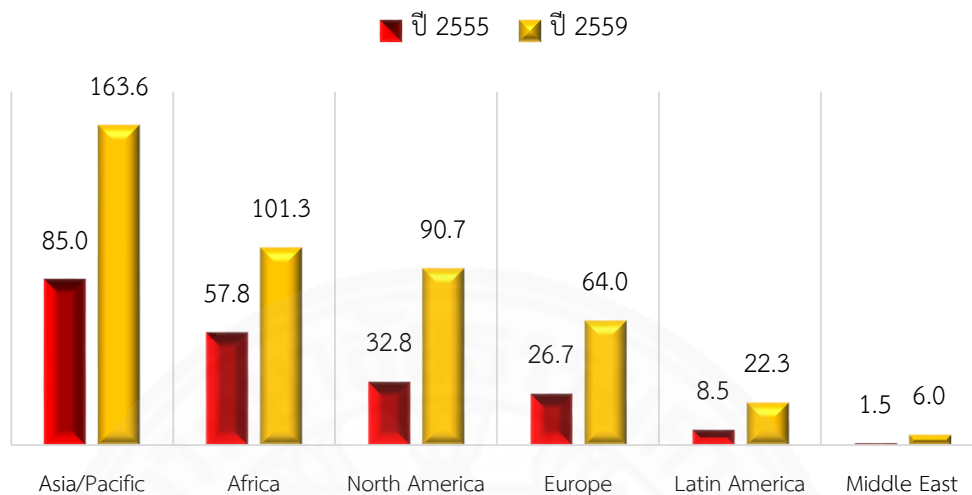
ในปัจจุบันระบบการทำธุรกรรมทางการเงินของประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งถือว่ามี ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ ที่ต้องการทำธุรกรรมการเงินด้วยความสะดวก และรวดเร็ว ทำให้ผู้ให้บริการอย่างสถาบันการเงินได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการชำระเงิน ซึ่งจากเดิมที่ต้องใช้บริการหน้าเคาเตอร์ธนาคารหรือตู้ ATM ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้เกิดช่องทางในการให้บริการทางการเงิน มากมาย เช่น การทำธุรกรรมการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การทำธุรกรรมผ่านทาง โทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต โดยการใช้แอปพลิเคชัน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะโอนเงิน หรือ ชำระค่าบริการต่างๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ตได้ตลอดเวลา ส่งผลให้ผู้ใช้บริการต้องมีการปรับตัวในการทำธุรกรรมการเงินเพิ่มขึ้น อีกทั้งการให้บริการทางด้านการเงิน โดยผ่านเทคโนโลยี สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ที่ต้องการขับเคลื่อน เศรษฐกิจของประเทศให้มีประสิทธิภาพและยังช่วยเพิ่มผลงานด้วยการใช้เวลาในการดำเนินงานที่ น้อยลง โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศได้ จึงได้

มุ่งเน้นให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกิจกรรม รวมถึงกระบวนการทางเศรษฐกิจและสังคมของทุกภาคส่วน

การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสมาร์ทโฟน ในปัจจุบันนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เรียกว่า Mobile Banking หรือธนาคารบนมือถือที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการมากขึ้น ซึ่งทางธนาคารออมสินก็ได้มีช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้ชื่อว่า “MyMo” เป็นระบบ Mobile Banking สำหรับธนาคารออมสินที่ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีเวลาปิดทำการ ไม่ต้องเดินทางไปธนาคาร และไม่ต้องรอคิวให้เสียเวลา ซึ่งการที่จะทำธุรกรรมผ่านมือถือได้ ผู้ใช้บริการต้องมี Wifi หรือ 3G 4G โดย MyMo เป็นแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่าย และมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย ที่สำคัญระบบมีความปลอดภัย และมีประสิทธิภาพสูง (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559)

กระแสโลกออนไลน์ได้สร้างรูปแบบใหม่ของการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงินที่แตกต่างจากเดิมอย่างสิ้นเชิง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในโลกการเงินได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคยุคใหม่ ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่สามารถดำเนินการได้ง่ายและสะดวกด้วยบริการ Mobile Banking ของธนาคารที่ถูกออกแบบมาให้ใช้งานได้ไม่ซับซ้อน และมีความปลอดภัยสูง สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา รวดเร็ว และสะดวกสบาย ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการดิจิทัลแบงก์กิ้ง (Digital Banking) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking เนื่องจากให้ความสะดวกสบาย และสามารถทำธุรกรรมได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเอง โดยผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องเดินทางไปทำธุรกรรมกับทางธนาคารโดยตรง ซึ่งสะท้อนจากผลสำรวจของ PwC’s Global Digital Banking Survey ที่ทำการสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารระดับสูงจากฝ่ายไอทีจำนวน 157 ราย ใน 14 ประเทศทั่วโลกพบว่าในปี 2559 ปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางสมาร์ทโฟนจะเติบโตถึงร้อยละ 64 นอกจากนี้ จากข้อมูลของบริษัท Statista สะท้อนถึงการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของเกือบทุกภูมิภาคทั่วโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและแอฟริกา ที่คาดว่าในปี 2559 จะมีผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือสูงถึง 163.6 และ 101.3 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีจำนวน 85 และ 57.8 ล้านคน ตามลำดับ (ดังภาพที่ 1.1)

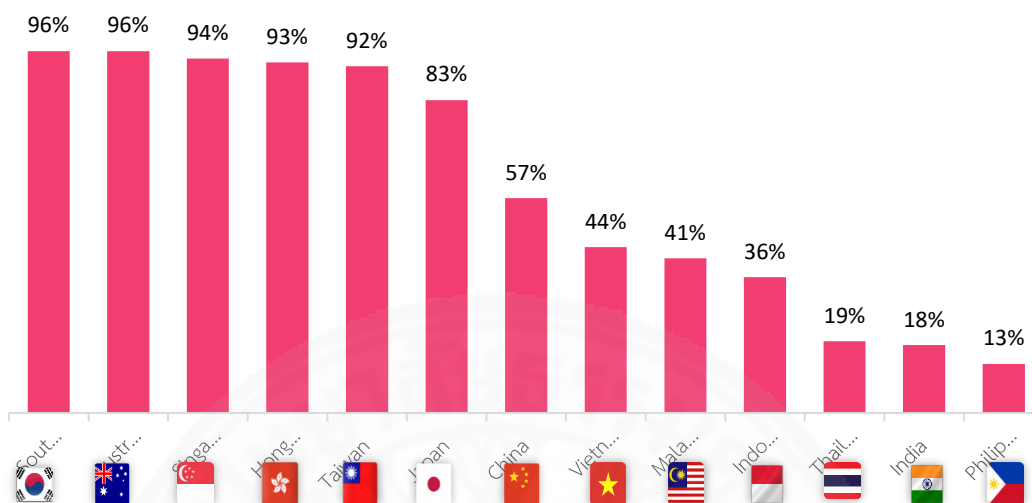
ประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ
ปี 2559 แบ่งตามภูมิภาค (หน่วย : ล้านคน)



ภาพที่ 1.1 ประมาณการจำนวนผู้ใช้บริการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ปี 2559 แบ่งตามภูมิภาค
ที่มา : ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559

จากข้อมูลการใช้บริการ Digital Banking ของไทยเทียบกับประเทศต่างๆ ในเอเชีย ปี 2557 พบว่าไทยมีลูกค้าที่ใช้บริการทางการเงินดิจิทัลเพียงร้อยละ 19 ของฐานลูกค้าที่ใช้บริการทางการเงินทั้งหมด ในขณะที่ประเทศในอาเซียน เช่น เวียดนาม, มาเลเซีย และอินโดนีเซีย มีจำนวนผู้ใช้บริการทางการเงินดิจิทัลสูงกว่าไทย (ดังภาพที่ 1.2) และจากผลสำรวจของบริษัท Gallup ในปี 2559 พบว่าไทยยังมีลูกค้าที่นิยมใช้บริการผ่านสาขาสูงถึงร้อยละ 83 และมีการใช้บริการผ่านช่องทาง Online ร้อยละ 41 และ Mobile Application ร้อยละ 35 (ดังภาพที่ 1.3) แสดงให้เห็นว่าบริการทางการเงินดิจิทัลของไทยยังคงมีช่องว่างสำหรับการพัฒนาในด้านนี้อยู่มาก ประกอบกับการพัฒนาโครงข่าย 4G ของผู้ให้บริการเครือข่ายโทรคมนาคม ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ Digital Banking ของไทยมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ให้บริการทางการเงินที่จะนำ Digital Banking มาใช้ในการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ผลลัพธ์และบริการผ่านทุกช่องทางดิจิทัล เพื่อตอบสนองสภาพแวดล้อมทางสังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

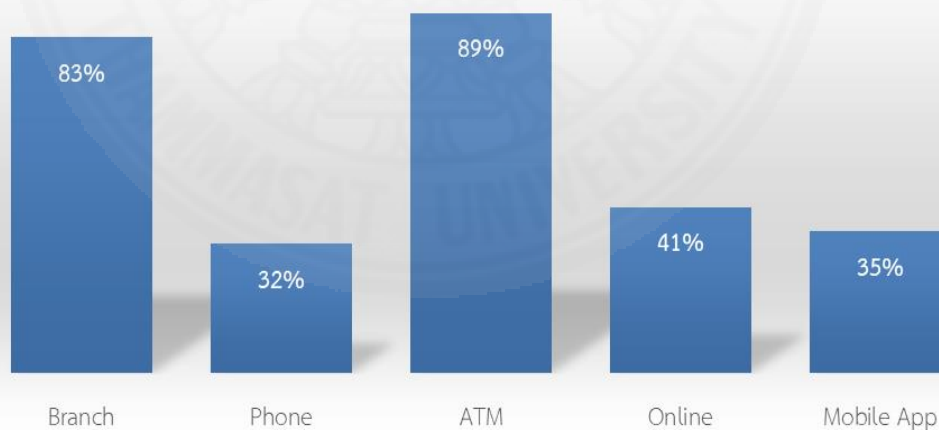
อัตราผู้ใช้ Digital Banking ในเอเชีย ปี 2557



ภาพที่ 1.2 อัตราผู้ใช้ Digital Banking ในเอเชีย ปี 2557

ที่มา : ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559

ผลสำรวจช่องทางการใช้บริการทางการเงินของไทย ปี 2559



ภาพที่ 1.3 ผลสำรวจช่องทางการใช้บริการทางการเงินของไทย ปี 2559

ที่มา : ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559

สำหรับประเทศไทย บริการทางการเงินดิจิทัลที่มีการพัฒนาจนได้รับความนิยมและมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องคือ บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสเทคโนโลยี โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้า

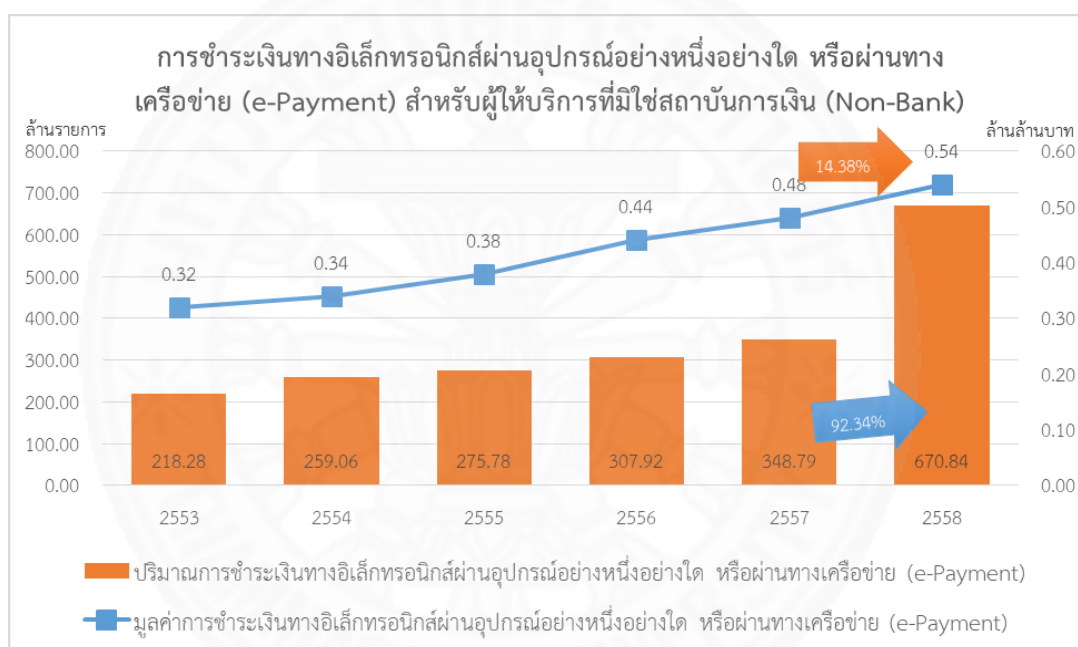
ออนไลน์มากขึ้น ทำให้มีการทำธุรกรรมการเงินออนไลน์มากขึ้น เพื่อชำระสินค้า/บริการออนไลน์ ซึ่งจากข้อมูลการสำรวจของวิชา ระบุว่า กลุ่มผู้บริโภคทั้งเจนเอ็กซ์และเจนวาย นิยมชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตในจำนวนเท่าๆ กันอยู่ที่ร้อยละ 81 และ 82 เพราะประหยัดเวลารวดเร็ว และสะดวกมากกว่าใช้เงินสด นอกจากนี้ จากข้อมูลสถิติธุรกรรมชำระเงินของธนาคารแห่งประเทศไทย ปี 2553–2558 พบว่าทั้งปริมาณและมูลค่าการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใด หรือผ่านทางเครือข่าย (e-Payment) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านปริมาณการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) ปี 2558 ที่เติบโตสูงถึงร้อยละ 34.92 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยสัดส่วนปริมาณการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน (Bank) และผู้ให้บริการที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน (Non-Bank) อยู่ที่ร้อยละ 64.10 และ 35.90 ตามลำดับ (ดังภาพที่ 1.4) ทั้งนี้ การเติบโตของ e-Payment มีมุมมองที่น่าสนใจ ดังนี้



ภาพที่ 1.4 การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใด หรือผ่านทางเครือข่าย (e-Payment)

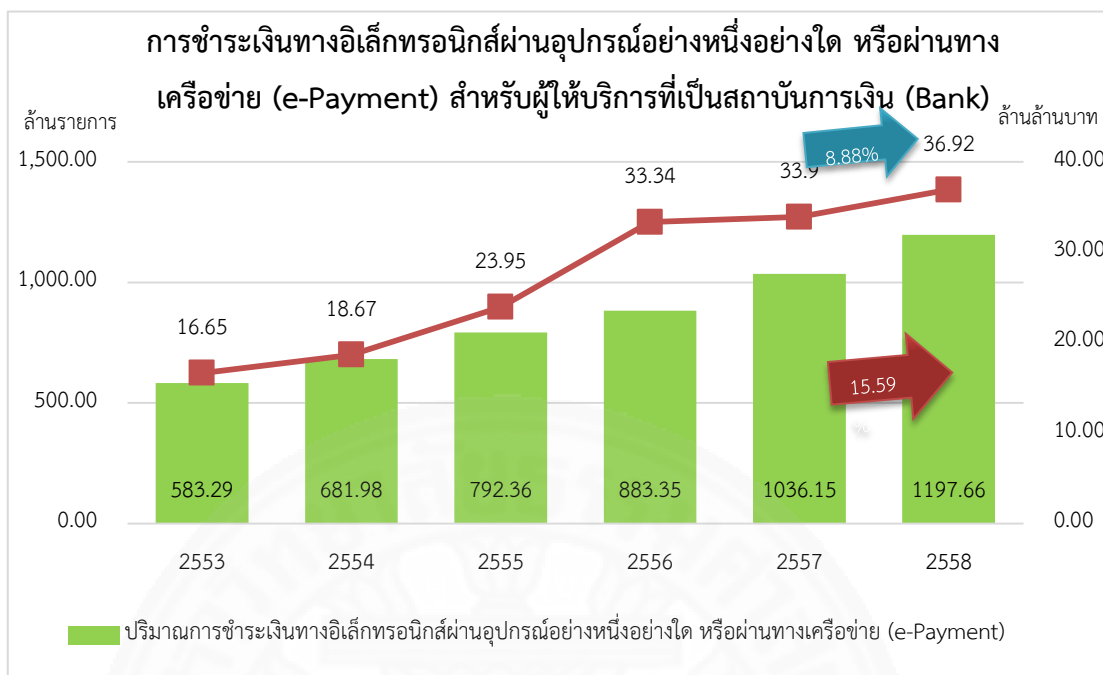
ที่มา : ปียพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559

ถึงแม้สัดส่วนรวมถึงปริมาณและมูลค่าการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน (Bank) จะยังคงสูงกว่าผู้ให้บริการที่ไม่มีใช้สถาบันการเงิน (Non-Bank) แต่เมื่อพิจารณาอัตราการเพิ่มขึ้นของการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2558 เทียบกับปี 2557 พบว่าอัตราการเพิ่มของปริมาณและมูลค่าการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านผู้ให้บริการที่ไม่มีใช้สถาบันการเงิน (Non-Bank) อยู่ที่ร้อยละ 92.34 และ 14.38 ตามลำดับ (ดังภาพที่ 1.5) ซึ่งสูงกว่าผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน (Bank) ที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.59 และ 8.88 ตามลำดับ (ดังภาพที่ 1.6) แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการที่ไม่มีใช้สถาบันการเงิน (Non-Bank) เริ่มเข้ามามีบทบาทในระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น



ภาพที่ 1.5 การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใด หรือผ่านทางเครือข่าย (e-Payment) สำหรับผู้ให้บริการที่ไม่มีใช้สถาบันการเงิน (Non-Bank)

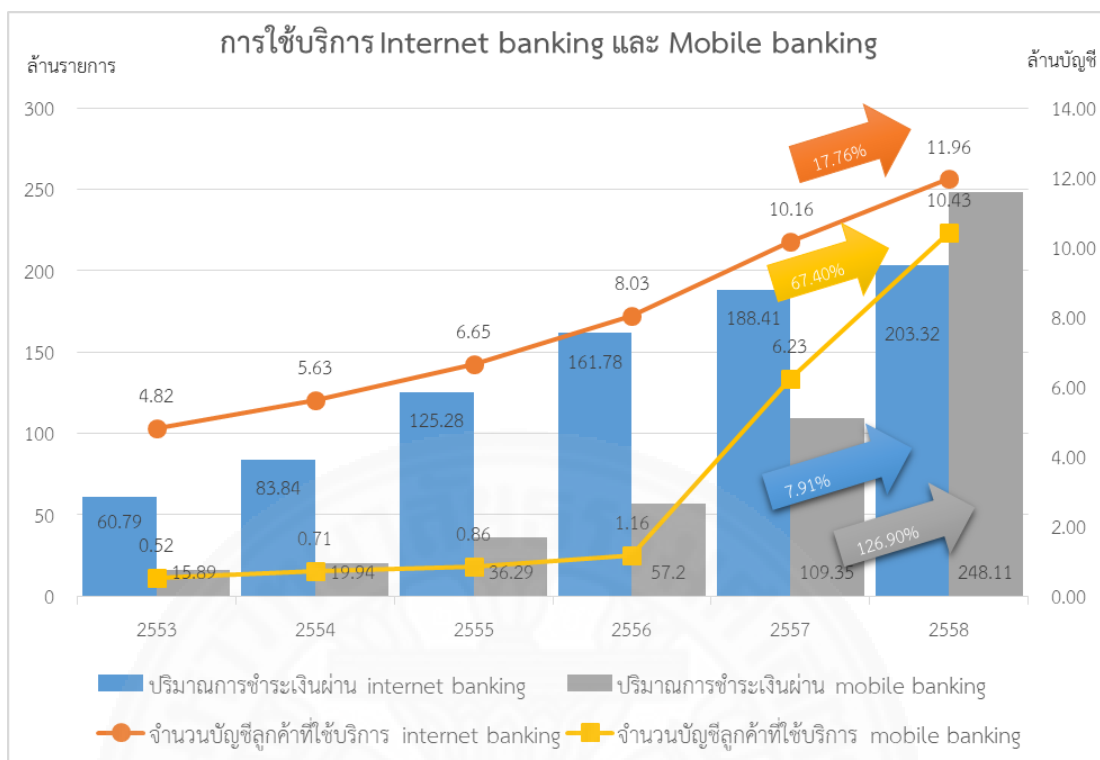
ที่มา : ปัยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559



ภาพที่ 1.6 การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์อย่างหนึ่งอย่างใด หรือผ่านทางเครือข่าย (e-payment) สำหรับผู้ให้บริการที่เป็นสถาบันการเงิน (Bank)

ที่มา : ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย ระบุว่า การเติบโตของบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Internet Banking ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวน 11.96 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.76 เมื่อเทียบกับสิ้นปี 2557 ซึ่งมีจำนวน 10.16 ล้านบัญชี ในขณะที่จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking ณ สิ้นปี 2558 มีจำนวน 10.43 ล้านบัญชี เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 67.40 เมื่อเทียบกับ สิ้นปี 2557 ซึ่งมีจำนวน 6.23 ล้านบัญชี อีกทั้งเมื่อพิจารณาอัตราการเพิ่มขึ้นของธุรกรรมชำระเงิน ผ่านทั้ง 2 บริการ ในปี 2558 เทียบกับปี 2557 พบว่าปริมาณการทำธุรกรรมชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking มีอัตราการเติบโตร้อยละ 126.90 ซึ่งสูงกว่าปริมาณการทำธุรกรรมชำระเงินผ่านบริการ Internet Banking ซึ่งมีอัตราการเติบโตเพียงร้อยละ 7.91 แสดงให้เห็นว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านบริการ Mobile Banking มีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่าน Internet Banking เนื่องจากสามารถตอบสนองกับการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภคยุคใหม่ในการทำธุรกรรมได้ง่าย รวดเร็ว ทุกที่และทุกเวลา ดังภาพที่ 1.7



ภาพที่ 1.7 การใช้บริการ Internet banking และ Mobile Banking
ที่มา : ปียพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559

สำหรับการบริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking นั้นมีประโยชน์ต่อธนาคารและลูกค้า โดยประโยชน์ของ Mobile Banking ต่อธนาคารนั้นพบว่า Mobile Banking ไม่ได้เป็นสาเหตุทำให้จำนวนสาขาของธนาคารลดลง แต่อัตราการเพิ่มของสาขาอาจจะลดน้อยลงและปรับรูปแบบจากเดิม รวมทั้งยังเป็นที่ปรึกษาทางการเงินให้กับลูกค้ามากขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดคุณค่า (Value) กับธนาคารได้มากกว่า เนื่องจากเพิ่มความสามารถให้ธนาคารนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้กับลูกค้าได้อย่างครบถ้วน ซึ่งดอกเบี้ยรับและค่าธรรมเนียมถือเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับธนาคาร สำหรับประโยชน์ของลูกค้าของธนาคารจาก Mobile Banking นั้น พบว่า Mobile Banking เป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้กับลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการลดระยะเวลาในการรอคิวที่สาขาและลดระยะเวลาในการเดินทาง อีกทั้งยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของลูกค้าที่มาทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาหรือเครื่องอัตโนมัติ (ATM) นอกจากนี้ด้วยความที่เป็น Mobile Banking ที่ใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบพกพา จึงสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่และทุกเวลา นอกจากนี้การเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซทำให้ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันของสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการใช้งานสะดวกสบายและง่าย ทำให้โอกาสในการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการผ่านสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

การเพิ่มช่องทางการให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคาร ด้วยรูปแบบต่าง ๆ ทั้งผ่านทางเว็บไซต์ หรือผ่านทางแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ที่นำมาใช้ส่งเสริมให้ธนาคารสามารถเพิ่มช่องทางในการหารายได้ ขยายฐานลูกค้า รักษาส่วนแบ่งทางการตลาด และยังสามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานได้อีกด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ธนาคารที่มีรูปแบบการให้บริการผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้นเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ และยังเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการของธนาคารได้อีกทางหนึ่งด้วยเช่นกัน การให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินบนระบบอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นอีกหนึ่งทางเลือกใหม่สำหรับลูกค้าของธนาคารในปัจจุบัน เพราะเนื่องจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีทางระบบการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงได้ง่ายผ่านทางอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและใช้เวลาไม่ยาวนานนัก จึงทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีความแตกต่างจากการทำธุรกรรมทางการเงินแบบเก่าโดยสิ้นเชิง ซึ่งอัตราการให้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตนั้นมีแนวโน้มที่มีผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ด้วยตนเอง เปรียบเสมือนมีธนาคารออนไลน์ส่วนตัวที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นช่องทางการให้บริการทางการตลาดใหม่ที่ผู้ให้บริการจะสามารถสร้างรายได้จากค่าธรรมเนียมการให้บริการต่าง ๆ จากลูกค้ากลุ่มบุคคลธรรมดา ลูกค้ากลุ่มธุรกิจกับธุรกิจ และลูกค้ากลุ่มธุรกิจกับผู้บริโภค

Mobile Banking คือ การทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารต่างๆ ที่เปิดให้บริการผ่านช่องทางผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งมีการให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย โดยเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ GPRS, EDGE, 3G, 4G หรือผ่านทางระบบเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (GSB MoneyTrend, 2560)

MyMoเป็นระบบ Mobile Banking สำหรับธนาคารออมสิน ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านระบบสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่าย และมีฟังก์ชันครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายและอำนวยความสะดวกในการใช้งานให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น บริการครบทุกบัญชีในแอปพลิเคชันเดียว, การแจ้งเตือนผ่าน Application Push Notification, การเรียกดู Statement ย้อนหลังสูงสุด 5 ปี, บริการซื้อสลากดิจิทัล (Digital Salak), หรือบริการ MyMo My Card ถอนเงินสดจากตู้ ATM โดยไม่ต้องใช้บัตร ซึ่งใช้งานได้ทุกที่ทั่วโลกผ่าน 3G, 4G และ Wi-Fi ทั้งนี้ MyMo มีระบบความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ แต่เนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจสถาบันการเงินมีการแข่งขันสูง และธนาคารออมสินเพิ่งได้นำเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking มาใช้เมื่อกลางปี 2558 เพื่อให้สามารถแข่งกับธนาคารพาณิชย์ในพื้นที่ได้

ดังนั้น การศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน จึงมีประโยชน์และมีความสำคัญ

เนื่องจากผลของการศึกษาสามารถช่วยให้ธนาคารสามารถปรับปรุงระบบ Mobile Banking ให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจแล้วนำไปสู่การยอมรับเทคโนโลยีของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษางานวิจัย ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน

1.2.2 เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการยอมรับการใช้เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1.3.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

ได้นำองค์ความรู้ใหม่ไปปรับใช้กับงานเชิงวิชาการทางด้านองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดและขยายผลต่อไป

1.3.2 ประโยชน์เชิงบริหาร

สามารถนำความรู้จากผลการวิจัยไปพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking ให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงินเพิ่มมากขึ้น

1.4 ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตงานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” ประกอบไปด้วยขอบเขตงานวิจัยด้านเนื้อหา การศึกษา และด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา

บริบทที่ศึกษาในส่วนของ MyMo Mobile Banking เป็นการทางองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินในการทำธุรกรรมทางการเงิน

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้จะทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้แอปพลิเคชัน MyMo ในจังหวัดอุบลราชธานี

1.5 นิยามศัพท์

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารอมสิน” นั้น มีนิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้

(1) MyMo Mobile Banking หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินที่มีเฉพาะของธนาคารอมสิน โดยเปิดให้บริการผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีฟังก์ชันรองรับในการใช้งาน เพื่อสามารถเชื่อมต่อบริบบสมาร์ตโฟนไปสู่แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอมสิน

(2) คุณภาพของระบบ (System Quality) หมายถึง ระบบของการบริการธุรกรรมทางการเงินจะต้องมีความแม่นยำ เสถียร มีความปลอดภัยสูงและยังสามารถเข้าไปใช้บริการได้ โดยง่าย เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนให้คนเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวกและมีความมั่นใจที่จะใช้งาน

(3) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลที่สามารถเข้าใจง่ายครบถ้วนและมีความทันสมัยของข้อมูลผ่านทางระบบสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมให้คนมีความสนใจและสนับสนุนให้คนใช้บริการทางเลือกใหม่

(4) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการทางธุรกรรมทางการเงินที่เพิ่มความสะดวกสบายให้มีความสะดวกและง่ายมากขึ้น โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้การบริการที่มีคุณภาพ ได้แก่ การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่นให้กับคนใช้งาน และตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว

(5) คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics) หมายถึง รูปแบบและคุณลักษณะของแอปพลิเคชันที่นำเสนอให้ผู้ใช้งาน โดยมีรูปแบบและคุณลักษณะที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้และเหมาะสมกับระบบสารสนเทศ ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นบริการที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย เป็นบริการที่เชื่อถือได้ เป็นบริการที่รวดเร็วและทันเวลา

(6) การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันมายโม (Adoption to use MyMo) หมายถึง การยอมรับทำความเข้าใจและตัดสินใจที่จะนำเอาแอปพลิเคชันมายโมไปใช้ในชีวิตประจำวัน

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง“การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน” เพื่อให้เกิดความเข้าใจในงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษานี้ จึงทำการรวบรวมและเรียบเรียงแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยจะกล่าวดังต่อไปนี้

2.1 บริบทของงานที่ศึกษา

2.1.1 มายโม (MyMo Mobile Banking)

2.1.2 ขั้นตอนการสมัครและใช้บริการ MyMo

2.1.3 เทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แบบจำลองของ DeLone and Mclean (Information System SuccessModel: IS Success Model)

2.2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของระบบ

2.2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูล

2.2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม

2.2.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 ประมวลการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.2 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

2.1 บริบทงานวิจัยที่ศึกษา

2.1.1 มายโม (MyMo Mobile Banking)

มายโม (MyMo) คือ นวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ ที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถมีช่องทางเลือกในการทำธุรกรรมได้มากขึ้น ด้วยช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) ซึ่งเป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการของธนาคารให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของ

เทคโนโลยีในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ชื่อว่า “My money My mobile” หรือเรียกสั้นๆ ว่า “MyMo” ซึ่งได้มีการเปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2558

มายโม (MyMo) เป็นระบบ Mobile Banking หรือธนาคารบนมือถือ สำหรับธนาคารออมสิน ที่เข้ามาอำนวยความสะดวกให้กับเรามากขึ้น เราสามารถทำธุรกรรมผ่านมือถือได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีเวลาเปิด-ปิดทำการ ไม่ต้องเดินทางไปธนาคารด้วยตนเอง ไม่ต้องเสียเวลารอรับบัตรคิว และไม่ต้องเสียเวลาเผชิญกับปัญหาการติด การที่เราจะทำธุรกรรมผ่านมือถือได้ต้องมี Wifi หรือ 3G 4G โดย MyMo เป็นแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่าย และมีฟังก์ชันที่ครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายด้วยระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพสูง

MyMo มีการให้บริการด้านการเงินของ Mobile Banking (MyMo) เปรียบเสมือนการที่ลูกค้าใช้บริการอยู่ที่สาขาของธนาคาร โดยมีคุณสมบัติพื้นฐาน ดังนี้

1. บริการโอนเงินภายในธนาคาร
2. บริการโอนเงิน QR Code ผ่าน MyMo Pay
3. บริการโอนเงินผ่านธนาคาร (ORFT)
4. บริการโอนเงิน GSB PromptPay(พร้อมเพย์)
5. บริการรับชำระสินค้าและค่าบริการ
6. บริการรับชำระค่าสินค้าและบริการ หรือจ่ายบิล โดยสแกน Barcode
7. บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ (Mobile Top Up)
8. บริการสลากดิจิทัล (Digital Salak on MyMo)
9. บริการเงินฝากสงเคราะห์ชีวิต (GSB Life on MyMo)
10. บริการถอนเงินสดผ่าน MyMo(MyMo My Card) บริการด้านการเงิน

(Non-Financial)

11. สอบถามยอดบัญชี
12. เช็คระวัตติการทำรายการบัญชีย้อนหลังสูงสุด 5 ปี
13. ลงทะเบียน GSB PromptPay(พร้อมเพย์)

และยังมีบริการที่เหนือกว่าด้วยการแสดงข้อมูลบัญชี (Account Detail) ที่มีกับธนาคารออมสินทุกบัญชี และระบบแจ้งเตือน (Message Alert) ธุรกรรมทางการเงินทุกบัญชีในรูปแบบ Push Notification โดยอาศัยแนวคิดที่ว่าให้ธนาคารอยู่กับผู้ใช้บริการทุกที่ทุกเวลา ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต 3G, 4G และ Wifi

เอกสารประกอบการสมัคร

1. บัตรประชาชน
2. สมุดบัญชี
3. เบอร์โทรศัพท์

เงื่อนไขและขั้นตอนการสมัครมายโม

คุณสมบัติของลูกค้ายจะต้องเป็นบุคคลธรรมดา มีสัญชาติไทย อายุ 15 ปี ขึ้นไป โดยสามารถสมัครใช้บริการได้ด้วยตนเอง เพียงแค่แสดงบัตรประชาชน และสมุดบัญชีเงินฝาก เพื่อเรียกหรือกระแสรายวันของธนาคารออมสินในชื่อของตนเอง พร้อมทั้งหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบ Smart Phone ที่มีระบบปฏิบัติการ iOS หรือ Android โดยลงทะเบียนได้ที่ธนาคารออมสินทุกสาขาทั่วประเทศ จากนั้นรอ SMS ยืนยันการใช้งาน แล้วดาวน์โหลดติดตั้งแอปพลิเคชัน และเปิดใช้บริการตามขั้นตอน จึงสามารถเริ่มต้นใช้บริการได้

การ Active เข้าใช้งานครั้งแรก

ผู้ใช้บริการสามารถ Activate เข้าระบบได้ ต่อเมื่อได้มีการสมัครใช้บริการที่สาขาธนาคารออมสินก่อนแล้วเท่านั้น เมื่อดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจะแสดงข้อความสวัสดิ์ผู้ใช้งานและให้เลือกภาษา กรอกหมายเลขบัตรประชาชน และกำหนดค่า Passcode เป็นตัวเลข 6 หลัก (Global Administrator, 2560)บริการมายโม (MyMo) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สะดวก ปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลดีต่อทุกภาคส่วน ดังนี้

- **ภาคประชาชน** : สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทำได้โดยง่ายและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ผ่านช่องทางและบริการชำระเงินที่หลากหลาย ทั้งการโอนเงิน, การถอนเงิน, การชำระเงินตามใบแจ้งหนี้, การชำระค่าสินค้า, และบริการทางออนไลน์ รวมถึงการเพิ่มความปลอดภัยในการใช้เงินสด ประชาชนไม่จำเป็นต้องพกเงินสดเป็นจำนวนมาก (Cashless Society) เพียงแค่มีเงินในบัญชี เราสามารถชำระเงินโดย Scan ผ่าน QR Code ได้ อีกทั้งยังเพิ่มความปลอดภัยในระบบ บุคคลที่จะสามารถเข้าใช้ MyMo ได้นั้น ต้องเป็นเจ้าของโทรศัพท์หรือเจ้าของบัญชีเท่านั้น โดยการใส่รหัส Username และ Password เพื่อยืนยันตัวตน หรือผูกบัญชี โดยจะมีเจ้าหน้าที่ทำการตรวจสอบ แล้วยังเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ลดการเสียเวลา ภาระค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร หากเรามีอินเทอร์เน็ต และ MyMo ก็ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้ MyMo สามารถโอนเงินผ่านระบบ Promptpay ได้ โดยเสียค่าธรรมเนียมตามอัตราที่เหมาะสม (กรณีไม่เกิน 5,000 บาท ไม่เสียค่าธรรมเนียม)

- **ภาคธุรกิจ** : เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในภาคธุรกิจ โดยสามารถรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สะดวก รวดเร็ว ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ โดยกรณีลูกค้าเงินสด

ไม่เพียงพอ หรือไม่มีบัตร ATM ก็สามารถชำระผ่าน QR Code ได้ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสทางธุรกิจจากการที่ลูกค้าสามารถชำระเงินได้สะดวกรวดเร็ว ด้วยต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ทั้งยังเพิ่มความปลอดภัย ลดความเสี่ยงในการเก็บรักษาเงินสด ลดภาระค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน การจัดเก็บเงิน หรือฝากเงินเข้าธนาคารในแต่ละครั้ง นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ ซึ่งสามารถรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้สะดวก และได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้า รวมถึงเพิ่มช่องทางในการรับชำระสินค้าและบริการ เช่น ชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มความสะดวกของลูกค้าในการชำระเงินได้อีกรูปแบบหนึ่ง

- **ภาครัฐ** : เพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูล MyMo ของลูกค้า เช่น กรณีการชำระเงินแบบ พร้อมเพย์ ได้รองรับการส่งข้อมูลภาษีผ่านระบบภาษีอิเล็กทรอนิกส์ไปพร้อมกับข้อมูลการชำระเงิน ซึ่งสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลสนับสนุนการจัดเก็บภาษีให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

- **เศรษฐกิจในภาพรวม** : สนับสนุนการลดใช้เงินสดในทุกภาคส่วนโดยเฉพาะภาคการเงิน การคลังและการธนาคาร ซึ่งสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการธนบัตรของประเทศ เช่น การพิมพ์ การขนส่ง การนับคัด และการทำลายธนบัตร ทั้งยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจการใช้จ่าย MyMo เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และส่งเสริมศักยภาพความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ ข้อมูลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ยังสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ กำหนดนโยบายช่วยเหลือทางด้านธุรกิจ และประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

2.1.2 ขั้นตอนการสมัครและใช้บริการ MyMo



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนการสมัครและใช้บริการ MyMo Mobile Banking

จากรูปภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการสมัคร 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ลงทะเบียนที่สาขาออมสิน
2. รอ SMS ยืนยันภายใน 48 ชั่วโมง
3. ดาวน์โหลดและเปิดใช้บริการและมีขั้นตอนการใช้บริการ MyMo Mobile

Banking 2 ขั้นตอนดังนี้

1. เข้าสู่ระบบทาง Mobile Banking
2. เลือกรายการที่ต้องการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น โอนเงินผ่าน

โทรศัพท์มือถือ, จ่ายค่างวดสินเชื่อ, จ่ายบิลโดยสแกนบาร์โค้ด, เติมเงิน, ถอนเงินผ่านตู้ATM โดยไม่ต้องใช้บัตร

2.1.3 เทคโนโลยีทางการเงิน (Financial Technology)

คำว่า “ฟินเทค”(Fintech) เป็นคำใหม่ที่เกิดจากการรวมคำ 2 คำ ระหว่างคำว่า “Finance” และ “Technology” ฟินเทคจึงหมายถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อช่วยระบบทางการเงิน เช่น เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีการเข้ารหัส เทคโนโลยีระบบอัตโนมัติ แต่เทคโนโลยีที่พลิกโฉมวงการการเงินคือเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ไว้ด้วยกัน ทำให้การสื่อสารไร้พรมแดน และเมื่อถูกใช้เพื่อระบบทางการเงินแล้วจึงทำให้เกิดการเงินไร้พรมแดนเช่นกัน เกิดเป็นระบบทางการเงินออนไลน์ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา และลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ในอดีตต้องจ่าย (วัชรกร ร่วมรักษ์, 2559)

หากเปรียบเทียบระหว่างธุรกิจที่เข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายและเข้าถึงได้ยากแล้ว ธุรกิจที่เข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายจะมีอัตราการเติบโตสูงกว่า เพราะสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายกว่า ลงทุนได้สูงกว่า ผลกำไรและอัตราการเติบโตจึงสูงกว่า ดังนั้นปัญหาการเข้าถึงบริการทางการเงินอาจจะเป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาความยากจน และความเหลื่อมล้ำทางรายได้ โดยเฉพาะในประเทศด้อยพัฒนาหรือกำลังพัฒนา (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2558) สาเหตุที่ทำให้สังคมบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายคือ ภูมิฐานะอยู่ห่างไกลจากธนาคาร ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อเข้าถึงแหล่งเงินทุนยังไม่คุ้มค่า ตั๋วเงินสดยังไม่กระจายถึงแหล่งชุมชนที่อยู่ห่างไกล รวมทั้งทัศนคติของคนบางกลุ่มที่ตัวเองว่าตนมีเงินน้อยเกินกว่าที่จะได้รับประโยชน์จากการใช้บริการทางการเงินในระบบ หรือไม่ไว้วางใจระบบทางการเงินเพราะขาดความรู้ความเข้าใจ (Life SREDA VC, 2016) จากการศึกษาจำนวนมากพบว่า แหล่งชุมชนที่สามารถเข้าถึงแหล่งการเงินได้ง่ายจะมีการพัฒนาได้ดี และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนได้ดีกว่า เนื่องจากสามารถทำธุรกิจได้อย่างราบรื่นและสามารถขยายธุรกิจได้ง่ายและรวดเร็ว รวมถึงลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก

เหตุการณ์ฉุกเฉินต่าง ๆ ธุรกิจที่ยั่งยืนหนึ่งประเภทสามารถสร้างอาชีพให้กับหลาย ๆ คน และเพิ่มโอกาสให้กับผู้ด้อยโอกาสสามารถมีงานทำ (Robert et al., 2014) การเพิ่มความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนที่ห่างไกล และการเพิ่มสาขาเพื่อขยายบริการทางการเงินให้เข้าถึงแหล่งชุมชนย่อย ๆ เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน และความเหลื่อมล้ำทางรายได้ (IMF, 2016)

การเพิ่มโอกาสเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ด้อยโอกาสหรือผู้ที่อยู่ห่างไกลด้วยการขยายสาขาอาจส่งผลดีต่อลูกค้า แต่จะเกิดผลเสียต่อธนาคาร เนื่องจากต้องลงทุนเพิ่มเพื่อสร้างสาขาใหม่และเสี่ยงต่อการขาดทุนเพราะกลุ่มเป้าหมายมีจำนวนน้อย และสร้างกำไรได้ไม่เท่ากับต้นทุน แต่ฟินเทคสามารถช่วยเหลือได้ทั้ง 2 ฝ่าย เนื่องจากฟินเทคสามารถทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ฟินเทคสามารถเชื่อมโยงแหล่งเงินทุนของธนาคารและผู้ด้อยโอกาสหรือผู้ที่อยู่ห่างไกลให้อยู่ใกล้กัน ฟินเทคจึงเป็นเทคโนโลยีประสิทธิภาพสูงในการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็น การฝากเงิน การถอนเงิน การกู้เงิน การให้คำปรึกษาทางการเงิน ด้วยบริการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ปลอดภัย สะดวกรวดเร็ว ฟินเทคสามารถสร้างธุรกิจใหม่ ๆ ให้กับชุมชนที่ห่างไกล เช่น การขายของออนไลน์ที่ทำให้ผู้ผลิตสามารถขายผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปยังลูกค้าได้โดยตรง ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน ในขณะที่เดียวกันธนาคารก็ได้รับฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น ได้รับการกู้เงินเพิ่ม กระแสเงินสดเดินสะพัดอย่างมาก แต่ไม่เสียเม็ดเงินมากในการลงทุน และสามารถขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มคนรากหญ้าอันเป็นโอกาสทางธุรกิจอย่างมหาศาล (FI2020, 2016) ข้อดีของฟินเทคมีหลายอย่าง เช่น ฟินเทคสามารถช่วยให้ธุรกรรมทางการเงินมีความโปร่งใสด้วยกระบวนการตรวจสอบและยืนยันตัวตนของลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ ฟินเทคขยายขอบเขตการให้บริการอย่างไม่มีขีดจำกัด ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ฟินเทคช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำธุรกรรมชำระและโอนเงิน ฟินเทคช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและลดต้นทุนแก่กลุ่มลูกค้าในการฝากหรือออมเงิน ฟินเทคเพิ่มโอกาสในการอนุมัติสินเชื่อให้เอื้อต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้มีรายได้น้อยมากขึ้น

ข้อดีของฟินเทคนั้นมีมากมาย ข้อดีสำคัญประการหนึ่งคือความสามารถในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลมหาศาลนี้ส่งผลให้ผู้ให้บริการสามารถประเมินสินเชื่อกลุ่มลูกค้าที่ขาดข้อมูลหรือประวัติทางการเงินได้ เนื่องจากในอดีตที่ผ่านมาอุปสรรคสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้มีรายได้น้อยมักไม่สามารถขอสินเชื่อจากธนาคารได้คือ การขาดประวัติทางการเงินที่น่าเชื่อถือซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาสินเชื่อ ฟินเทคจึงมีส่วนช่วยในการเข้าถึงบริการสินเชื่อได้โดยการเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทางการเงินเข้าถึงฐานข้อมูลดิจิทัลของลูกค้าได้จากหลากหลายแหล่ง และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการประเมินสินเชื่อ เช่น ข้อมูลธุรกรรมชำระการเงินในอดีต ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากแบบทดสอบเชิงจิตวิทยา (Psychometric Test) ข้อมูลจากบริษัทให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ และข้อมูลระบุพิกัดตำแหน่งของผู้ใช้งาน เป็นต้น ข้อดีประการที่สอง คือการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างโปร่งใส โดยฟินเทคมีการตรวจจับการทุจริตทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้ให้บริการสามารถ

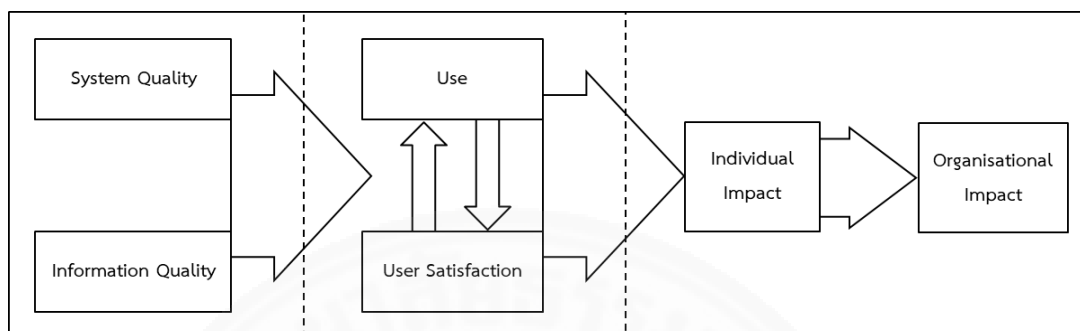
ตรวจสอบตัวตนลูกค้าระหว่างแหล่งข้อมูลได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่นการจัดตั้งศูนย์รวบรวมการทุจริตในประเทศอินเดีย ที่เปิดให้ผู้ให้บริการทางการเงินสามารถบันทึกและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการทุจริตต่าง ๆ และความเสียหายที่เกี่ยวข้องได้ รวมทั้งช่วยให้ผู้ปล่อยสินเชื่อที่มองเห็นความเสี่ยงของธุรกรรมการเงินได้ตลอดเวลา และตรวจจับพฤติกรรมกรรมการทุจริตได้ง่ายยิ่งขึ้นในขณะเดียวกัน 핀เทคก็เพิ่มช่องทางการปล่อยสินเชื่อ โดยอาศัยนวัตกรรมการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงนวัตกรรมอื่น ๆ เช่น เทคโนโลยีจ่ายเมื่อใช้งานจริง (Pay-as-you-go) หรือการให้สินเชื่อแบบบุคคลต่อบุคคล (Peer-to-peer Lending) ที่ทำให้ผู้ให้บริการทางการเงินสามารถขยายตลาดสินเชื่อไปยังกลุ่มลูกค้าฐานรากได้มากขึ้น และคิดดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำลงได้ เพราะฟินเทคยังช่วยลดความเสี่ยงจากการปล่อยสินเชื่อ ข้อดีประการที่สาม คือฟินเทคช่วยทำให้เกิดบริการการเงินรูปแบบใหม่อย่างมากมาย แต่บริการที่แพร่หลายมากที่สุดคือ กลุ่มการชำระและโอนเงิน (Payments/Transfers) สาเหตุที่ผู้ให้บริการหลายรายเลือกที่จะเจาะตลาดลูกค้าฐานล่างโดยเริ่มจากบริการชำระและโอนเงินนั้น เป็นเพราะบริการดังกล่าวมีข้อได้เปรียบกว่าบริการแบบดั้งเดิมอย่างชัดเจน กล่าวคือ ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางไกลเพื่อรับ-ส่งเงินหรือชำระค่าสินค้า ทำให้พวกเขาประหยัดต้นทุนในการเดินทางและเวลาได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ลูกค้าสามารถทราบได้ทันทีว่าธุรกรรมทางการเงินที่ตนทำนั้นบรรลุผลสำเร็จด้วยดีหรือไม่ การเริ่มต้นจากระบบการชำระและโอนเงินจึงเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการสร้างความเชื่อใจของลูกค้าที่มีต่อฟินเทค จากนั้นผู้ให้บริการก็อาจขยายการให้บริการที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เช่น การทำประกันภัย การปล่อยสินเชื่อ ฯลฯ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แบบจำลองของ DeLone and Mclean (Information System Success Model: IS Success Model)

ดีโลน และแมคคลีน (DeLone & Mclean, 2003) ได้พัฒนาโมเดลแห่งความสำเร็จของระบบสารสนเทศซึ่งประกอบไปด้วย 6 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกันคือ คุณภาพของระบบ (System Quality), คุณภาพของข้อมูล (Information Quality), การใช้ระบบสารสนเทศ (Information System Use), การตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้ (User Satisfaction), ผลกระทบของ IS ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ (Individual Impact) รวมทั้งผลกระทบที่เกี่ยวกับองค์กร (Organizational Impact) โดยคุณภาพของระบบและคุณภาพของข้อมูลส่งผลกระทบต่อการใช้ และตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้ รวมถึงจำนวนของการใช้มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ก่อให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อบุคคล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อองค์กรด้วย (DeLone and McLean, 1992: 83-87) ในแบบจำลองวัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model) นี้ คุณภาพของระบบจะวัดความสำเร็จ

ทางด้านเทคนิค, คุณภาพของข้อมูลจะวัดความสำเร็จเกี่ยวกับความหมายของคำ และการใช้, ความพึงพอใจของผู้ใช้, ผลกระทบของ IS ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ และผลกระทบที่เกี่ยวกับองค์กรจะวัดความสำเร็จที่มีประสิทธิผล ดังภาพที่ 2.2



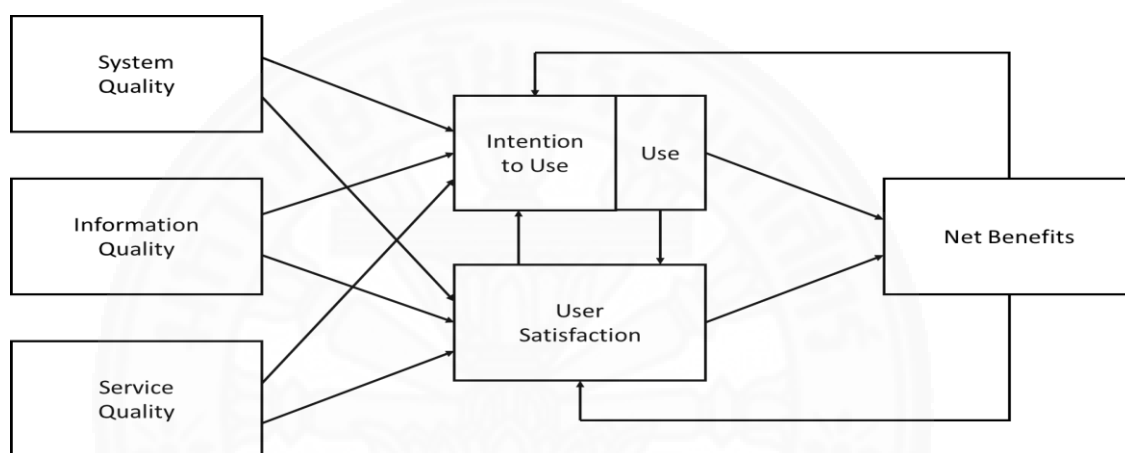
ภาพที่ 2.2 แบบจำลอง DeLone&McLean IS Success Model

ที่มา : DeLone, W. H., & Mclean, E. R., 1992

แบบจำลองของ D&M นำเสนอแนวทางในการคัดแยกจำนวนความสำเร็จของ IS รูปแบบความสำเร็จของโมเดล IS เป็นครั้งแรกที่เรียกร้องให้มีหลักฐานเพิ่มเติมและการตรวจสอบความถูกต้อง ดังนั้นจึงนำเสนอแบบจำลองที่ได้รับการปรับปรุง ซึ่งแสดงในรูปภาพที่ 2.3 โมเดล D&M ที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญสามประการ ดังนี้ ประการแรก โมเดลที่อัปเดตยอมรับคุณภาพของการบริการที่เป็นแบบจำลอง และยอมรับการวิพากษ์วิจารณ์ของ (Pitt et al., 1995) และประการที่สอง การเพิ่มความตั้งใจที่จะใช้ในการวัดทัศนคติของผู้ใช้ และคำติชมของ (Seddon, P.B., 1997) จึงได้จัดกลุ่มผลกระทบของแต่ละบุคคล และประการที่สาม ผลกระทบขององค์กรเป็นมาตรการเดียวที่เรียกว่า ผลประโยชน์สุทธิ (Net Benefits) DeLone และ McLean (2003) ได้รวมการวัดผลกระทบที่แตกต่างกันและจัดประเภทเป็นผลประโยชน์สุทธิ ในแบบจำลองที่ทำการปรับปรุงได้รวมมิติของความสำเร็จ 6 มิติด้วยกัน ซึ่งคุณภาพของข้อมูล, คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการมีผลต่อปัจจัยของการใช้กับความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ รวมถึงจำนวนของการใช้กับความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน และความพึงพอใจของผู้ใช้กับการใช้ระบบมีผลต่อผลประโยชน์สุทธิ

การพึ่งพารากฐานทางทฤษฎีของความสำเร็จ IS แต่สำหรับงานวิจัยอื่นๆ (Seddon et al., 1994) การพิจารณาความสำเร็จของทฤษฎี IS จำเป็นต้องมีความชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่อง (I) กระบวนการกับธรรมชาติ และ (II) การวัดมาตรการ (Sedera et al., 2013) ได้สรุปการศึกษาที่ผ่านมาเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมทางทฤษฎีของ DeLone และ McLean วิวัฒนาการโมเดลของ DeLone และ McLean เป็นขั้นตอนที่ทำในหลายขั้นตอนการผสมผสาน

โครงสร้างหลายอย่าง เช่น การวัดความสำเร็จ IS และการสร้างกรอบสำหรับนักวิจัยที่จะสร้างขึ้นในการแสวงหาเพื่อหามาตรการที่เหมาะสมและน่าพอใจของความสำเร็จ IS เมื่อพิจารณาจากการอ้างอิงที่เด่น ๆ ในบทความที่นำมาจากวารสารชั้นนำโมเดลการประสบความสำเร็จของ D&M กลายเป็นรูปแบบการประเมินที่โดดเด่นในงานวิจัย MIS ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นเพราะความเข้าใจและเรียบง่าย ตามที่ (Urbach et al., 2009) กล่าวว่า โมเดล IS ของ D&M เป็นรูปแบบการวัดการประสบความสำเร็จที่โดดเด่นและเป็นรูปแบบการวิจัยที่ครอบคลุมอย่างกว้างขวาง การศึกษาบางงานวิจัยทดสอบตามรูปแบบที่เป็นอยู่หรือใช้ร่วมกับโมเดลอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นส่วนหรือทั้งหมด



ภาพที่ 2.3 โมเดลความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ได้รับการปรับปรุงของ ดีโลน และแมคคีน
ที่มา : Delone, W. H. (2003), Journal of Management Information Systems, 19(4), 9-30.

2.2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของระบบ

คุณภาพของระบบ (System Quality) หมายถึง คุณภาพของระบบสารสนเทศ โดยสามารถเข้าถึงระบบสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้งานง่าย และมีความปลอดภัย โดยการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบใหม่สามารถส่งผลให้ผู้ใช้ตัดสินใจใช้งานระบบนั้น โดยจะต้องออกแบบให้ระบบมีความน่าเชื่อถือและสะดวกในการใช้งาน (DeLone & Mclean, 2003) นอกเหนือจากมาตรการทั่วไปเหล่านี้แล้ว ยังมีมาตรการเฉพาะเพื่อสำรวจลักษณะเฉพาะของภาคธนาคาร รวมไปถึงการทำธุรกรรมทางการเงินจะต้องทำให้ผู้ใช้งานรับรู้ถึงความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ ทั้งข้อมูลส่วนบุคคล เช่น การพิสูจน์ตัวตน, การปรับแต่ง, การกู้คืนข้อมูลและปัจจัยการรวมเข้าด้วยกัน โดยผ่านการสำรวจ และนำมาซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้คุณภาพของระบบมีคุณภาพและมีความถูกต้องแม่นยำ ได้แก่

1. ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง การรักษาข้อมูลด้านความเป็นส่วนตัวในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Sá et al., 2016)

2. ความปลอดภัย (Security) หมายถึงการทำธุรกรรมทางการเงินต้องมีระบบที่ให้ความสำคัญต่อเรื่องความปลอดภัยในการทำงานเป็นอย่างมาก (Yang et al., 2004)

3. ความรวดเร็ว (Speed) หมายถึง ความรวดเร็วในการให้บริการและความสามารถในการตอบสนองของเทคโนโลยีทันต่อความต้องการ (Zhou, T., 2012)

4. รูปแบบของระบบ (Design) หมายถึง มีความเฉพาะตัวหรือความเป็นเอกลักษณ์และมีองค์ประกอบต่าง ๆ ของศิลปะเข้ามาเป็นส่วนผสม

2.2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูล

คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) หมายถึง การวัดคุณภาพของสารสนเทศที่ได้รับจากระบบสารสนเทศ (Output) ซึ่งมีขอบเขตของการวัดผล เช่น ความถูกต้อง (Accuracy) ความแม่นยำ (Precision) ความทันสมัย (Currency) ความทันต่อเวลา (Timeliness) ความสมบูรณ์ (Completeness) ความสั้นกระชับ (Conciseness) และความสอดคล้องสัมพันธ์ (Relevance) เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจที่จะใช้บริการและเป็นปัจจัยทางบวกต่อระบบสารสนเทศ (Grudzien et al., 2016)ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้คุณภาพของข้อมูลที่มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือได้แก่ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูลความถูกต้องของข้อมูลและข้อมูลเข้าใจง่าย (DeLone & Mclean, 2003)

1. ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness) หมายถึง ข้อมูลต้องเป็นข้อมูลที่ให้ข้อเท็จจริง (facts) หรือข่าวสาร (information) ที่ครบถ้วนทุกด้านทุกประการ ไม่ขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไปทำให้นำไปใช้การไม่ได้ การทำธุรกรรมทางการเงินข้อมูลที่ได้รับบริการจะต้องมีเนื้อหาครบถ้วน และความชัดเจนของประโยคที่จะใช้ในการสื่อสารกับผู้ใช้งาน (Izyan et al., 2014)

2. ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy) หมายถึงข้อมูลที่ถูกต้อง สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการ โดยถ้าหากมีความผิดพลาดจะส่งผลด้านลบและต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ (Zaidi et al., 2012)

3. ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability) หมายถึง จะต้องสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายในทันทีที่อ่าน เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

2.2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการ

คุณภาพของการบริการ (Service Quality) คือหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับการดำรงไว้ซึ่งการได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ความหมายของคุณภาพการบริการ รวมถึงการประเมินผลโดยทั้งหมดของบริษัทที่ให้บริการเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพของบริษัทในสายงานทั้งหมดกับความคาดหวังทั่วไปของลูกค้า (Parasuraman et al., 1988)ถึงสิ่งที่บริษัทปฏิบัติกับสิ่งที่ส่งมอบ

อย่างแท้จริง คุณภาพการบริการคือความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าของประสิทธิภาพการบริการ ก่อนการเผชิญหน้าในการบริการและระดับการรับรู้ของบริการที่ได้รับ (Asubonteng et al., 1996)

คุณภาพการบริการ สามารถกล่าวได้ว่า เป็นความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของการบริการในภาพรวมที่มีความโดดเด่นเหนือกว่า โดยเป็นรูปแบบของทัศนคติ และเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ประสิทธิภาพที่ได้รับ (Zeithaml, 1987) ดังนั้นการบริการอาจกล่าวว่าเป็นพฤติกรรมหรือการกระทำที่เกิดจากการติดต่อกันระหว่าง 2 บุคคลคือผู้จัดหาและผู้รับ และที่สำคัญกระบวนการแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Kotler, P., 2003) ดังนั้นการบริการจึงจัดเป็นคุณลักษณะที่จับต้องไม่ได้ และผลลัพธ์สุดท้ายของการบริการนี้จะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าและความคาดหวังสูงสุด ค่านิยมของคุณภาพการบริการ ซึ่งมีความหลากหลาย ความแตกต่างกันในแต่ละบริบทของวรรณกรรม แต่สาระสำคัญยังคงมีอยู่เหมือนกัน ทั้งนี้ถึงแม้ว่าความหมายของคุณภาพการบริการมีความหมายที่แตกต่างกัน แต่ยังสามารถถึงการพิจารณา ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้การบริการด้วยประสบการณ์ที่มากขึ้นไป หรือความล้มเหลวที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้า

คุณภาพการบริการได้ถูกประเมินโดย (Parasuraman et al., 1988) การพัฒนาแบบดั้งเดิมของแบบจำลองเพื่อที่จะวัดการรับรู้คุณภาพการบริการ เครื่องมือการประเมินเป็นที่รู้จักกันในชื่อ “SERVQUAL” ซึ่งได้ทำการศึกษาคุณภาพบริการของการบริการ 4 ประเภท คือ ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจบัตรเครดิต ธุรกิจนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ และธุรกิจดูแลรักษาและซ่อมบำรุง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจ และจัดการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus-group) กับลูกค้าของธุรกิจจำนวน 12 กลุ่ม เพื่อสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพ พบว่าปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินคุณภาพของการบริการโดยริเริ่มให้มี 10 ปัจจัยได้แก่ ความเชื่อถือได้, การตอบสนอง, ความสามารถ, การเข้าถึงได้, มารยาท, การสื่อสาร, ความน่าเชื่อถือ, ความปลอดภัย, การเอาใจใส่ และการจับต้องได้ เทียบกับคุณภาพการบริการที่สามารถวัดได้ ซึ่งสามารถครอบคลุมการประเมินธุรกิจการบริการที่หลากหลาย ต่อจากนั้นก็นำเอาปัจจัยทั้ง 10 มาศึกษาต่อ โดยการพัฒนาเป็นแบบสอบถามจำนวน 97 ข้อ โดยผลที่ได้รับจากการเก็บข้อมูลนั้นทำให้สามารถตัดทอนคำถามเหลือ 22 ข้อ และสะท้อนได้เป็น 5 ปัจจัย ดังนี้ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) และ 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) ซึ่งสามารถสรุปเป็นมิติคุณภาพในการสำรวจความพึงพอใจลูกค้าภายนอกในงานบริการ ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 คำนิยามของมิติของแบบจำลอง SEVQUAL

มิติ	คำนิยาม
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)	สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ, อุปกรณ์, รูปร่างภายนอกของร้านค้าและลักษณะของบุคลากรเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกรับมาเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆ ได้ชัดเจนขึ้น
ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)	ศักยภาพของบริษัทสำหรับการปฏิบัติในการให้บริการตามคำมั่นสัญญา ได้อย่างน่าเชื่อถือและถูกต้องเหมาะสมและได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการความสม่ำเสมอจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือสามารถให้ความไว้วางใจได้
การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness)	ความตั้งใจของบริษัทที่จะช่วยเหลือลูกค้า และจัดหาบริการได้อย่างทันทีทันใดผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว
การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ (Assurance)	ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด
การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy)	ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

จากทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาอยู่ในด้านการรับรู้ในคุณภาพบริการของลูกค้าที่มีต่อการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยที่ลูกค้าผู้มาใช้บริการจะได้รับคุณภาพของการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าก่อนการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งหากได้รับรู้ถึงคุณภาพของการให้บริการที่ดีแล้วก็จะส่งผลในทางที่ดีต่ออนาคตนั่นเอง

(Spreng&Machoy, 1996) ได้กล่าวไว้ว่าคุณภาพการบริการคือสิ่งจำเป็นพื้นฐานโดยทั่วไป และถือเป็นปัจจัยสำคัญของการแข่งขันสำหรับการริเริ่มและการสานความสัมพันธ์กับลูกค้าที่น่าพึงพอใจ ตามที่ (Parasuraman et al., 1988) คุณภาพการบริการคือร้อยละของความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้าด้วยความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์กับแนวทางของประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้นของการใช้บริการหรือการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นๆ

(Tsoukatos& Rand, 2006) คุณภาพการบริการคือ ระดับที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ และรูปแบบการจดจำในแต่ละครั้ง จากงานวิจัยและการศึกษาในอดีตจำนวนมากได้ให้ความเชื่อมั่นว่าคุณภาพการบริการคือตัวแปรที่สำคัญต่อความพึงพอใจลูกค้า

คุณภาพการบริการสามารถทำให้องค์กรสร้างความแตกต่างในการแข่งขันได้ โดยมีมากกว่าความพึงพอใจของลูกค้าเท่านั้น

สำหรับปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การให้บริการที่ผู้ใช้บริการได้รับรู้และแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของบริการ ความเชื่อมั่นเป็นปัจจัยสิ่งที่ส่งผลต่อคุณภาพของการบริการมีดังนี้

1. ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ภาพลักษณ์หรือความไว้วางใจในการให้บริการต่อผู้ใช้บริการ

2. การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมของการให้บริการอย่างเต็มใจและสามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ (Assurance) หมายถึง การควบคุมคุณภาพตามมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ

Barry (1986) กล่าวไว้ว่า บริการที่ประสบผลสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านี้คือ

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) ได้แก่ ความสม่ำเสมอ และความพึงพาได้

2. การตอบสนอง (responsiveness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการความพร้อมที่จะให้บริการและส่งมอบเวลาในการมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี

3. ความสามารถ (competence) ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร และความสามารถในด้านความรู้ที่จะให้บริการ

4. การเข้าถึงบริการ (access) ได้แก่ ผู้ใช้บริการเข้าใช้หรือรับบริการได้อย่างสะดวกสบาย และมีระเบียบขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน ผู้ใช้บริการใช้เวลาในการรอน้อยลง และสามารถใช้บริการได้ในสถานที่ที่เหมาะสม

5. ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ได้แก่ การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ ให้การต้อนรับที่เหมาะสม และผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (communication) ได้แก่ มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตงานบริการ และการอธิบายขั้นตอนการใช้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (credibility) ได้แก่ มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง (security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ
9. ความเข้าใจ (understanding) ได้แก่ การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำ และเอาใจใส่ผู้รับบริการ และการให้ความสนใจต่อผู้รับบริการ
10. สิ่งที่จับต้องได้ (tangibility) ได้แก่ การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับ ให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ และการจัดสถานที่ให้บริการ อย่างเหมาะสม

โมเดลคุณภาพของการให้บริการ

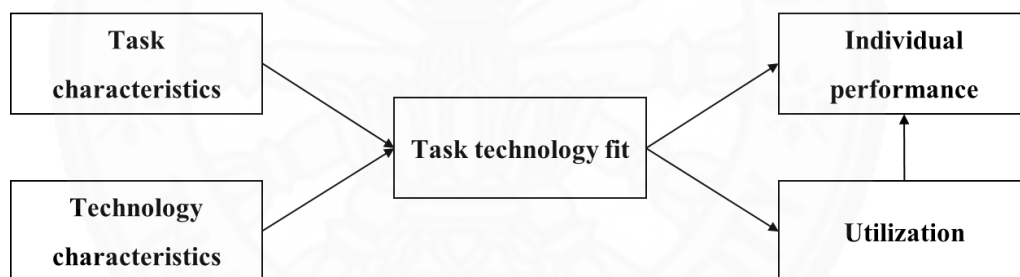
(Parasuraman et al., 1988) ได้กำหนดโมเดลคุณภาพของการให้บริการ (Service-Quality Model) ซึ่งเน้นความต้องการที่สำคัญโดยการส่งมอบคุณภาพของการให้บริการที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสาเหตุให้การส่งมอบบริการประสบความสำเร็จได้ยาก มีดังนี้

1. ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ในการจัดการของผู้บริโภคที่มาจากฝ่ายการจัดการโดยตรง
2. ช่องว่างระหว่างการรับรู้จากการจัดการ และลักษณะคุณภาพของการให้บริการ ฝ่ายจัดการอาจจะแก้ไขความต้องการของลูกค้าที่รับรู้ แต่ไม่ได้กำหนดมาตรฐานการทำงาน เฉพาะอย่าง
3. ช่องว่างระหว่างลักษณะคุณภาพของการให้บริการและการส่งมอบบริการ พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมจะไม่สามารถทำงานให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ทำให้เกิดความขัดแย้งกับมาตรฐาน
4. ช่องว่างระหว่างการส่งมอบบริการและการติดต่อสื่อสารภายนอก ความคาดหวังของผู้บริโภคได้รับผลกระทบจากตัวแทน และการโฆษณาของบริษัท
5. ช่องว่างระหว่างบริการที่รับรู้และบริการที่คาดหวัง ช่องว่างนี้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้ประเมินการทำงานของบริษัท และไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

2.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม

ผู้ใช้งานจะมีการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศก็ต่อเมื่อเทคโนโลยีนั้นเหมาะสมกับงาน และทำให้งานมีประสิทธิภาพดีขึ้น (Gebauer & Ginsburg, 2009; Goodhue, 1995;

Goodhue & Thompson, 1995) แบบจำลองของ Goodhue and Thompson (Task Technology Fit : TTF Model) มีการใช้อย่างกว้างขวาง ประยุกต์ใช้ร่วมกับทฤษฎี TAM เพื่ออธิบายถึงการยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ใช้งาน (Dishaw & Strong, 1999) ปัจจุบัน TTF ได้ประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายถึงการยอมรับของผู้ใช้งานการบริการอินเทอร์เน็ต เช่น บล็อก เป็นต้น (Shang et al., 2007) TTF ยังอธิบายถึงการยอมรับของผู้ใช้งานเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือ เช่น การบริการบอกตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ (Location-Based Service) (Junglas et al., 2008) คุณลักษณะของงาน (Task Characteristics) และคุณลักษณะของเทคโนโลยี (task technology) ซึ่งส่งผลต่อความเหมาะสมของงานและเทคโนโลยี และความเหมาะสมของงาน รวมถึงเทคโนโลยียังส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี (Utilization) และส่งผลกระทบต่อศักยภาพของงาน (Performance Impacts) ด้วย นอกจากนี้คุณลักษณะของงานและคุณลักษณะของเทคโนโลยีในด้านความแตกต่างของบุคคล เช่น ประสบการณ์ด้านคอมพิวเตอร์และการรับรู้ความสามารถของตนเอง ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเหมาะสมระหว่างงานและเทคโนโลยี (TTF) ของโทรศัพท์มือถือ PDA หรืออุปกรณ์อื่น ๆ ผ่านสัญญาณเครือข่ายของผู้ให้บริการต่าง ๆ (Lee et al., 2007)



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองของ Goodhue and Thompson (Task Technology Fit : TTF Model) ที่มา : Goodhue & Thompson, 1995

คุณลักษณะของงานที่ดีจะส่งเสริมการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือของผู้ใช้งาน ในทางตรงกันข้าม คุณลักษณะของงานที่ไม่ดีจะทำให้เทคโนโลยีทางการเงินผ่านมือถือของผู้ใช้งานลดลง (Lee, M. C., 2009) แม้ว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือจะมีข้อดี เช่น อำนวยความสะดวก รวดเร็ว แต่ถ้าผู้ใช้ไม่ได้ต้องการดำเนินธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือ ผู้ใช้บริการก็เลือกที่จะทำธุรกรรมแบบดั้งเดิม หรือธนาคารออนไลน์มากกว่าการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้คุณภาพของคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมาไม่มีความสะดวก รวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่

1. สลากดิจิทัล (Digital Salak) หมายถึง สลากออมสินพิเศษ ที่ผู้ให้บริการสามารถทำรายการ ผาก-ถอน-ตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล และตรวจสอบเงินรางวัลสลาก ผ่าน

ช่องทางบริการ Mobile Banking (MyMo) ได้ด้วยตนเอง ถือเป็น การอำนวยความสะดวกและเพิ่มช่องทางบริการใหม่ให้กับลูกค้า เมื่อมีการถูกรางวัลสลาก ยอดเงินรางวัลจะถูกโอนเข้าบัญชีคู่ออนที่ผูกไว้กับทะเบียนสลากดิจิทัล และเมื่อสลากครบอายุ ระบบจะทำการโอนเงินต้นและดอกเบี้ยเข้าบัญชีคู่ออนโดยอัตโนมัติ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560)

2. การปรับแต่งอินเตอร์เฟซ (Interface Customization) หมายถึง การปรับแต่ง interface ตามความต้องการของผู้ใช้ เช่น เลือกเครื่องมือค้นหาที่เป็นประโยชน์, ตั้งชื่อ interface, สร้างลิงค์พิเศษและอื่น ๆ อีกมากมาย

3. การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support) หมายถึง นโยบายการสนับสนุนของรัฐบาลที่ส่งผลต่อธุรกิจ ซึ่งต้องให้ภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการ (Tyebjee & Bruno, 1984)

โดยแนวคิดคุณลักษณะการบริการ (Services) (Millet, 1954, pp. 397-398) กล่าวว่า การบริการคือการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน มีแนวทาง ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงาน โดยมีสมมติฐานที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกันในมุมมองของกฎหมาย ดังนั้นประชาชนไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ

2. การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง การบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะจำนวนการให้บริการ และสถานที่บริการที่เหมาะสม ความเสมอภาคหรือการตรงเวลาให้แก่ผู้รับบริการ

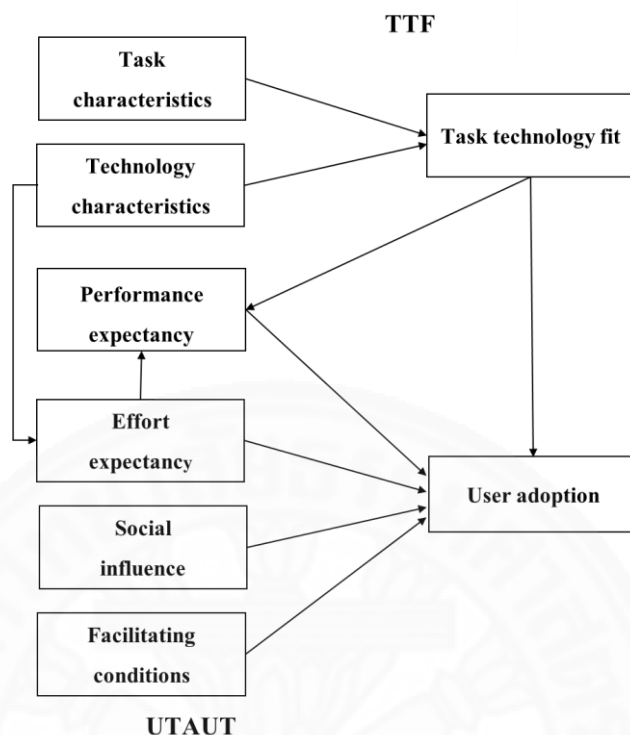
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพ

ทฤษฎีความคาดหวังในการปฏิบัติงานแอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking มีความคล้ายคลึงกับประโยชน์ที่ได้รับจาก TAM และความได้เปรียบในการเปรียบเทียบ IDT สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ของผู้ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยการใช้บริการของแอปพลิเคชัน Mobile banking เช่นรูปแบบการชำระเงินที่มีสะดวก รวดเร็วและสามารถตอบสนองในทุก ๆ ด้านได้เป็นอย่างดีรวมถึงความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ความพยายามในการทำงานมีความคล้ายคลึงกับการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้ TAM และความซับซ้อนของ IDT ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจว่าการใช้ธนาคารบนมือถือเป็นเรื่องยากเพียงใด UTAUT คาดว่าความพยายามจะส่งผลดีต่อความคาดหวังในการรับรู้เมื่อผู้ใช้รู้สึกว่าการธนาคารบนมือถือใช้งานง่ายและไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ดังนั้นผู้ใช้จะมี

ความคาดหวังสูงในการแสวงหาผลการดำเนินงานที่คาดหวัง มิฉะนั้นความคาดหวังจะมีประสิทธิภาพต่ำ อิทธิพลทางสังคมมีความคล้ายคลึงกับบรรทัดฐานอัตนัยของ TRA (Venkatesh et al., 2003) และสะท้อนถึงผลกระทบของปัจจัยแวดล้อม เช่น ความคิดเห็นของเพื่อนผู้ใช้ ญาติและผู้บังคับบัญชาของผู้ใช้ต่อพฤติกรรมของผู้ใช้ (Lopez-Nicolas et al., 2008) ความคิดเห็นของผู้ใช้จะมีผลต่อการใช้งานธนาคารบนมือถือ (Hong et al., 2008) เงื่อนไขที่อำนวยความสะดวกคล้ายกับการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมของ TPB และสะท้อนถึงผลกระทบจากความรู้ความสามารถของผู้ใช้และทรัพยากร (Venkatesh et al., 2003) Mobile banking เป็นบริการใหม่ ๆ กำหนดให้ผู้ใช้มีทักษะบางอย่าง เช่น การกำหนดตั้งค่าและการใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตไร้สาย นอกจากนี้ผู้ใช้อาจต้องแบกรับค่าใช้จ่ายในการใช้งาน เช่น บริการข้อมูลและค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมเมื่อใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ หากผู้ใช้ไม่มีทรัพยากรทางการเงินที่จำเป็นและทักษะในการดำเนินงาน ผู้ใช้จะไม่ยอมรับหรือใช้บริการธนาคารบนมือถือ ผลการวิจัยพบว่าการแบกรับค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์มือถือ (Hong et al., 2008; Kuo & Yen, 2009; Shin et al., 2009) แสดงให้เห็นถึงผลกระทบจากความคาดหวังประสิทธิภาพการทำงาน ความพยายาม อิทธิพลทางสังคมและการอำนวยความสะดวกในแง่ความตั้งใจของผู้ใช้ (Carlsson et al., 2006; Park et al., 2007)

ลักษณะทางเทคโนโลยีของธนาคารบนมือถือจะมีผลต่อความคาดหวังในการใช้งาน ข้อดีของการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ได้แก่ ความหลากหลายและความรวดเร็วที่ช่วยให้ผู้ใช้สามารถชำระเงินได้สะดวก ลดระยะเวลาและความพยายามในการลงทุน นอกจากนี้เมื่อเทียบกับอินเทอร์เน็ตที่ซับซ้อนของการทำธุรกรรมออนไลน์ซึ่งมีรูปแบบต่าง ๆ มากมาย Mobile Banking มีรูปแบบ ฟังก์ชันและอินเทอร์เน็ตที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น การดำเนินการนี้อาจทำให้การใช้งานของผู้ใช้ง่ายขึ้นกว่าเดิมโดยที่ผู้ใช้ทั่วไปสามารถใช้ Mobile Banking ได้ ข้อดีเหล่านี้จะมีผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้ นอกจากนี้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงานจะส่งผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้ (Dishaw & Strong, 1999) เฉพาะเมื่องานของผู้ใช้ต้องการที่จะจ่ายเงินอย่างสะดวกรวดเร็วและแพร่หลายก็จะทำให้ผู้ใช้งานเองรู้สึกว่าการธนาคารบนมือถือเป็นประโยชน์และปรับปรุงประสิทธิภาพของเขา แทนที่ผู้ใช้จะใช้เทคโนโลยีทดแทนรูปแบบอื่น ๆ เช่นบริการอินเทอร์เน็ตหรือบริการธนาคารแบบดั้งเดิม



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองของ Goodhue and Thompson. (Task Technology Fit : TTF Model and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology : UTAUT Model)

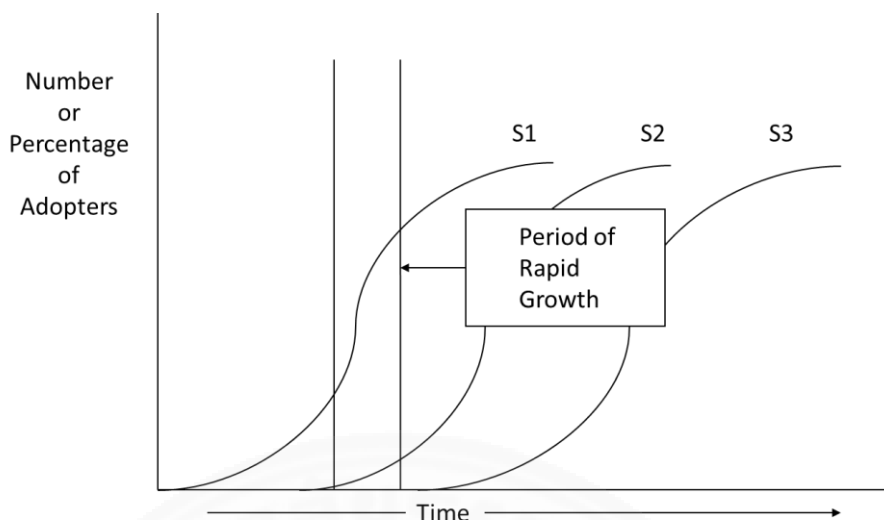
ที่มา : Goodhue & Thompson, 1995

จากมุมมองทางทฤษฎี งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎี TTF และ UTAUT เพื่ออธิบายการยอมรับของผู้ใช้บริการธนาคารบนมือถือ เราพบว่านอกเหนือจากการรับรู้ด้านเทคโนโลยี เช่น ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพเทคโนโลยี ด้านเทคโนโลยีงานยังมีผลอย่างมากต่อการยอมรับของผู้ใช้ สิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าเมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของผู้ใช้ เราต้องไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ด้านเทคโนโลยีตาม TAM, IDT และ UTAUT เท่านั้น แต่ยังต้องให้ความสำคัญกับผลกระทบของเทคโนโลยีด้านเทคโนโลยีที่ดี นอกจากนี้การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างมุมมองทั้งสองด้าน รวมถึงการรับรู้ด้านเทคโนโลยีและเทคโนโลยีด้านงานที่เหมาะสมควรได้รับความสนใจเพิ่มเติม ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของเราพบว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างความพร้อมด้านเทคโนโลยีงานและความคาดหวังประสิทธิภาพ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเมื่อเปรียบเทียบกันของ UTAUT และ TTF แต่ละรูปแบบบูรณาการจะให้คำอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ใช้ ดังนั้นการวิจัยในอนาคตจึงสามารถใช้มุมมองทั้งสองด้านเพื่อตรวจสอบการยอมรับของผู้ใช้บริการมือถืออื่น ๆ เช่นการซื้อโทรศัพท์มือถือและการค้นหาข้อมูลบนมือถือ เราเชื่อว่าเมื่อเทียบกับมุมมองของแต่ละบุคคลโดยที่การใช้มุมมองทั้งสองสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกได้ดียิ่งขึ้น

จากมุมมองในทางปฏิบัติงานวิจัยของเราแสดงให้เห็นว่าทั้งความคาดหวังด้านประสิทธิภาพและความพร้อมด้านเทคโนโลยีของงานมีผลอย่างมากต่อการยอมรับของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้เราพบว่าความพร้อมด้านเทคโนโลยีของงานมีผลอย่างชัดเจนต่อความคาดหวังประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องปรับปรุงพอดีกับเทคโนโลยีของงาน สามารถแยกตลาดออกและให้บริการที่แตกต่างกับผู้ใช้เฉพาะราย ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้นักเรียนอาจกังวลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและความหลากหลายของฟังก์ชันมากขึ้น ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการทำงานอาจมุ่งเน้นที่ความน่าเชื่อถือและความง่ายในการใช้งานธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่แตกต่างกันเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มที่แตกต่างกัน เพื่อปรับปรุงการยอมรับของผู้ใช้งานธนาคารบนมือถือ นอกเหนือจากการพึ่งพาเทคโนโลยีงานผู้ให้บริการธนาคารบนมือถือยังจำเป็นต้องปรับปรุงความเข้าใจด้านเทคโนโลยีของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ เช่น ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพพวกเขาสามารถทำได้โดยนำเสนออินเทอร์เน็ตที่ง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งจะช่วยลดความคาดหวังและเพิ่มอายุการใช้งาน

2.2.3 ทฤษฎีอัตราการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีอัตราการยอมรับ (The Theory of Rate of Adoption) ได้อธิบายทฤษฎีนี้ไว้ว่า อัตราการยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีไม่ได้เป็นเส้นตรง หรือไม่ได้ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของเทคโนโลยี โดยเวลาช่วงเริ่มต้นของการเผยแพร่ นวัตกรรมและเทคโนโลยีจะเติบโตช้าหรือช้ามาก แล้วมีอัตราการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีน้อย เส้นกราฟจะอยู่ต่ำและค่อย ๆ สูงขึ้น จากนั้นในช่วงเติบโตการยอมรับเทคโนโลยีจะมีมาก หรือเมื่อเทคโนโลยีติดตลาดอัตราการเติบโตจะเป็นไปอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นก็จะคงที่หรือเริ่มช้าลงและมีแนวโน้มที่จะมีอัตราการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีลดลงอีกด้วย และถึงคราวที่ต้องมีนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้นอีกเป็นอย่างนี้ต่อ ๆ ไป และก็จะมีการเติบโตแบบตัว S เช่นเดียวกันซ้ำ ๆ ไปเรื่อย ๆ ดังภาพที่ 2.6 แสดงการยอมรับของนวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นรูปตัว S



ภาพที่ 2.6 แสดงการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีเป็นรูปตัว S ตามระยะเวลาที่ผ่านมา
ที่มา : กิตติยาพร เสนคราม, 2556

ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่มาของการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking สำหรับบุคคลที่มีการยอมรับ เรียนรู้ และปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างเห็นได้ชัด

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือบริบทที่เป็นประโยชน์ต่อวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน” นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นข้อสนับสนุนในการดำเนินการวิจัย โดยคำนึงถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาที่ใช้งานวิจัย ซึ่งผู้ทำวิจัยได้ทำการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่านักวิจัยส่วนใหญ่ได้ใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี เพื่ออธิบายถึงการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งผู้ใช้งานส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญในระดับสูงกับผลกระทบที่เกิดจากการรับรู้ระบบความปลอดภัยในการใช้บริการ เนื่องจากผลลัพธ์จากการใช้งานนั้นไม่มีหลักฐานเป็นรูปธรรม ซึ่งทำให้ส่งผลกระทบต่อจิตใจของผู้ใช้งานกรณีที่เกิดปัญหาต่าง ๆ และการรับรู้ทางระบบความปลอดภัยในการใช้งานไม่มีบทบาทสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจ (Law Kritika, 2007) ส่งผลต่อการพัฒนาเพื่อให้เกิดการยอมรับโดยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ ศึกษาการยอมรับของเทคโนโลยีทางการเงินและทัศนคติของผู้ใช้งานและปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (Shi, 2011) ได้ศึกษาปัจจัยในการยอมรับการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในประเทศจีน พร้อมทั้งตรวจสอบตัวชี้วัดที่จะทำให้ผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือที่ยอมรับการให้บริการ และตัวชี้วัดของการยอมรับการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ผลการศึกษา

พบว่าอัตราการยอมรับการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ยังคงมีอัตราต่ำกว่าเกณฑ์ของอุตสาหกรรมที่มีการคาดการณ์ไว้ แต่ผู้ใช้บริการยังมีความตั้งใจในการยอมรับการใช้บริการอย่างมาก ซึ่งผู้ใช้บริการเล็งเห็นถึงคุณค่าของความสะดวกสบายในการทำรายการชำระเงิน โดยไม่ต้องต่อคิวตามสถานที่ให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดการยอมรับการใช้บริการนี้ ส่วนตัวชัดเจนว่าการยอมรับการใช้บริการที่ผู้ใช้งานนั้นกังวลเป็นอย่างมากคือ ความปลอดภัยในการให้บริการทางการเงิน ผู้ใช้บริการตั้งความหวังที่จะให้ผู้ให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในจีนนั้น ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และพัฒนาการให้บริการเพื่อสร้างรูปลักษณ์ให้เป็นที่น่าเชื่อถือต่อผู้ใช้งานในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต ในกลุ่มของผู้ใช้งานที่นิ่งเฉยต่อการใช้งานนี้ หรือกลุ่มผู้ที่ไม่มีการศึกษาในซาอุดีอาระเบีย และสำรวจผลตอบรับจากผู้ใช้งานดังกล่าวว่ามีผลตอบรับเป็นไปในทิศทางใด ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้งานโดยตรงคือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน ซึ่งกลุ่มผู้ใช้งานนั้นมีความไว้วางใจต่อการใช้งานเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต เพราะสามารถมองเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ตที่ช่วยอำนวยความสะดวก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เมื่อผู้ใช้งานเริ่มใช้งานไปสักระยะ จะเกิดการเรียนรู้ตามกระบวนการรับรู้ ซึ่งประกอบกับการเล็งเห็นประโยชน์ในการใช้งาน จึงทำให้เป็นเรื่องง่ายที่จะยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทางอินเทอร์เน็ต และมีแนวโน้มการใช้งานนี้เพิ่มมากขึ้นต่อไปในอนาคต สรุปได้ว่าด้านการรับรู้คุณประโยชน์และการรับรู้ถึงความสะดวกสบายต่อการใช้งาน มีผลอย่างมากในความสัมพันธ์เชิงบวกด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน Mobile Banking ทั้งนี้ยังมีรูปแบบการจำลองที่กล่าวถึงความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success model) ซึ่งเป็นอีกรูปแบบจำลองสำคัญที่ใช้วัดความสำเร็จของการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมี 3 ปัจจัยที่สำคัญ คือ คุณภาพของข้อมูล, คุณภาพของระบบ และคุณภาพของการบริการ เพื่อเป็นการวัดระดับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และปัจจัยสำคัญในการวัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน จึงให้คำนิยามของปัจจัย ดังนี้ (Filipe Sá; Álvaro Rocha; Manuel Pérez Cota, 2015) อธิบาย คุณภาพของข้อมูลว่า ต้องมีความแม่นยำและมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้ใช้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งานสูงสุดของระบบ (Bital & Sankar, 2011) อธิบาย คุณภาพของระบบในการใช้อินเทอร์เน็ตของระบบต้องมีการรักษาความปลอดภัยที่ป้องกันก่อนการยืนยันผู้เข้าใช้งานด้วยรหัส ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้ลูกค้าของธนาคารนั้นไม่มีความเชื่อถือต่อการใช้บริการ Mobile Banking ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบของกระบวนการยืนยันผู้เข้าใช้งาน Mobile Banking โดยใช้ลายนิ้วมือนั้น ทำให้ลูกค้าเชื่อถือต่อระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าใช้งานมากขึ้น โดยในรายละเอียดของผู้ใช้ที่ให้ความเห็นต่อการใช้ลายนิ้วมือนั้น มองว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมกว่าการเข้าระบบแบบเดิม ๆ เช่น การเข้าด้วยรหัสที่กำหนดเอง หรือใช้ SMS ในการส่ง Password เข้าในมือถือก่อนการเข้าระบบ รวมถึงจะต้องมีความพร้อมในการให้บริการ และสามารถ

เข้าไปใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมทางการทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือเติบโตขึ้นนอกจากนี้ธนาคารมีการลงทุนเป็นจำนวนมากในระบบข้อมูลเพื่อให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้าและเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องวัดความสำเร็จของระบบเหล่านี้ วัดดูประสพผลหลักของการศึกษาคั้งนี้คือ การประเมินการใช้งานของรูปแบบ DeLone and McLean ของระบบสารสนเทศในการประเมินระบบสนับสนุนการตัดสินใจในภาคการธนาคารของประเทศโอมาน และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของรูปแบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการ โดยใช้ระบบสนับสนุนการตัดสินใจในธนาคารของประเทศโอมาน สมมุติฐานได้รับการทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ของความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างได้รับการสนับสนุนคุณภาพของระบบคุณภาพข้อมูลและคุณภาพของการให้บริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความพึงพอใจของผู้ใช้ ความพึงพอใจของผู้ใช้มีอิทธิพลต่อผลกระทบของแต่ละบุคคลในเชิงบวก ผลการวิจัยนี้สนับสนุนรูปแบบ DeLone and McLean และแนะนำให้ใช้ในการประเมินระบบสนับสนุนการตัดสินใจในภาคธนาคาร

2.4 ประมวลผลการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารอมสิน สามารถสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

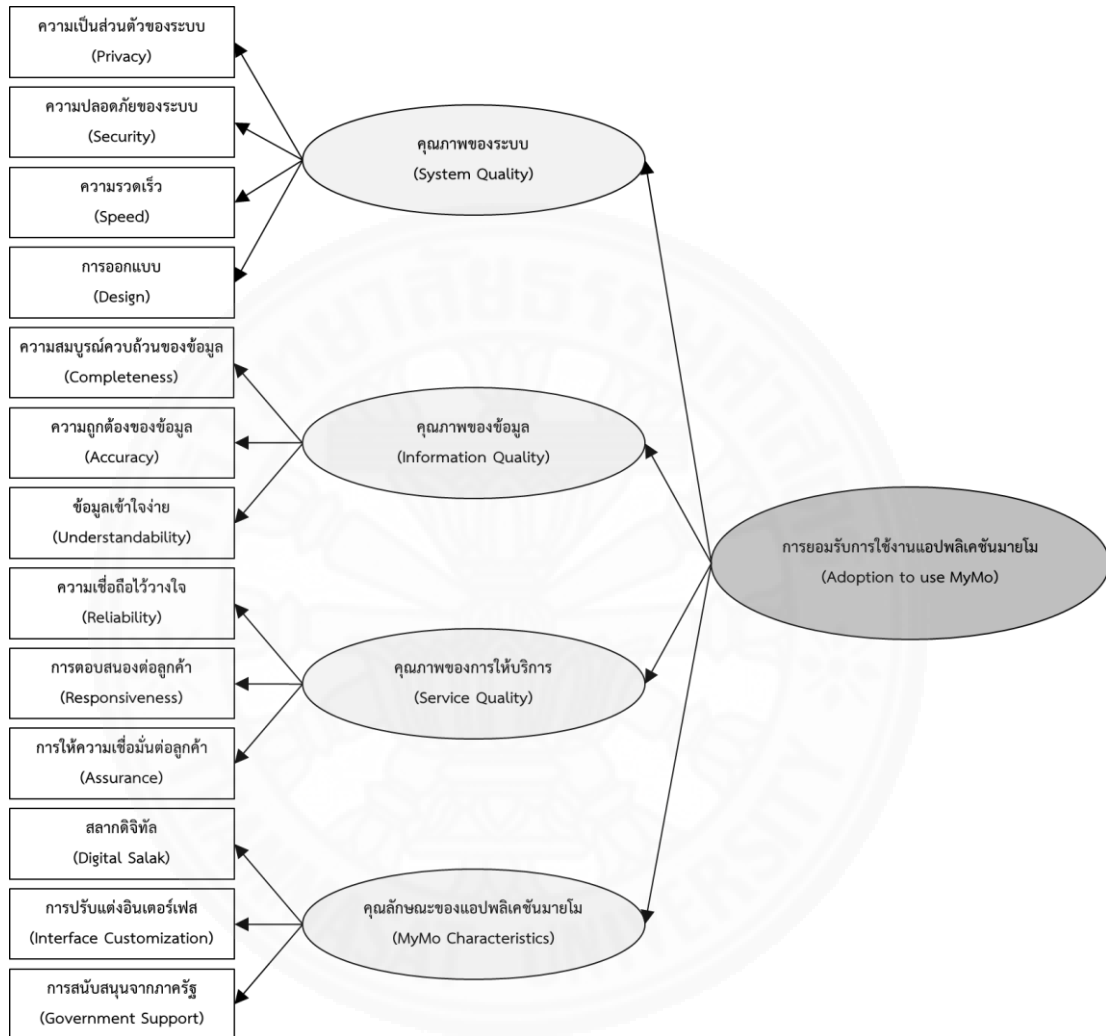
ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ผู้วิจัย	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
1.	Consumers' Attitudes, Perceived Risk, Trust And Internet Banking Adoption In Uganda	Mwesigwa Rogers, 2008	1) Consumer Attitudes 2) Trust 3) Perceived Risk	Internet Banking Adoption
2.	Risk Perception of the E-Payment Systems: A Young Adult Perspective	Aw Yoke Cheng, Noor RaihanAb Hamid And EawHooi Cheng, 2013	1) Physical 2) Performance 3) Psychological 4) Time-loss 5) Financial	Risk Perceptions 2. Adoption of E-payment
3.	Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory	Al-Jabri and Sohail, 2012	1) Relative Advantage 2) Complexity 3) Compatibility 4) Observability 5) Trial ability 6) Perceived Risk	Mobile Banking Adoption
4.	The factors impacting on customers' decisions to adopt Internet banking	Michael D. Clemes; Christopher Gan and Junhua Du, 2012	1) Convenience 2) User-friendly website 3) Internet access/ Internet familiarity 4) Marketing communications 5) Word-of-mouth 6) Perceived risks 7) Price 8) Self-image 9) Demographic characteristics	Internet banking adoption

ตารางที่ 2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (IS Success Model)

ลำดับ	ชื่องานวิจัย	ชื่อผู้วิจัย	ปัจจัย						
			Information Quality			System Quality			
			Completeness	Accuracy	Understandability	Privacy	Security	Speed	Design
1.	From the quality of traditional services to the quality of local e- Government online services: A literature review	Filipe Sá; Álvaro Rocha; Manuel Pérez Cota, 2015				X	X		
2.	Factors Influencing Customer Satisfaction and E-Loyalty : Online Shopping Environment among the Young Adults	Izyan Hizza Bt. HILA LUDIN; Boon Liat CHENG, 2014)	X	X	X				
3.	Understanding Service Quality and System Quality Success Factors in Cloud Archiving From an End – User Perspective	Daniel Burda; Frank Teuteberg, 2015	X	X	X	X	X		
4.	Information quality in design process documentation of quality management systems	Eukasz Grudzien; Adam Hamrol, 2016)	X		X				
5.	Reducing perceived online shopping risk to enhance loyalty: a website quality perspective	Ming-Tsang Hsieh; Wen-Chin Tsao, 2014		X	X	X	X		
6.	Measuring customer perceived online service quality: Scaled development and managerial implications	Zhilin Yang, Minjoon Jun, Robin T. Peterson, 2004					X	X	X
7.	Can banks improve customer relationships with high quality online services?	Carmel Herington, 2007		X			X		X
8.	The key determinants of Internet banking service quality: a content analysis	Minjoon Jun; Shaohan Cai, 2001		X			X	X	X

2.4.2 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

จากการบูรณาการแนวคิด และทฤษฎีต่างๆ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัยในครั้งนี้ได้ดังต่อไปนี้ (ดังรูปภาพที่ 2.7)



ภาพที่ 2.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย

รายละเอียดของปัจจัยในแต่ละตัว มีดังนี้

1. คุณภาพของระบบ (System Quality) ประกอบด้วย
 - 1.1 ความเป็นส่วนตัวของระบบ (Privacy)
 - 1.2 ความปลอดภัยของระบบ (Security)
 - 1.3 ความรวดเร็ว (Speed)
 - 1.4 การออกแบบ (Design)
2. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ประกอบด้วย
 - 2.1 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness)
 - 2.2 ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy)
 - 2.3 ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability)
3. คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)
 - 3.1 ความเชื่อถือได้ (Reliability)
 - 3.2 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)
 - 3.3 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)
4. คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)
 - 4.1 สลากดิจิทัล (Digital Slak)
 - 4.2 การปรับแต่งอินเตอร์เฟซ (Interface Customization)
 - 4.3 การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาถึงการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ในลักษณะงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจ เพื่อให้ผลการวิจัยมีสมรรถภาพตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ขั้นตอนการศึกษางานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 3.2.1 ประชากรที่นำมาศึกษาในงานครั้งนี้
 - 3.2.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.3.1 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - 3.3.2 การให้คะแนนตัวแปร
- 3.4 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - 3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล
 - 3.4.2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
 - 3.4.2.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)
- 3.5 การขอความเห็นจากคณะผู้เชี่ยวชาญร่วมอภิปรายผล
- 3.6 แผนการดำเนินงาน

3.1 ขั้นตอนการศึกษางานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMoMobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” มีขั้นตอนในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังนี้

(1) ระบุประเด็นปัญหางานวิจัย

ผู้วิจัยทำการศึกษางานวิจัยและบทความเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินในประเด็นและแง่มุมต่างๆเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาที่มาและความสำคัญต่างๆ แล้วสามารถระบุหัวข้อที่สนใจในการศึกษา

(2) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature review)

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศในเรื่องของการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม และทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและปัจจัยที่สำคัญ

(3) สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินปัจจัยต่าง ๆ ในการดำเนินการจัดทำ Research Model (Semi-structured interview)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแล้วมีการตั้งประเด็นปัจจัยออกมาหลังจากนั้นดำเนินการประสานงานติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในธนาคารออมสิน ได้แก่ หน่วยพัฒนากระบวนการและข้อมูล ส่วนบริหารผลิตภัณฑ์ธุรกิจลูกค้าบุคคล ฝ่ายบริหารธุรกิจบริการอิเล็กทรอนิกส์และลูกค้าผู้ใช้งานจริง เพื่อสัมภาษณ์บริบทและประเด็นปัญหา รวมทั้งระบุปัจจัยเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องในแต่ละมิติ จากนั้นจึงดำเนินการจัดทำ Research Model ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญโดยอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

(4) ออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire Design)

ดำเนินการออกแบบแบบสอบถามและจัดทำตารางพัฒนาข้อคำถามโดยดึงจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องในแต่ละมิติจาก Research Model หลังจากนั้นทำการประเมินข้อคำถาม (Index of Item Congruence : IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน จึงได้ข้อคำถามเพื่อนำมาจัดทำเป็นแบบสอบถามและเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามแล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบความเข้าใจในการตอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง (Pilot Test) จำนวน 30 คน ก่อนนำไปใช้ในการสอบถามเก็บข้อมูลงานวิจัยต่อไป

(5) เก็บข้อมูลงานวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Collect and Analyze Research Data)

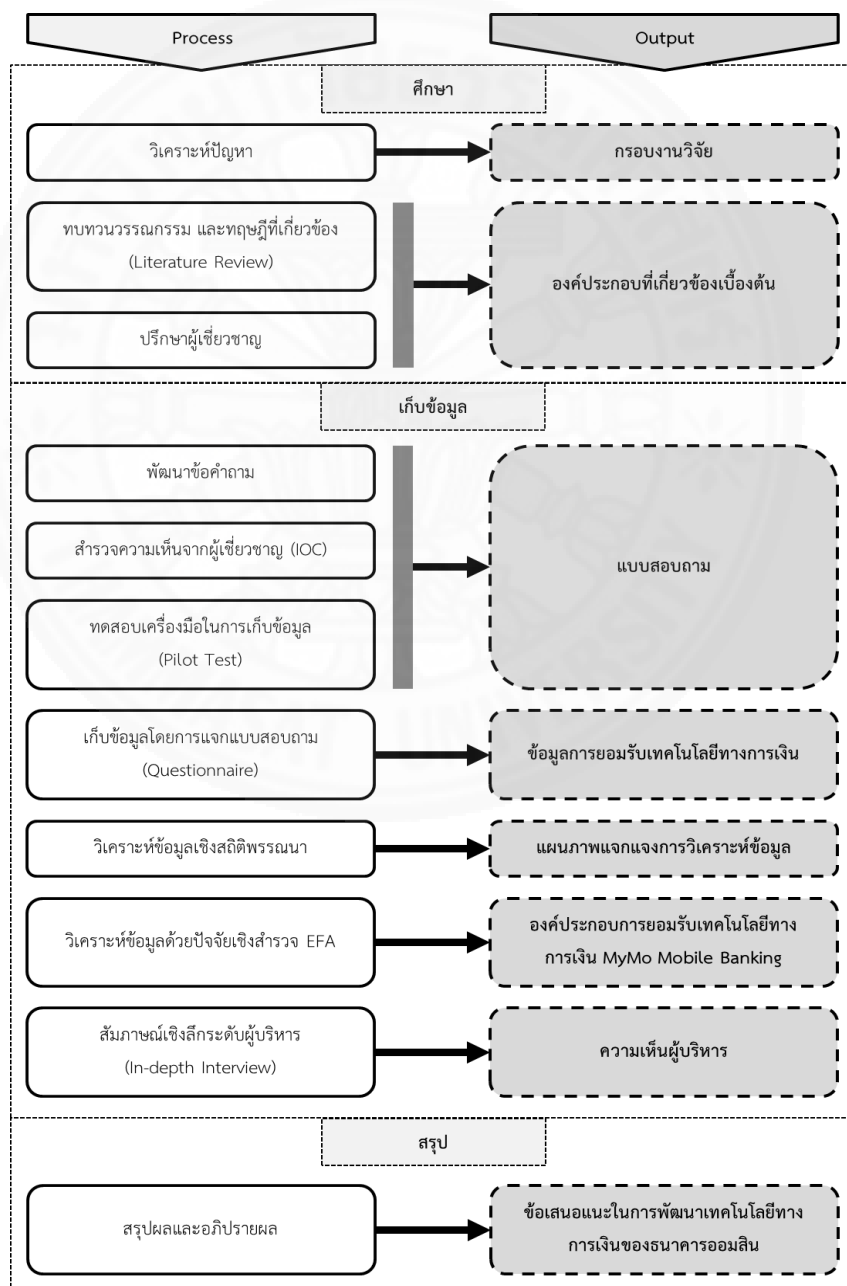
นำแบบสอบถามเข้าไปสอบถามและเก็บข้อมูลจากประชากรจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์โดยใช้หลักการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analytic) รวมทั้งการวิเคราะห์ด้วยองค์ประกอบ (Factor Analysis) สำหรับจัดกลุ่มปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ร่วมกันในการที่จะอธิบายตัวแปรหลัก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคองค์ประกอบเชิงสำรวจ

(Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปรโดยมีการจัดกลุ่มตัวแปร โดยการเพิ่มหรือลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันชัดเจนมากยิ่งขึ้น

(6) สรุปผลการวิจัย (Conclusion)

หลังจากประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาสรุปเป็นรายงานผลการวิจัยอธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน จากนั้นนำผลที่ได้ไปสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารในธนาคารออมสิน เพื่อให้ทราบถึงมุมมองและแนวทางในการกระตุ้นให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้สามารถแบ่งเป็นขั้นตอนการศึกษางานวิจัยดังแสดงไว้ในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ขั้นตอนการศึกษางานวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยหัวข้อ “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีการกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.2.1 ประชากรที่นำมาศึกษาในงานครั้งนี้

ประชากร (Population) หมายถึง ผู้ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้แอปพลิเคชัน MyMo ซึ่งสอดคล้องกับการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบันที่เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น

ประชากรแบ่งตามโครงสร้างองค์กรของธนาคารออมสินทั้งหมด 45,307 คน ซึ่งจากรายงานสรุปจำนวนผู้สมัครใช้บริการ MyMo Mobile Banking ข้อมูลยอดคงเหลือ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 24 ธันวาคม 2561 ซึ่งเป็นลูกค้าที่สมัครใช้บริการ และเปิดการใช้งาน MyMo (Activated บน Smart Phone) เรียบร้อยแล้ว และสังกัดอยู่ในธนาคารออมสินภาค 12 สาขา งานกิจการสาขา 4 ในพื้นที่เขตอุบลราชธานี 1 มีทั้งหมด 13 สาขา ได้แก่ สาขาอุบลราชธานี, สาขาเขมราฐ, สาขาโพธิ์ไทร, สาขาถนนชยางกูร, สาขาตระการพืชผล, สาขาถนนยุทธภัณฑ์, สาขาศรีเมืองใหม่, สาขาม่วงสามสิบ, สาขาซิดีมอลล์ อุบลฯ, สาขาถนนแจ้งสนิท, สาขาเซ็นทรัลพลาซา, สาขาดอนมดแดง, สาขาภูคดข้าวปุ้นและเขตอุบลราชธานี 2 มีทั้งหมด 10 สาขา ได้แก่ สาขาพิบูลมังสาหาร, สาขาวารินชำราบ, สาขาเดชอุดม, สาขาเขื่องไ้, สาขานาจะหลวย, สาขาน้ำยืน, สาขาถนนสถลมารค, สาขาโขงเจียม, สาขาโนนผึ้ง, สาขาถนนสถิตนิมานกาล ดังนั้นรวมเขตอุบลราชธานี 1 และเขตอุบลราชธานี 2 มีทั้งหมด 23 สาขา ดังภาพที่ 3.2 แสดงตำแหน่งของแต่ละสาขาตามโครงสร้างองค์กรของธนาคารออมสินในจังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 3.2 แสดงตำแหน่งของแต่ละสาขาตามโครงสร้างองค์กรของธนาคารออมสินในจังหวัดอุบลราชธานี

3.2.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ จะทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับหลักการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ซึ่งใช้หลักการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีโลคัลลิฮูดสูงสุด (Maximum Likelihood) ของ Lindeman, Merenda and Gold (1980) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งระบุไว้ว่าควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 10 – 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างโมเดลกรอบแนวคิดงานวิจัย ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 13 ตัวแปร ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้ควรใช้กลุ่มตัวอย่าง 130 – 260 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลหรือการได้รับข้อมูลตอบกลับที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ จึงทำการแจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 495 ชุด เนื่องจากกลุ่มประชากรถูกแบ่งตามสาขาที่ตั้งนั้น จึง

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น (multi-stage sampling) ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมกับจำนวนประชากรที่มีจำนวนมากและมีขอบเขตที่ใหญ่ ไม่สามารถจำแนกออกเป็นรายชื่อบุคคล โดยในการสุ่มตัวอย่างนี้จะแบ่งประชากรออกเป็นลำดับขั้นเพื่อกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสม การแบ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างของแต่ละสาขาจะแบ่งตามร้อยละประชากรของแต่ละสาขาต่อประชากรทั้งหมด ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

สาย	ภาค	เขต	สาขา	ประชากร (คน)	*1 ร้อยละประชากร (%)	แบบสอบถาม (ชุด)
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	อุบลราชธานี	3,242	7	34
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	เขมราฐ	2,545	6	29
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	โพธิ์ไทร	2,000	4	20
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ถนนชยางกูร	1,960	4	20
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ตระการพืชผล	2,166	5	25
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ถนนยุทธภักดิ์	1,373	3	15
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ศรีเมืองใหม่	1,450	3	15
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ม่วงสามสิบ	2,190	5	25
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ซีดีมอลล์อุบลราชธานี	1,961	4	20
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ถนนแจ้งสนิท	1,150	3	15
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	เซ็นทรัลพลาซาอุบลราชธานี	1,784	4	20
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	ดอนมดแดง	1,037	2	10
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 1	กุดข้าวปุ้น	1,178	3	15
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	พิบูลมังสาหาร	2,621	6	29
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	วารินชำราบ	2,393	5	25
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	เดชอุดม	3,340	7	34
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	เขื่องใน	2,860	6	29
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	นาจะหลวย	2,203	5	25
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	น้ำยืน	2,054	5	25
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	ถนนสถลมารค	1,386	3	15
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	โขงเจียม	1,262	3	15
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	โนนผึ้ง	1,555	3	15
สาย 4	ภาค 12	อุบลราชธานี 2	ถนนสถิตยนิมานกาล	1,597	4	20
รวม				45,307	100	495

*1 ร้อยละประชากรของแต่ละสาขาต่อประชากรทั้งหมด (%)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารอมสลิน” นี้ อาศัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งแบบสอบถามนี้รูปแบบคำถามมีลักษณะปลายปิด (Close-Ended Questions) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ ในปัจจุบัน สายงานในปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และวัตถุประสงค์ที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามชี้วัดของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารอมสลินในจังหวัดอุบลราชธานีแบ่งเป็น 4 ด้านหลัก ดังต่อไปนี้

1. ด้านคุณภาพของระบบ (System Quality)
2. ด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)
3. ด้านคุณภาพของการให้บริการ(Service Quality)
4. ด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)

3.3.1 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการหาข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ ไปทำการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (content validity) ที่นำมาใช้ในแบบสอบถาม รวมถึงทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือจึงได้เลือกใช้การทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) ด้วยการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการพิจารณาถึงความถูกต้องด้านเนื้อหาและความเข้าใจของข้อคำถาม และภาษาในแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นว่ามีความเที่ยงตรงของเนื้อหา มีความครอบคลุมในแต่ละด้าน และมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยที่สามารถนำมาสร้างแบบสอบถามในการวิจัยต่อไป

ข้อคำถามมีความเที่ยงตรงควรมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถ้าหากมีค่าน้อยกว่า 0.5 แสดงว่าข้อคำถามข้อนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ต้องทำการปรับปรุงข้อคำถามนั้นใหม่หรือทำการตัดข้อคำถามนั้นออกไป โดยผลที่ได้จากการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหานั้นนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญโดยใช้สูตร ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC = ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)

R = คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อคำถามแต่ละข้อ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยกำหนดคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญให้ ดังนี้

+1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

-1 หมายถึง คำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เกณฑ์การแปลความหมายมีดังนี้

ค่า IOC \geq 0.50 หมายความว่าคำถามนั้นวัดตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC $<$ 0.50 หมายความว่าคำถามนั้นวัดไม่ตรงวัตถุประสงค์การวิจัย

โดย $0.05 \leq IOC \leq 1.00$: ข้อคำถามเป็นที่ยอมรับ สามารถนำไปใช้ได้

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) การทดสอบความเชื่อมั่นอาศัยเทคนิค

การวัดความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha โดยค่าที่เหมาะสมต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 (Lunneborg, 1979) จึงจะยอมรับได้ว่าข้อมูลในแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำ และประสิทธิภาพของแบบสอบถามว่าสามารถสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจตรงกัน โดยใช้สูตรของ (Cronbach, 1970)

$$\text{ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา} (\alpha) = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความน่าเชื่อถือแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อ

S_i^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_x^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

โดยผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามหลังถูกปรับแก้จากผู้เชี่ยวชาญ แล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน หรือเรียกว่า Pilot Test หากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าต่ำกว่า 0.7 ผู้วิจัยจะต้องดำเนินการปรับแก้ข้อคำถามใหม่และทำ Pilot Test อีกครั้ง จนกว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 แล้วจะถือว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความความเที่ยงตรงนำไปใช้ได้

3.3.2 การให้คะแนนตัวแปร

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ อาศัยมาตราวัดแบบ Likert Scale โดยกำหนดให้มีคำตอบ 5 ตัวเลือก คือ 1 – 5 ซึ่งจะมีระดับการให้คะแนนแต่ละความคิดเห็น ดังนี้

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยนั้นมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยนั้นมาก	มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยนั้นปานกลาง	มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยนั้นน้อย	มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยนั้นน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

แต่การคำนวณคะแนนจะแบ่งเป็นช่วงคะแนนเชิงบวก หรืออัตราภาคชั้น โดยเกณฑ์การประเมินผลในแต่ละอัตราภาคชั้น และกำหนดความกว้างของแต่ละอัตราภาคชั้นเท่ากับ 0.8 ตามวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{พิสัย} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{พิสัย} = 0.8$$

ดังนั้น การแปลผลนำมาจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยและแบ่งเกณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ โดยมี ความหมายในบริบทของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยนั้นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยนั้นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยนั้นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.80 - 2.60	หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยนั้นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง เห็นด้วยกับปัจจัยนั้นน้อยที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริบท ธนาคารออมสิน” มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ซึ่งจะใช้วิธีการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้แอปพลิเคชัน MyMo เป็นกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นแหล่งข้อมูลที่มีผู้วิเคราะห์ วิจัยและค้นคว้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยทำการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากหนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ทัศนศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารอสมสิน” นี้ แล้วได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่อไป โดยทำการวิเคราะห์และการประมวลผลทางสถิติโดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3.4.2.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้แอปพลิเคชัน MyMo ที่ตอบแบบสอบถาม และนำเสนอตัวแปรที่ได้จากการทำวิจัยมาอธิบายรายละเอียดของข้อมูล ประกอบไปด้วย

1. ค่าร้อยละ (Percentage)
2. การแจกแจงความถี่ (Frequency)
3. ค่าเฉลี่ย (Mean)
4. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4.2.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้ในการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยอาศัยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแฝงเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis : EFA) เพื่อศึกษาโครงสร้างของตัวแปรโดยเป็นการจัดกลุ่มตัวแปรและเพิ่มหรือลดตัวแปรที่มีอยู่เดิมให้มีการรวมกันชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3.5 การขอความเห็นจากคณะผู้เชี่ยวชาญร่วมอภิปรายผล

เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ทัศนศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” รวมทั้งการนำเสนอแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจให้มีความเหมาะสมกับบริบทของงานที่ได้ จึงจำเป็นต้องทำการศึกษามากที่สุด โดยผู้วิจัยได้มีการนำผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญและขอคำแนะนำที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้

3.6 แผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินการและรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินงานวิจัย “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ทัศนศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่เตรียมหัวข้อวิทยานิพนธ์ วางแผนงานวิจัย ดำเนินการวิจัยวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย เสนอรายงานวิจัย ปรับปรุงงานวิทยานิพนธ์ตามคำแนะนำของกรรมการสอบ จนถึงการนำส่งวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แผนการดำเนินงานวิจัยและกิจกรรม

ขั้นตอนการดำเนินงาน		ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย											
		มิ.ย. 61	ก.ค. 61	ส.ค. 61	ก.ย. 61	ต.ค. 61	พ.ย. 61	ธ.ค. 61	ม.ค. 62	ก.พ. 62	มี.ค. 62	เม.ย. 62	พ.ค. 62
1. เตรียมหัวข้อวิทยานิพนธ์													
1.1	กำหนดปัญหาวัตถุประสงค์ และขอบเขตในการศึกษา												
1.2	ศึกษาแนวคิดและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง												
1.3	บูรณาการองค์ความรู้												
1.4	เขียนเค้าโครงวิทยานิพนธ์												
1.5	เสนอหัวข้อและเค้าโครงแก่อาจารย์ที่ปรึกษา												
1.6	นำเสนอหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แก่วิทยาลัยฯ												
2. วางแผนงานวิจัย													
2.1	กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง												
2.2	กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย												
2.3	จัดทำรายละเอียดและขั้นตอนระเบียบวิธีวิจัย												
3. ดำเนินการวิจัย													
3.1	ศึกษาค้นคว้าข้อมูลวิจัยต่างๆ												
3.2	สอบเค้าโครงวัดผลความก้าวหน้า (บทที่ 1-3)												
3.3	เก็บรวบรวมข้อมูล												
3.4	สอบวัดความก้าวหน้า												
4. วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย													
4.1	เขียนรายงานวิจัยและสรุปผล (บทที่ 1-5)												
5. เสนอรายงานวิจัย													
5.1	นำเสนอรายงานวิจัยให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา												
5.2	สอบ Defense งานวิทยานิพนธ์												
6. ปรับปรุงงานวิทยานิพนธ์ตามคำแนะนำของกรรมการสอบ													
6.1	นำส่งวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์												

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน และเพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการยอมรับการใช้เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking โดยผลการวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิจัย

4.1.1 ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหา

4.1.2 ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลในแบบสอบถาม

4.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

4.1.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

4.1.4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factory Analysis : EFA)

4.2 อภิปรายผล

4.2.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

4.2.1.1 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านมาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality)

4.2.1.2 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability)

4.2.1.3 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

4.2.1.4 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านความเชื่อถือได้ไว้วางใจ (Reliability)

4.2.1.5 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application)

4.1 ผลการวิจัย

4.1.1 ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหา

ในส่วนของการศึกษาการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารอมสลิ ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแบบสอบถามจำนวน 30 ข้อ ซึ่งประกอบด้วย การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทั้ง 4 มิติ คือ มิติคุณภาพของระบบ (System Quality) ประกอบด้วย 7 ข้อคำถาม มิติคุณภาพของข้อมูล (Information Quality) ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม มิติคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย 11 ข้อคำถาม และมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics) ประกอบด้วย 7 ข้อคำถาม ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนคำถามชี้วัดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี

การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีมิติ	จำนวนข้อ
คุณภาพของระบบ (System Quality)	7
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	5
คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)	11
คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)	7
รวม	30

คำนิยามสำหรับงานวิจัย และข้อคำถามทั้ง 30 ข้อ มีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดค่านิยมของมิติและข้อคำถามชี้วัด

มิติ	ค่านิยมสำหรับงานวิจัย	ข้อคำถาม
1. คุณภาพของระบบ (System Quality)		
1.1 ความเป็นส่วนตัวของระบบ (Privacy)	การทำธุรกรรมทางการเงินจะต้องมีการรักษาข้อมูลด้านความเป็นส่วนตัว (Zaidi et al., 2012)	1. ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ให้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)
		2. ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบรักษาข้อมูลส่วนตัวที่เชื่อมโยงกับระบบของรัฐบาลคอยกำกับดูแล
1.2 ความปลอดภัย (Security)	ความปลอดภัยในการใช้งานเป็นสิ่งทีระบบต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Yang et al., 2004)	3. ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีมาตรฐานรองรับความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล
		4. ระบบ MyMo มีหน่วยงานที่ดูแลระบบด้านระบบสารสนเทศ รวมทั้งการดูแลการเข้าถึงข้อมูลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน
1.3 ความรวดเร็ว (Speed)	ความรวดเร็วของเทคโนโลยี Mobile Banking	5. บริหารจัดการเงิน ทั้งบริการด้านข้อมูลบัญชี (Non-Financial) และบริการด้านธุรกรรมทางการเงิน (Financial) ได้อย่างรวดเร็ว
1.4 การออกแบบ (Design)	การออกแบบให้มีความน่าสนใจ มีธีม สี ดึงดูด ตัวยกหนังสือ อ่านง่าย การจัดวางข้อมูลอย่างเป็นระบบทำให้ง่ายต่อการใช้งาน	6. ระบบ MyMo มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย เพียงทราบเลขบัตรประจำตัวประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ก็สามารถทำธุรกรรมได้
		7. ระบบ MyMo มีช่องทางการใช้งานได้หลายช่องทาง ทำให้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย

ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดค่านิยมของมิติและข้อความชี้วัด (ต่อ)

มิติ	ค่านิยมสำหรับงานวิจัย	ข้อความชี้วัด
2. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)		
2.1 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness)	ข้อมูล ต้อง เป็น ข้อมูล ที่ ให้ ข้อเท็จจริง (facts) หรือข่าวสาร (information) ที่ครบถ้วนทุกด้านทุกประการ มิใช่ขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไปทำให้นำไปใช้การไม่ได้ การทำธุรกรรมทางการเงิน ข้อมูลของผู้ที่จะได้รับการบริการ จะต้องมีเนื้อหาครบถ้วน และ ประโยคที่ชัดเจนในการสื่อสารกับผู้ใช้งาน(Izyan et al., 2014)	8. การให้ข้อมูลละเอียด ชัดเจน และ ครบถ้วน (เช่น อัตราค่าธรรมเนียม สิทธิเงื่อนไขการให้บริการ ขั้นตอนการใช้งาน เป็นต้น)
		9. การให้ข้อมูลที่มีการอัปเดตใหม่ทันต่อเวลา (เช่น ชี้แจงสิทธิพิเศษ เป็นต้น)
2.2 ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy)	ข้อมูลที่ถูกต้องสามารถสร้างความเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการ โดยถ้าหากมีความผิดพลาดส่งผลกระทบต่อ การลบ และ ส่ง ผล ต่อ การตัดสินใจของผู้ใช้บริการ (Zaidi et al., 2012)	10. ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีการแสดงข้อมูลที่มีความถูกต้อง เช่น (การแสดงผลการทำรายการโอนเงิน, ผู้รับโอนเงิน เป็นต้น)
2.3 ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability)	ต้องสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าใจง่ายในทันทีที่อ่าน เพื่อช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง	11. ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ข้อมูลที่สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจง่าย (เช่น คู่มือการลงทะเบียนและใช้งาน เป็นต้น)
		12. ระบบ MyMo Mobile Banking จะแสดงข้อมูลในการทำธุรกรรมที่ง่ายต่อการจดจำ (เช่น มีระบบ Notification แจ้งเตือนในกล่องข้อความ)

ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดค่านิยมของมิติและข้อความชี้วัด (ต่อ)

มิติ	ค่านิยมสำหรับงานวิจัย	ข้อความชี้วัด
3. คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)		
3.1 ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability)	ความสามารถในการให้บริการให้ ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับ ผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้ง ต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุก จุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้ (Parasuraman et al., 1988)	13. พนักงานของธนาคาร มี ความสามารถในการแก้ไข และตอบ คำถาม
		14. พนักงานของธนาคาร มีการรักษา ข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี
		15. ระบบ MyMo Mobile Banking ให้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ สม่ำเสมอในการให้บริการทุกครั้ง
		16. มีระบบความปลอดภัยสูงในการ ใช้งานทุกครั้ง
3.2 การตอบสนองต่อ ลูกค้า (Responsiveness)	ความพร้อมและความเต็มใจที่จะ ให้บริการ โดยสามารถ ตอบสนองความต้องการของ ผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับ บริการได้ง่าย และได้รับความ สะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้ง จะต้องกระจายการให้บริการไป อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว (Parasuraman et al., 1988)	17. ธนาคารมีสาขาให้บริการจำนวน มาก สะดวกในการติดต่อและเข้าใช้ บริการ
		18. ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบมีความพร้อมในการ ให้บริการตลอด 24 ชม.
		19. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว สะดวกทุกที่ ทุกเวลาผ่านหน้าจอ โทรศัพท์
		20. ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีความหลากหลายของ ประเภทธุรกรรมที่สามารถทำผ่าน ระบบได้ เช่น การโอน, การชำระบิล ต่าง ๆ เป็นต้น

ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดคำนิยามของมิติและข้อความชี้วัด (ต่อ)

มิติ	คำนิยามสำหรับงานวิจัย	ข้อความชี้วัด
3.3 การให้ความ เชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)	ความสามารถในการสร้างความ เชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการ และตอบสนองความ ต้องการของผู้รับบริการด้วย ความสุภาพ นุ่มนวล มี กิจกรรมยามาที่ตี ใช้การ ติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการ จะได้รับบริการที่ดีที่สุด (Parasuraman et al., 1988)	21. พนักงานของธนาคาร มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญใน งาน สามารถตอบคำถามได้อย่าง ชัดเจน
		22. ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ความมั่นใจในกระบวนการรักษา ความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของ ธนาคาร
		23. ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถแสดงผลข้อมูลหรือการทำ ธุรกรรมสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว
4. คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)		
4.1 สลากดิจิทัล (Digital Slak)	สลากออมสินพิเศษ ที่ผู้ให้บริการ สามารถทำรายการฝาก-ถอน- ตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล และตรวจสอบเงินรางวัลสลาก ผ่านช่องทางบริการ Mobile Banking (MyMo) ได้ด้วยตนเอง ถือเป็นการอำนวยความสะดวก และเพิ่มช่องทางการให้บริการ ใหม่ให้กับลูกค้า เมื่อมีการถูก รางวัลสลาก ยอดเงินรางวัลจะ ถูกโอนเข้าบัญชีโอนที่ผูกไว้กับ ทะเบียนสลากดิจิทัล และเมื่อ สลากครบอายุ ระบบจะทำการ โอนเงินต้นและดอกเบี้ย เข้า บัญชีโอนโดยอัตโนมัติ (ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ, 2559)	24. จำนวนครั้งหรือระยะเวลาในการ ลุ้นรางวัลสลากดิจิทัล
		25. ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล และ จะแจ้งเตือนเมื่อถูกรางวัลสลากดิจิทัล

ตารางที่ 4.2 แสดงรายละเอียดคำนิยามของมิติและข้อความชี้วัด (ต่อ)

มิติ	คำนิยามสำหรับงานวิจัย	ข้อความชี้วัด
4.2 การปรับแต่ง อินเตอร์เฟซ (Interface Customization)	การปรับแต่ง interface ตาม ความต้องการของผู้ใช้ เช่น เลือก เครื่องมือค้นหาที่เป็นประโยชน์, ตั้งชื่อ interface, สร้างลิงค์พิเศษ และอื่น ๆ อีกมากมาย	26. มีรูปแบบการทำงานที่เข้าใจง่าย และสามารถใช้งานได้สะดวก
		27. สามารถเปลี่ยนธีมพื้นหลังได้ตาม ความต้องการ
		28. ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถเรียกดู Statement ย้อนหลัง ได้สูงสุด 5 ปี
4.3 การสนับสนุนจาก ภาครัฐ (Government Support)	การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support) หมายถึง นโยบายการสนับสนุน ของรัฐบาลที่ส่งผลต่อธุรกิจ ซึ่ง ต้องให้ภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการ (Tyebjee & Bruno, 1984)	29. รัฐบาลมีการสนับสนุนการใช้ แอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking
		30. รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริม ให้ลูกค้าลงทะเบียนสมัครใช้บริการ แอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking

หลังพัฒนาข้อความชี้วัดทั้ง 30 ข้อ แล้วผู้วิจัยทำการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking เหนือในการสัมภาษณ์ประกอบด้วย ผู้อำนวยการธนาคารออมสินเขตศรีสะเกษ ผู้จัดการธนาคารออมสินสาขาศรีสะเกษ ผู้ช่วยผู้อำนวยการธนาคารออมสินเขตศรีสะเกษ พนักงานธุรกิจสาขาระดับ 6 ธนาคารออมสินสาขาศรีสะเกษ และวิศวกรพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ โดยมีจำนวนข้อความชี้วัดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี การแสดงคำนิยาม และรายละเอียดข้อความชี้วัด ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	คำถาม	ประมาณค่าความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		1	2	3	4	5		
1. คุณภาพของระบบ (System Quality)								
1.1 ความเป็นส่วนตัวของระบบ (Privacy)								
1	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
2	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบรักษาข้อมูลส่วนตัวที่เชื่อมโยงกับระบบของรัฐบาลคอยกำกับดูแล	-1	-1	1	1	0	0.0	ไม่ผ่าน
1.2 ความปลอดภัย (Security)								
3	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีมาตรฐานรองรับความปลอดภัย ตามมาตรฐานสากล	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
4	ระบบ MyMo Mobile Banking มีหน่วยงานที่ดูแลระบบด้านระบบสารสนเทศ รวมทั้งการดูแลการเข้าถึงข้อมูลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
1.3 ความรวดเร็ว (Speed)								
5	บริหารจัดการเงิน ทั้งบริการด้านข้อมูลบัญชี (Non-Financial) และบริการด้านธุรกรรมทางการเงิน (Financial) ได้อย่างรวดเร็ว	1	1	1	1	0	0.8	ผ่าน
1.4 การออกแบบ (Design)								
6	ระบบ MyMo Mobile Banking มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย เพียงทราบเลขบัตรประจำตัวประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ ก็สามารถทำธุรกรรมได้	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
7	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ (เช่น Smart phone, Tablet เป็นต้น) โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่าย	1	-1	1	1	1	0.6	ผ่าน

ตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	ประมาณค่าความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		1	2	3	4	5		
2. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)								
2.1 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness)								
8	การให้ข้อมูลละเอียด ชัดเจน และครบถ้วน (เช่น อัตราค่าธรรมเนียม สิทธิเงื่อนไขการใช้บริการ ขั้นตอนการใช้งาน เป็นต้น)	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
9	การให้ข้อมูลที่มีการอัปเดตใหม่ทันต่อเวลา (เช่น ชี้แจงสิทธิพิเศษ เป็นต้น)	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
2.2 ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy)								
10	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีการแสดงข้อมูลที่มีความถูกต้อง เช่น (การแสดงผลการทำรายการโอนเงิน, ผู้รับโอนเงิน เป็นต้น)	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
11	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ข้อมูลที่สามารถเรียนรู้และทำความเข้าใจง่าย (เช่น คู่มือการลงทะเบียนและใช้งาน เป็นต้น)	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
2.3 ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability)								
12	ระบบ MyMo Mobile Banking จะแสดงข้อมูลในการทำธุรกรรมที่ง่ายต่อการจดจำ (เช่น มีระบบ Notification แจ้งเตือนในกล่องข้อความ)	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
3. คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)								
3.1 ความเชื่อถือได้ (Reliability)								
13	พนักงานของธนาคาร มีความสามารถในการแก้ไข และตอบคำถาม	1	1	-1	1	0	0.4	ไม่ผ่าน
14	พนักงานของธนาคาร มีการรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
15	ระบบ MyMo Mobile Banking ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ สม่่าเสมอในการให้บริการทุกครั้ง	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน

ตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	ประมาณค่าความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ						แปลผล
		1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย	
16	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องในระหว่างทำธุรกรรมทางการเงิน หลังจากการเข้าสู่ระบบ (เช่น การเชื่อมต่อไม่หลุดระหว่างการทำรายการ เป็นต้น)	1	1	1	1	0	0.8	ผ่าน
3.2 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)								
17	ธนาคารมีสาขาให้บริการจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อและเข้าใช้บริการ	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
18	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบมีความพร้อมในการให้บริการตลอด 24 ชม.	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
19	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้บริการด้วยความรวดเร็ว สะดวกทุกที่ ทุกเวลาผ่านหน้าจอโทรศัพท์	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
20	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีความหลากหลายของประเภทธุรกรรมที่สามารถทำผ่านระบบได้ เช่น การโอน, การชำระบิลต่าง ๆ เป็นต้น	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
3.3 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)								
21	พนักงานของธนาคาร มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงาน สามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
22	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของธนาคาร	1	1	1	1	0	0.8	ผ่าน
23	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถแสดงผลข้อมูลหรือการทำธุรกรรมสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
4. คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)								
4.1 สลากดิจิทัล (Digital Slak)								
24	จำนวนครั้งหรือระยะเวลาในการลุ้นรางวัลสลากดิจิทัล	1	-1	1	0	0	0.2	ไม่ผ่าน
25	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถตรวจดูข้อมูลสลากดิจิทัล, แจ้งเตือนผลการถูกรางวัลสลากผ่าน Push Notification และทราบผลการถูกรางวัลรวมของสลากแต่ละฉบับ	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน

ตารางที่ 4.3 ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	ประมาณค่าความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
		1	2	3	4	5		
4.2 การปรับแต่งอินเตอร์เฟซ (Interface Customization)								
26	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถถอนเงินสดจากตู้ ATM ไม่ใช่บัตร ด้วย QR Code	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
27	ระบบ MyMo Mobile Banking มีรูปแบบที่ดึงดูดใจในการใช้งาน (เช่น อิมพี้นหลังหน้าจอแอปพลิเคชันมีสีสันสวยงาม สามารถเลือกได้ตามความต้องการ	1	0	1	1	1	0.8	ผ่าน
28	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถเรียกดู Statement ย้อนหลังได้สูงสุด 5 ปี	1	1	1	1	1	1.0	ผ่าน
4.3 การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support)								
29	รัฐบาลมีการสนับสนุนการใช้แอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking	-1	1	-1	1	1	0.2	ไม่ผ่าน
30	รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมให้ลูกค้าลงทะเบียนสมัครใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking	-1	-1	1	1	0	0.0	ไม่ผ่าน

ผลการทดสอบความชัดเจนและความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญสามารถสรุปข้อคำถามใหม่ได้ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนคำถามชี้วัดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินก่อนการปรับแก้ตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ

การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้าน	จำนวนข้อ
คุณภาพของระบบ (System Quality)	6
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	5
คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)	10
คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)	4
รวม	25

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ปรับแก้ข้อคำถามตามคำชี้แนะของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 5 ข้อ ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงข้อความที่ปรับแก้ตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อความลำดับที่	ข้อความก่อนการปรับแก้	ข้อความหลังการปรับแก้
2	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบรักษาข้อมูลส่วนตัวที่เชื่อมโยงกับระบบของรัฐบาลคอยกำกับดูแล	ระบบ MyMo Mobile Banking มีการรักษาความลับของลูกค้า (เช่น ข้อมูลของลูกค้า, ข้อมูลการชำระเงิน เป็นต้น)
13	พนักงานของธนาคาร มีความสามารถในการแก้ไข และตอบคำถาม	ระบบ MyMo Mobile Banking มีการแจ้งยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ (เช่น การแจ้ง SMS, การแจ้ง E-Slip และ E-mail เป็นต้น)
24	จำนวนครั้งหรือระยะเวลาในการลूनรางวัลสลากดิจิทัล	ระบบ MyMo Mobile Banking แจ้งจำนวนครั้งในการซื้อหรือระยะเวลาในการลूनรางวัลสลากดิจิทัลมากกว่าฉลากแบบซื้อหน้าเคาเตอร์
29	รัฐบาลมีการสนับสนุนการใช้แอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking	การทำธุรกรรมผ่านระบบ MyMo Mobile Banking เป็นส่วนหนึ่งในการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการลดปริมาณการใช้เงินสด
30	รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมให้ลูกค้าลงทะเบียนสมัครใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking	รัฐบาลมีการสนับสนุนการชำระเงินผ่าน QR Code (MyMo Pay) แทนการใช้เงินสด

จำนวนคำถามชี้วัดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินหลังจากการปรับแก้ข้อความตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ สามารถสรุปข้อความใหม่ได้ ดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนคำถามชี้วัดการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงินหลังการปรับแก้ตามความเห็นผู้เชี่ยวชาญ

การยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีด้าน	จำนวนข้อ
คุณภาพของระบบ (System Quality)	7
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	5
คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)	11
คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)	7
รวม	30

4.1.2 ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลในแบบสอบถาม

การทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลในแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบความเข้าใจในข้อคำถามกับกลุ่มตัวอย่าง (Pilot test) จำนวน 30 คน แล้วจึงนำไปทดสอบหาความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยจะยอมรับการทดสอบเมื่อค่า สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (Lunneborg, 1979) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha

ประเด็นของตัวแปร	คำถามข้อที่	Cronbach's Alpha
คุณภาพของระบบ (System Quality)	1-7	0.740
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)	8-12	0.747
คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)	13-23	0.751
คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)	24-30	0.733
รวมทุกประเด็นตัวแปร	1-30	0.827

ผลจากการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคแต่ละตัวแปรอยู่ในช่วงระหว่าง 0.733 - 0.751 และมีค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้งหมดอยู่ที่ 0.827 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการงานวิจัยครั้งนี้ มีความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ดี และสามารถนำไปใช้ในการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ได้

4.1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้งาน MyMo Mobile Banking ในจังหวัดอุบลราชธานี มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 45,307 คน โดยสังกัดอยู่ในธนาคารออมสินภาค 12 สายงานกิจการสาขา 4 ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีทั้งหมด 23 สาขา ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 495 ชุด แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือสูญหายมี 85 ชุด คิดเป็นร้อยละ 17 แบบสอบถามที่ใช้งานได้มีจำนวน 410 ชุด คิดเป็นร้อยละ 83 ซึ่งจำนวนแบบสอบถามที่ใช้ได้มีค่ามากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ กลุ่มตัวอย่างนี้จึงเพียงพอต่อการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบต่อไป ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการเก็บรวบรวมข้อมูล

ลำดับ	สาขา	แบบสอบถาม (ชุด)	ที่ใช้ไม่ได้(ชุด)	ที่ใช้ได้ (ชุด)
1	อุบลราชธานี	34	7	27
2	เขมราฐ	29	6	23
3	โพธิ์ไทร	20	3	17
4	ถนนชยางกูร	20	3	17
5	ตระการพืชผล	25	4	21
6	ถนนยุทธภักดิ์	15	2	13
7	ศรีเมืองใหม่	15	2	13
8	ม่วงสามสิบ	25	5	20
9	ซีทีมอลล์ อุบลราชธานี	20	3	17
10	ถนนแจ้งสนิท	15	2	13
11	เซ็นทรัลพลาซา อุบลราชธานี	20	4	16
12	ดอนมดแดง	10	1	9
13	กุดข้าวปุ้น	15	3	12
14	พิบูลมังสาหาร	29	5	24
15	วารินชำราบ	25	3	22
16	เดชอุดม	34	7	27
17	เขื่องใน	29	5	24
18	นาจะหลวย	25	5	20
19	น้ำยืน	25	4	21
20	ถนนสถลมารค	15	3	12
21	โขงเจียม	15	2	13
22	โนนผึ้ง	15	2	13
23	ถนนสถิตยนิมานกาล	20	4	16
รวม		495	85	410

4.1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.1.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามการจำแนกตามเพศ พบว่า ข้อมูลจากแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 63 และเป็นเพศชายจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	153	37
หญิง	257	63
รวม	410	100

การจำแนกตามอายุ พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 21 – 25 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 41 – 45 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และอันดับสุดท้ายอยู่ในช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	77	19
26 - 30 ปี	125	30
31- 35 ปี	91	22
36 – 40 ปี	48	12
41 – 45 ปี	42	10
46 ปีขึ้นไป	27	7
รวม	410	100

การจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมามีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมามีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และอันดับสุดท้ายมีระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 1 ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	97	24
ระดับปริญญาตรี	230	56
ระดับปริญญาโท	77	19
ระดับปริญญาเอก	6	1
รวม	410	100

การจำแนกตามอาชีพในปัจจุบัน พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา ประกอบอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17 รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้างงานอิสระ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และอันดับสุดท้ายประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพในปัจจุบัน

อาชีพในปัจจุบัน	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
พนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน	71	17
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	215	53
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	73	18
รับจ้างงานอิสระ	30	7
อื่น ๆ ไปรตระบุ	21	5
รวม	410	100

การจำแนกตามสายงานในปัจจุบัน พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสายงานบริหารการเงิน จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาเป็นสายงานอื่น ๆ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาเป็นสายงานบริหารทั่วไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14 รองลงมาเป็นสายงานการตลาด 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาเป็นสายงานบุคคล 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และอันดับสุดท้ายเป็นสายงานด้านไอที จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสายงานในปัจจุบัน

สายงานในปัจจุบัน	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
สายงานการตลาด	49	12
สายงานบริหารการเงิน	139	34
สายงานบริหารทั่วไป	57	14
สายงานด้านไอที	21	5
สายงานบุคคล	27	7
สายงานอื่น ๆ	117	28
รวม	410	100

การจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมามีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมามีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รองลงมามีรายได้ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และอันดับสุดท้ายมีรายได้ 45,000 ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	102	25
15,001 – 25,000 บาท	189	46
25,001 – 35,000 บาท	66	16
35,001 – 45,000 บาท	39	10
45,000 ขึ้นไป	14	3
รวม	410	100

การจำแนกตามแหล่งที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือจำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 92 และอันดับสุดท้ายใช้แท็บเล็ต/ไอแพด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

แหล่งที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
แท็บเล็ต/ไอแพด	33	8
โทรศัพท์มือถือ	377	92
รวม	410	100

การจำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงินมากกว่า 1 ปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมา มีระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน 6 เดือน – 1 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และอันดับสุดท้ายมีระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงินไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

ระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
ไม่เกิน 6 เดือน	73	18
6 เดือน - 1 ปี	111	27
มากกว่า 1 ปี	226	55
รวม	410	100

การจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking พบว่าข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อโอนเงิน จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 84 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ใช้ได้ รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามยอดบัญชี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 69 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ใช้ได้ รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 64 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ใช้ได้ รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 43 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ใช้ได้ รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อบริการข้อมูลต่าง ๆ ของธนาคาร จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ใช้ได้ และอันดับสุดท้ายมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมดที่ใช้ได้ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking

วัตถุประสงค์ที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน	จำนวนผู้กรอกแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ (%)
MyMo Mobile Banking		
การสอบถามยอดบัญชี	282	69
การตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง	177	43
การโอนเงิน	344	84
การชำระค่าสินค้าและบริการ	262	64
บริการข้อมูลต่าง ๆ ของธนาคาร	162	40
อื่น ๆ โปรดระบุ	11	3

จากการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์คุณสมบัติข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม พบว่าข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26 - 30 ปี ระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ สายงานบริหารการเงิน รายได้ 15,001 - 25,000 บาท เข้าถึงแอปพลิเคชัน MyMo ผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ใช้บริการมาแล้วมากกว่า 1 ปี และข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยเป็นเพศชาย อายุ 46 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาเอก ประกอบอาชีพอื่น ๆ สายงานด้านไอที รายได้ 45,000 บาทขึ้นไป เข้าถึงแอปพลิเคชัน MyMo ผ่านแท็บเล็ตหรือไอแพดใช้บริการมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน และผู้ใช้งานส่วนใหญ่ใช้งานเพื่อการโอนเงิน

4.1.4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Means) เพื่อทราบถึงระดับความคิดเห็นของประชากรในงานวิจัย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงการกระจายของข้อมูล ซึ่งผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นมีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.18, 4.19, 4.20, และ 4.21

ตารางที่ 4.18 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมิติด้านคุณภาพของระบบ

ข้อ	มิติ / องค์ประกอบ / ข้อคำถาม	ชื่อตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. คุณภาพของระบบ (System Quality)					
1.1 ความเป็นส่วนตัวของระบบ (Privacy)					
1	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)	SQpri1	4.50	0.61	มากที่สุด
2	ระบบ MyMo Mobile Banking มีการรักษาความลับของลูกค้า (เช่น ข้อมูลของลูกค้า, ข้อมูลการชำระเงิน)	SQpri2	4.36	0.64	มากที่สุด
1.2 ความปลอดภัย (Security)					
3	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีมาตรฐานรองรับความปลอดภัย ตามมาตรฐานสากล	SQsec3	4.37	0.67	มากที่สุด
4	ระบบ MyMo Mobile Banking มีหน่วยงานที่ดูแลระบบด้านระบบสารสนเทศ รวมทั้งการดูแลการเข้าถึงข้อมูลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	SQsec4	4.33	0.70	มากที่สุด
1.3 ความรวดเร็ว (Speed)					
5	บริหารจัดการเงิน ทั้งบริการด้านข้อมูลบัญชี (Non-Financial) และบริการด้านธุรกรรมทางการเงิน (Financial) ได้อย่างรวดเร็ว	SQspe5	4.34	0.66	มากที่สุด
1.4 การออกแบบ (Design)					
6	ระบบ MyMo Mobile Banking มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย เพียงทราบเลขบัตรประจำตัวประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ ก็สามารถทำธุรกรรมได้	SQdes6	4.41	0.61	มากที่สุด
7	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ (เช่น Smart phone, Tablet เป็นต้น) โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่าย	SQdes7	4.46	0.66	มากที่สุด

ตารางที่ 4.19 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมิติด้านคุณภาพของข้อมูล

ข้อ	มิติ / องค์ประกอบ / ข้อคำถาม	ชื่อตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
2. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)					
2.1 ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness)					
8	การให้ข้อมูลละเอียด ชัดเจน และครบถ้วน (เช่น อัตราค่าธรรมเนียม สิทธิเงื่อนไขการใช้บริการ ขั้นตอนการใช้งาน เป็นต้น)	IQcom8	4.35	0.67	มากที่สุด
9	การให้ข้อมูลที่มีการอัปเดตใหม่ทันต่อเวลา (เช่น ชี้แจงสิทธิพิเศษ เป็นต้น)	IQcom9	4.35	0.70	มากที่สุด
2.2 ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy)					
10	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีการแสดงข้อมูลที่มีความถูกต้อง เช่น (การแสดงผลการทำรายการการโอนเงิน, ผู้รับโอนเงิน เป็นต้น)	IQacc10	4.38	0.70	มากที่สุด
2.3 ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability)					
11	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ข้อมูลที่สามารรถเรียนรู้และทำความเข้าใจง่าย (เช่น คู่มือการลงทะเบียนและใช้งาน เป็นต้น)	IQund11	4.30	0.66	มากที่สุด
12	ระบบ MyMo Mobile Banking จะแสดงข้อมูลในการทำธุรกรรมที่ง่ายต่อการจดจำ (เช่น มีระบบ Notification แจ้งเตือนในกล่องข้อความ)	IQund12	4.38	0.66	มากที่สุด

ตารางที่ 4.20 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมิติด้านคุณภาพของการให้บริการ

ข้อ	มิติ / องค์ประกอบ / ข้อคำถาม	ชื่อตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3. คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)					
3.1 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)					
13	ระบบ MyMo Mobile Banking มีการแจ้งยืนยันความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ (เช่น การแจ้ง SMS, การแจ้ง E-Slip และ E-mail เป็นต้น)	SQrel13	4.34	0.68	มากที่สุด
14	พนักงานของธนาคาร มีการรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี	SQrel14	4.38	0.67	มากที่สุด
15	ระบบ MyMo Mobile Banking ใช้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สม่่าเสมอในการให้บริการทุกครั้ง	SQrel15	4.38	0.69	มากที่สุด
16	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องในระหว่างทำธุรกรรมทางการเงิน หลังจากการเข้าสู่ระบบ (เช่น การเชื่อมต่อไม่หลุดระหว่างการทำรายการ เป็นต้น)	SQrel16	4.30	0.69	มากที่สุด
3.2 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)					
17	ธนาคารมีสาขาให้บริการจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อและเข้าใช้บริการ	SQres17	4.30	0.66	มากที่สุด
18	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบมีความพร้อมในการให้บริการตลอด 24 ชม.	SQres18	4.41	0.68	มากที่สุด
19	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้บริการด้วยความรวดเร็ว สะดวกทุกที่ ทุกเวลาผ่านหน้าจอโทรศัพท์	SQres19	4.40	0.67	มากที่สุด
20	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีความหลากหลายของประเภทธุรกรรมที่สามารถทำผ่านระบบได้ เช่น การโอน, การชำระบิลต่าง ๆ เป็นต้น	SQres20	4.44	0.65	มากที่สุด
3.3 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)					
21	พนักงานของธนาคาร มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงาน สามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน	SQass21	4.40	0.68	มากที่สุด
22	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ความมั่นใจในระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของธนาคาร	SQass22	4.42	0.66	มากที่สุด
23	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถแสดงผลข้อมูลหรือการทำธุรกรรมสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	SQass23	4.41	0.65	มากที่สุด

ตารางที่ 4.21 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อมิติด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม

ข้อ	มิติ / องค์ประกอบ / ข้อคำถาม	ชื่อตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4. คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)					
4.1 สลากดิจิทัล (Digital Slak)					
24	ระบบ MyMo Mobile Banking แจ้งจำนวนครั้งในการซื้อหรือระยะเวลาในการลุ้นรางวัลสลากดิจิทัลมากกว่าฉลากแบบซื้อหน้าเคาเตอร์	MCds124	4.30	0.68	มากที่สุด
25	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล, แจ้งเตือนผลการถูกรางวัลสลากผ่าน Push Notification และทราบผลการถูกรางวัลรวมของสลากแต่ละฉบับ	MCds125	4.41	0.65	มากที่สุด
4.2 การปรับแต่งอินเตอร์เฟซ (Interface Customization)					
26	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถถอนเงินสดจากตู้ ATM ไม่ใช่บัตร ด้วย QR Code	MCint26	4.45	0.60	มากที่สุด
27	ระบบ MyMo Mobile Banking มีรูปแบบที่ดึงดูดใจในการใช้งาน (เช่น ซึ่มพื้นหลังหน้าจอแอปพลิเคชันมีสีสันสวยงาม สามารถเลือกได้ตามความต้องการ	MCint27	4.40	0.70	มากที่สุด
28	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถเรียกดู Statement ย้อนหลังได้สูงสุด 5 ปี	MCint28	4.37	0.70	มากที่สุด
4.3 การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support)					
29	การทำธุรกรรมผ่านระบบ MyMo Mobile Banking เป็นส่วนหนึ่งในการตอบสนองนโยบายของรัฐในการลดปริมาณการใช้เงินสด	MCgov29	4.35	0.66	มากที่สุด
30	รัฐบาลมีการสนับสนุนการชำระเงินผ่าน QR Code (MyMo Pay) แทนการใช้เงินสด	MCgov30	4.39	0.64	มากที่สุด

4.1.4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ (Observed Variable) ที่ได้จากแบบสอบถาม หรือข้อมูลที่มีอยู่ และตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่เป็นองค์ประกอบใหม่ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ เกณฑ์การพิจารณาเพื่อหาองค์ประกอบใหม่ของงานวิจัยนี้เป็นดังนี้

(1) การพิจารณาค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) คือ ตัวแปรที่ใช้วัดตัวแปรที่สังเกตได้ว่ามีความเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงมากน้อยเท่าใด ค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดย ถ้าค่า KMO มีค่าน้อยหรือเข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นไม่เหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในทางกลับกันถ้าค่า KMO มีค่ามากหรือเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในกรณีนี้จะพิจารณาค่า KMO > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงหรือข้อมูลที่มีอยู่มีความเหมาะสมในการสร้างองค์ประกอบใหม่

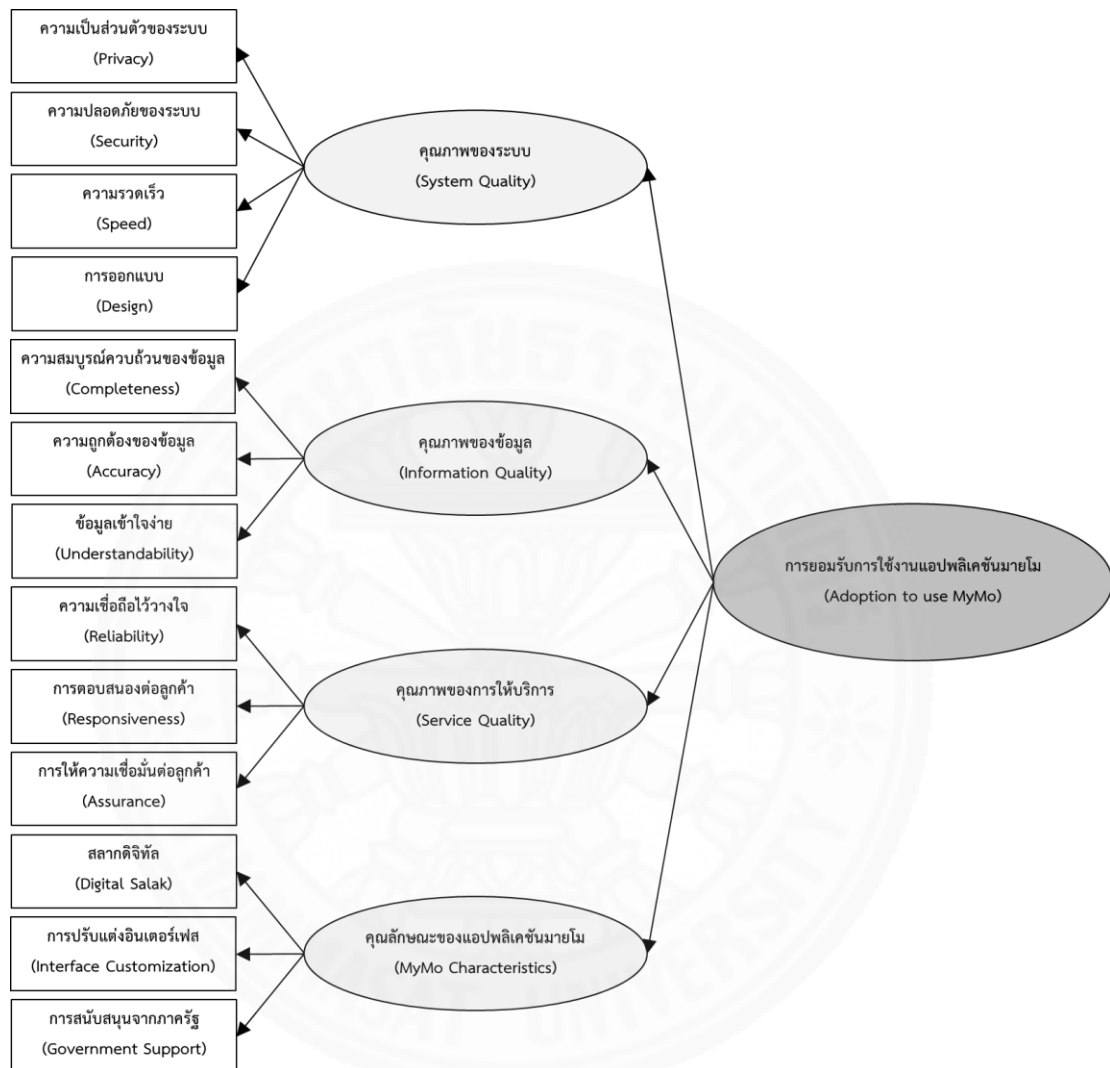
(2) การพิจารณาค่า Communalities คือ ตัวแปรที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ และตัวแปรแฝง ค่า Communalities มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดยถ้าค่า Communalities > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้หรือข้อคำถามนั้นใช้ได้ หากมีตัวแปรที่สังเกตได้เพียงตัวเดียวที่มีค่า Communalities < 0.5 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามนั้นทิ้ง และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Communalities ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 0.5

(3) การพิจารณาค่า Cumulative % ที่ได้จากราย Total Variance Explained คือ ค่าร้อยละความครอบคลุมของข้อมูล ตัวแปรนี้ใช้กำหนดจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสม ค่า Cumulative % มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 โดยจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสมควรทำให้ค่า Cumulative % มีค่าประมาณ 2 ใน 3 หรือเป็นค่ามากกว่า 65% หากค่า Cumulative % ไม่ถึง 65 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามทิ้งโดยเริ่มตัดตามตัวแปรที่มีค่า Communalities น้อยที่สุด และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Cumulative % ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 65%

(4) การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ที่ได้จากราย Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้ตัวแปรเดียว และ Rotated Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้หลายตัวแปร ตัวแปรนี้ใช้เป็นค่าน้ำหนักสำหรับการจัดกลุ่มตัวแปรแฝง โดยจัดกลุ่มตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดอยู่ในกลุ่มของตัวแปรแฝงเดียวกัน หากมีตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ทั้ง 2 ตัวแปรแฝงให้เลือกค่าน้ำหนักที่มีค่ามากที่สุด ชื่อของตัวแปรแฝงจะตั้งตามชื่อของกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุด

ตัวแปรที่สังเกตได้ประกอบด้วย 13 ตัวแปร ดังนี้ ความเป็นส่วนตัวของระบบ (Privacy), ความปลอดภัยของระบบ (Security), ความรวดเร็ว (Speed), การออกแบบ (Design), ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness), ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy), ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability), ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability), การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness), การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance), สลากดิจิทัล (Digital Slak),

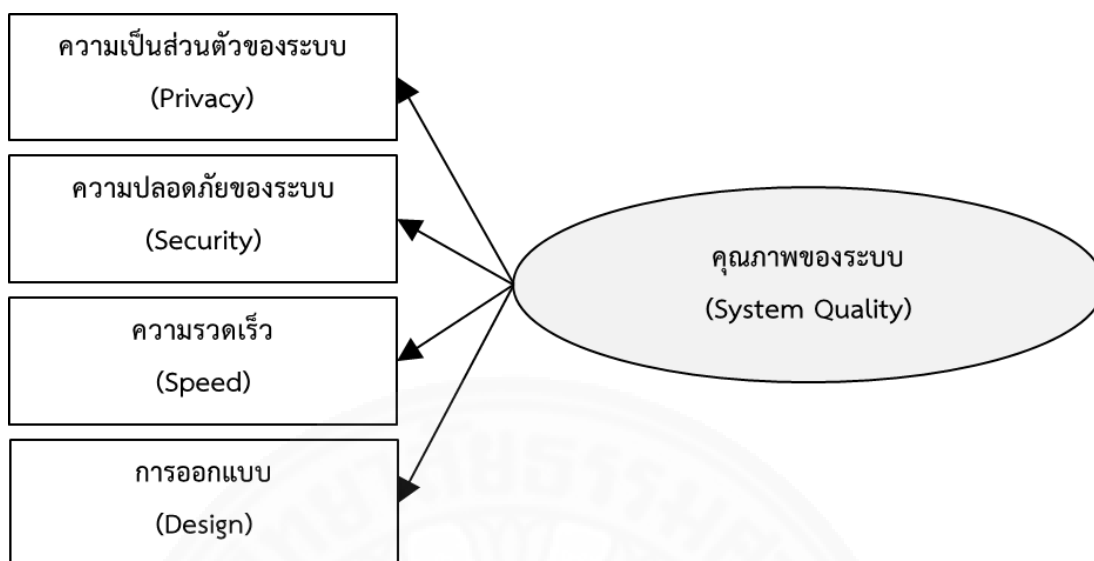
การปรับแต่งอินเตอร์เฟซ (Interface Customization), และการสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support) ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 โมเดลงานวิจัยก่อนผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

(1) มิติคุณภาพของระบบ (System Quality)

มิติคุณภาพของระบบประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความเป็นส่วนตัวของระบบ (Privacy) ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ คือ SQpri1, SQpri2 ความปลอดภัยของระบบ (Security) ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ คือ SQsec3, SQsec4 ความรวดเร็ว (Speed) ประกอบด้วยข้อคำถาม 1 ข้อ คือ SQspe5 การออกแบบ (Design) ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ คือ SQdes6, SQdes7 รวมทั้งสิ้นมีข้อคำถาม 7 ข้อ ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 องค์ประกอบของมิติคุณภาพของระบบก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

พิจารณาค่า KMO ที่ใช้วัดตัวแปรที่สังเกตได้ว่ามีความเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงมากน้อยเท่าใด ค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดย ถ้าค่า KMO มีค่าน้อยหรือเข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นไม่เหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในทางกลับกันถ้าค่า KMO มีค่ามากหรือเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในกรณีนี้จะพิจารณาค่า $KMO > 0.5$ จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง หรือข้อมูลที่มีอยู่มีความเหมาะสมในการสร้างองค์ประกอบใหม่ ผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามข้อที่ SQspe5, SQdes6, และ SQdes7 มีค่า Communalities ต่ำกว่า 0.5 จึงตัดข้อคำถามดังกล่าวทิ้ง จากนั้นเริ่มการวิเคราะห์ใหม่ด้วยข้อคำถามที่เหลืออยู่คือ SQpri1, SQpri2, SQsec3, และ SQsec4 พบว่ามีค่า KMO เท่ากับ 0.835 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมในการอธิบายมิติของคุณภาพของระบบในภาพรวมได้ ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 แสดงค่า KMO และ Bartlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของระบบ

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.835
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	830.921
	df	10
	Sig.	0.000

พิจารณาค่า Communalities ที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ และตัวแปรแฝง ค่า Communalities มีค่าอยู่ระหว่าง 0–1 โดยถ้าค่า Communalities > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้หรือข้อคำถามนั้นใช้ได้ หากมีตัวแปรที่สังเกตได้เพียงตัวเดียวที่มีค่า Communalities < 0.5 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามนั้นทิ้ง และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Communalities ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 0.5 หลังจากพิจารณาค่า Communalities พบว่าทุกข้อคำถามที่เหลืออยู่มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าทุกข้อคำถามสามารถใช้เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงได้ ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของระบบ

	Initial	Extraction
SQpri1	1.000	.605
SQpri2	1.000	.713
SQsec3	1.000	.742
SQsec4	1.000	.670

พิจารณาค่า Cumulative % ที่ได้จากราย Total Variance Explained คือ ค่าร้อยละความครอบคลุมของข้อมูล ตัวแปรนี้ใช้กำหนดจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสม ค่า Cumulative % มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 โดยจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสมควรทำให้ค่า Cumulative % มีค่าประมาณ 2 ใน 3 หรือเป็นค่ามากกว่า 65% หากค่า Cumulative % ไม่ถึง 65 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามทิ้งโดยเริ่มตัดตามตัวแปรที่มีค่า Communalities น้อยที่สุด และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Cumulative % ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 65% พิจารณาค่า Cumulative % จากราย Total Variance Explained เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นสามารถยุบเป็นตัวแปรแฝงได้ทั้งหมดกี่ตัว ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Total Variance Explained เท่ากับร้อยละ 68.251 มีตัวแปรแฝง 1 ตัว ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของระบบ

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.730	68.251	68.251	2.730	68.251	68.251
2	.533	13.325	81.576			
3	.422	10.545	92.121			
4	.315	7.879	100.000			

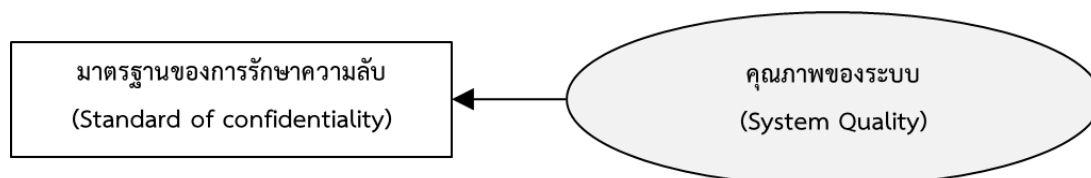
พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ที่ได้จากราย Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้ตัวแปรเดียว หรือตาราง Rotated Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้หลายตัวแปรตัวแปรนี้ใช้เป็นค่าน้ำหนักสำหรับการจัดกลุ่มตัวแปรแฝง โดยจัดกลุ่มตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดอยู่ในกลุ่มของตัวแปรแฝงเดียวกัน หากมีตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ทั้ง 2 ตัวแปรแฝงให้เลือกค่าน้ำหนักที่มีค่ามากที่สุด ชื่อของตัวแปรแฝงจะตั้งตามชื่อของกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่มีความน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุด เนื่องจากมีตัวแปรแฝง 1 ตัว ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจึงหาจากราย Component Matrix ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรแฝงที่ 1 ประกอบด้วยข้อคำถาม SQpri1, SQpri2, SQsec3, และ SQsec4 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.778, 0.844, 0.861, และ 0.818 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 แสดงค่า Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของระบบ

	Component
	1
SQpri1	.778
SQpri2	.844
SQsec3	.861
SQsec4	.818

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของมิติคุณภาพของระบบสามารถจัดกลุ่มข้อคำถามที่เหมาะสมด้วยตัวแปรแฝงใหม่ 1 ตัว โดยใช้ชื่อตัวแปรแฝงใหม่ คือ มาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 4 ข้อ คือ

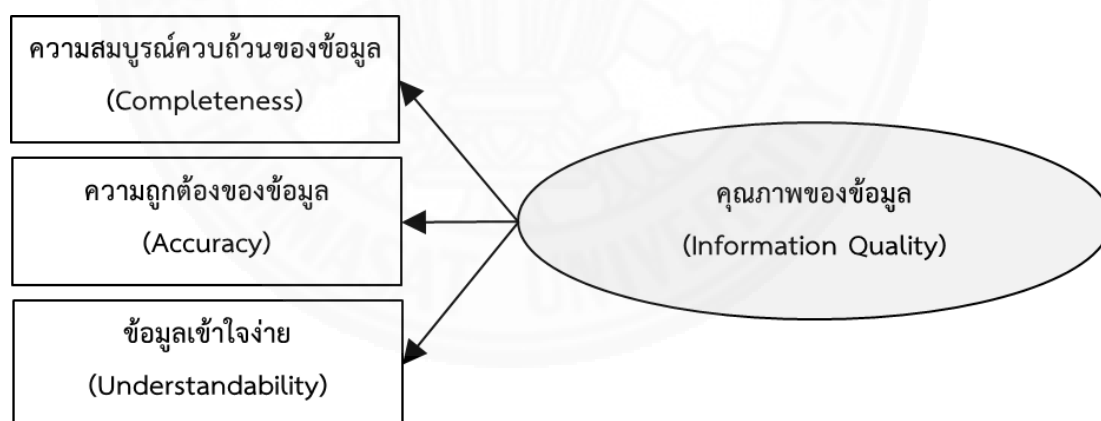
SQpri1, SQpri2, SQsec3, และ SQsec4 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.778, 0.844, 0.861, และ 0.818 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 องค์ประกอบของมิติคุณภาพของระบบหลังการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

(2) มิติคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)

มิติคุณภาพของข้อมูลประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness) ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ คือ IQcom8, IQcom9 ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy) ประกอบด้วยข้อคำถาม 1 ข้อ คือ IQacc10 ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability)) ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ คือ IQund11, IQund12 รวมทั้งสิ้นมีข้อคำถาม 5 ข้อ ดังภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 องค์ประกอบของมิติคุณภาพของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

พิจารณาค่า KMO ที่ใช้วัดตัวแปรที่สังเกตได้ว่ามีความเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงมากน้อยเท่าใด ค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดย ถ้าค่า KMO มีค่าน้อยหรือเข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นไม่เหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในทางกลับกันถ้าค่า KMO มีค่ามากหรือเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในกรณีนี้จะพิจารณาค่า $KMO > 0.5$ จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงหรือข้อมูล

ที่มีอยู่มีความเหมาะสมในการสร้างองค์ประกอบใหม่ ผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามข้อที่ IQcom8, IQcom9 มีค่า Communalities ต่ำกว่า 0.5 จึงตัดข้อคำถามดังกล่าวทิ้ง จากนั้นเริ่มการวิเคราะห์ใหม่ด้วยข้อคำถามที่เหลืออยู่คือ IQacc10, IQund11, และ IQund12 พบว่ามีค่า KMO เท่ากับ 0.702 แสดงว่า ข้อคำถามมีความเหมาะสมในการอธิบายมิติของคุณภาพของข้อมูลในภาพรวมได้ ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงค่า KMO และ Bartlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของข้อมูล

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.702
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	394.455
	df	3
	Sig.	0.000

พิจารณาค่า Communalities ที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ และตัวแปรแฝง ค่า Communalities มีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 โดยถ้าค่า Communalities > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้หรือข้อคำถามนั้นใช้ได้ หากมีตัวแปรที่สังเกตได้เพียงตัวเดียวที่มีค่า Communalities < 0.5 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามนั้นทิ้ง และเริ่มวิเคราะห์ใหม่จนกว่าค่า Communalities ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 0.5 หลังจากพิจารณาค่า Communalities พบว่าทุกข้อคำถามที่เหลืออยู่มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าทุกข้อคำถามสามารถใช้เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงได้ ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของข้อมูล

	Initial	Extraction
IQacc10	1.000	.720
IQund11	1.000	.760
IQund12	1.000	.670

พิจารณาค่า Cumulative % ที่ได้จากราย Total Variance Explained คือ ค่าร้อยละความครอบคลุมของข้อมูล ตัวแปรนี้ใช้กำหนดจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสม ค่า Cumulative % มีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 100 โดยจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสมควรทำให้ค่า Cumulative % มีค่าประมาณ 2 ใน 3 หรือเป็นค่ามากกว่า 65% หากค่า Cumulative % ไม่ถึง 65 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามทิ้งโดยเริ่มตัดตามตัวแปรที่มีค่า Communalities

น้อยที่สุด และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Cumulative % ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 65% พิจารณา ค่า Cumulative % จากตาราง Total Variance Explained เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นสามารถแยกเป็นตัวแปรแฝงได้ทั้งหมดกี่ตัว พิจารณา ค่า Cumulative % จากตาราง Total Variance Explained เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นสามารถแยกเป็นตัวแปรแฝงได้ทั้งหมดกี่ตัว ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Total Variance Explained เท่ากับร้อยละ 71.684 มีตัวแปรแฝง 1 ตัว ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของข้อมูล

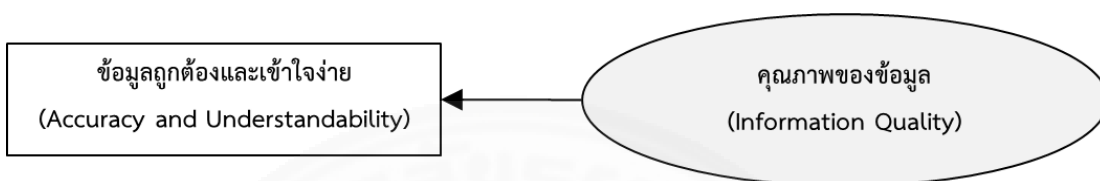
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.151	71.684	71.684	2.151	71.684	71.684
2	.487	16.243	87.927			
3	.362	12.073	100.000			

พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ที่ได้จากราย Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้ตัวแปรเดียว หรือตาราง Rotated Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้หลายตัวแปรตัวแปรนี้ใช้เป็นค่าน้ำหนักสำหรับการจัดกลุ่มตัวแปรแฝง โดยจัดกลุ่มตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดอยู่ในกลุ่มของตัวแปรแฝงเดียวกัน หากมีตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ทั้ง 2 ตัวแปรแฝงให้เลือกค่าน้ำหนักที่มีค่ามากที่สุด ชื่อของตัวแปรแฝงจะตั้งตามชื่อของกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่มีความน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด เนื่องจากมีตัวแปรแฝง 1 ตัว ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจึงหาจากราย Component Matrix ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรแฝงที่ 1 ประกอบด้วยข้อคำถาม IQacc10, IQund11, และ IQund12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.848, 0.872, และ 0.819 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงค่า Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของข้อมูล

	Component
	1
IQacc10	.848
IQund11	.872
IQund12	.819

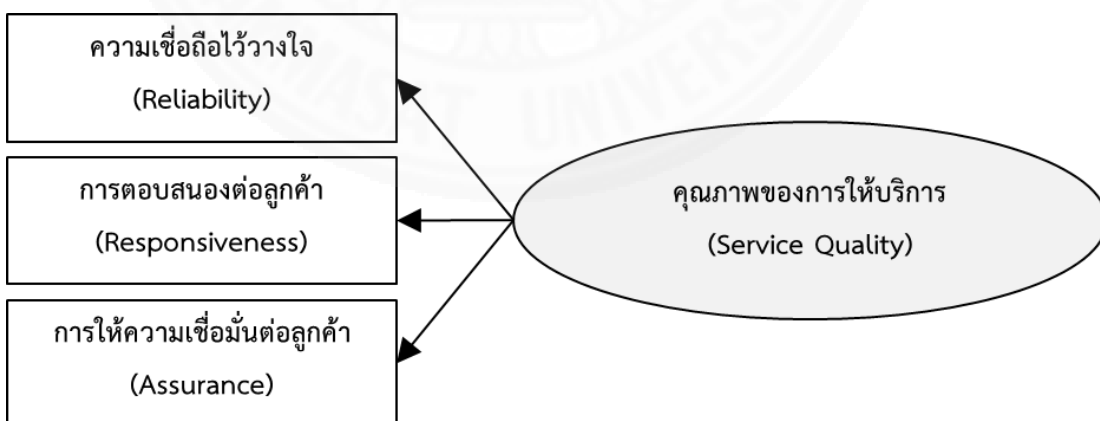
ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของมิติคุณภาพของข้อมูลสามารถจัดกลุ่มข้อความที่เหมาะสมด้วยตัวแปรแฝงใหม่ 1 ตัว โดยใช้ชื่อตัวแปรแฝงใหม่ คือ ข้อมูลถูกต้อง และ เข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 3 ข้อ คือ IQacc10, IQund11, และ IQund12 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.848, 0.872, และ 0.819 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 องค์ประกอบของมิติคุณภาพของข้อมูลหลังการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

(3) มิติคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)

มิติคุณภาพของการให้บริการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ประกอบด้วยข้อความ 4 ข้อ คือ SQrel13, SQrel14, SQrel15, SQrel16 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ประกอบด้วยข้อความ 4 ข้อ คือ SQres17, SQres18, SQres19, SQres20 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) ประกอบด้วยข้อความ 3 ข้อ คือ SQass21, SQass22, SQass23 รวมทั้งสิ้นมีข้อความ 11 ข้อ ดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 องค์ประกอบของมิติคุณภาพของการให้บริการก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

พิจารณาค่า KMO ที่ใช้วัดตัวแปรที่สังเกตได้ว่ามีความเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงมากน้อยเท่าใด ค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดย ถ้าค่า KMO มีค่าน้อยหรือเข้า

ใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นไม่เหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในทางกลับกันถ้าค่า KMO มีค่ามากหรือเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในกรณีนี้จะพิจารณาค่า KMO > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงหรือข้อมูลที่มีอยู่มีความเหมาะสมในการสร้างองค์ประกอบใหม่ ผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามข้อที่ SQrel16, SQass21, SQass22, และ SQass23 มีค่า Communalities ต่ำกว่า 0.5 จึงตัดข้อคำถามดังกล่าวทิ้ง จากนั้นเริ่มการวิเคราะห์ใหม่ด้วยข้อคำถามที่เหลืออยู่คือ SQrel13, SQrel14, SQrel15, SQres17, SQres18, SQres19, และ SQres20 พบว่ามีค่า KMO เท่ากับ 0.835 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมในการอธิบายมิติของคุณภาพของข้อมูลในภาพรวมได้ ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 แสดงค่า KMO และ Bartlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของการให้บริการ

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.835
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1192.000
	df	21
	Sig.	0.000

พิจารณาค่า Communalities ที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ และตัวแปรแฝง ค่า Communalities มีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 โดยถ้าค่า Communalities > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้หรือข้อคำถามนั้นใช้ได้ หากมีตัวแปรที่สังเกตได้เพียงตัวเดียวที่มีค่า Communalities < 0.5 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามนั้นทิ้ง และเริ่มวิเคราะห์ใหม่จนกว่าค่า Communalities ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 0.5 หลังจากพิจารณาค่า Communalities พบว่าทุกข้อคำถามที่เหลืออยู่มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าทุกข้อคำถามสามารถใช้เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงได้ ดังตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของการให้บริการ

	Initial	Extraction
SQrel13	1.000	.653
SQrel14	1.000	.774
SQrel15	1.000	.759
SQres17	1.000	.564
SQres18	1.000	.678
SQres19	1.000	.720
SQres20	1.000	.612

พิจารณาค่า Cumulative % ที่ได้จากราย Total Variance Explained คือ ค่าร้อยละความครอบคลุมของข้อมูล ตัวแปรนี้ใช้กำหนดจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสม ค่า Cumulative % มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 โดยจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสมควรทำให้ค่า Cumulative % มีค่าประมาณ 2 ใน 3 หรือเป็นค่ามากกว่า 65% หากค่า Cumulative % ไม่ถึง 65 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามทิ้งโดยเริ่มตัดตามตัวแปรที่มีค่า Communalities น้อยที่สุด และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Cumulative % ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 65% พิจารณาค่า Cumulative % จากราย Total Variance Explained เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นสามารถยุบเป็นตัวแปรแฝงได้ทั้งหมดก็ตัว พิจารณาค่า Cumulative % จากราย Total Variance Explained เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นสามารถยุบเป็นตัวแปรแฝงได้ทั้งหมดก็ตัว ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Total Variance Explained เท่ากับร้อยละ 67.991 มีตัวแปรแฝง 2 ตัว ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของการให้บริการ

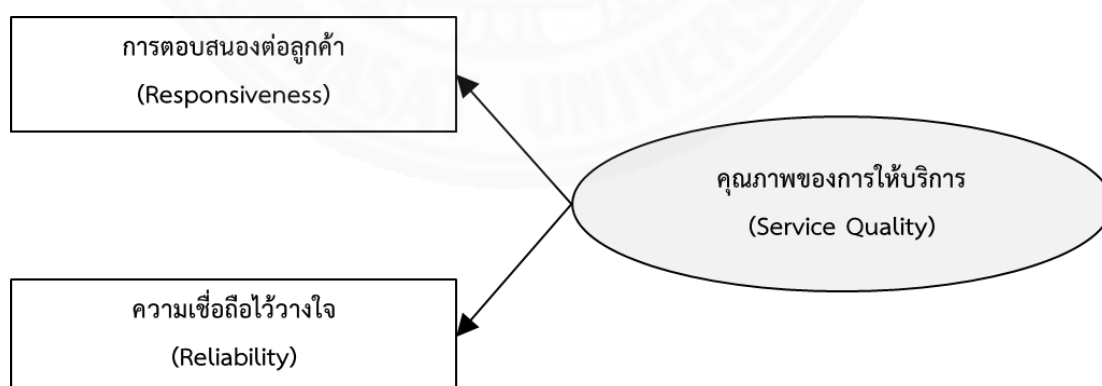
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.741	53.448	53.448	3.741	53.448	53.448	2.571	36.722	36.722
2	1.018	14.543	67.991	1.018	14.543	67.991	2.189	31.269	67.991
3	.674	9.634	77.625						
4	.539	7.703	85.329						
5	.419	5.983	91.311						
6	.337	4.814	96.126						
7	.271	3.874	100.000						

พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ที่ได้จากรายการ Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้ตัวแปรเดียว หรือรายการ Rotated Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้หลายตัวแปรตัวแปรนี้ใช้เป็นค่าน้ำหนักสำหรับการจัดกลุ่มตัวแปรแฝง โดยจัดกลุ่มตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดอยู่ในกลุ่มของตัวแปรแฝงเดียวกัน หากมีตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ทั้ง 2 ตัวแปรแฝงให้เลือกค่าน้ำหนักที่มีค่ามากที่สุด ชื่อของตัวแปรแฝงจะตั้งตามชื่อของกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุด เนื่องจากมีตัวแปรแฝง 2 ตัว ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจึงหาจากรายการ Rotated Component Matrix ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรแฝงที่ 1 ประกอบด้วยข้อคำถาม SQres17, SQres18, SQres19, และ SQres20 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.702, 0.781, 0.830, และ 0.744 ตามลำดับ ตัวแปรแฝงที่ 2 ประกอบด้วยข้อคำถาม SQrel13, SQrel14, และ SQrel15 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.795, 0.825, และ 0.806 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 แสดงค่า Rotated Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของการให้บริการ

	Component	
	1	2
SQrel13		.795
SQrel14	.305	.825
SQrel15	.331	.806
SQres17	.702	
SQres18	.781	
SQres19	.830	
SQres20	.744	

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของมิติคุณภาพของการให้บริการ สามารถจัดกลุ่มข้อความที่เหมารวมด้วยตัวแปรแฝงใหม่ 2 ตัว โดยใช้ชื่อตัวแปรแฝงใหม่ คือ การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 4 ข้อ คือ SQres17, SQres18, SQres19, และ SQres20 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.702, 0.781, 0.830, และ 0.744 ตามลำดับ ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 3 ข้อ คือ SQrel13, SQrel14, และ SQrel15 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.795, 0.825, และ 0.806 ดังภาพที่ 4.7

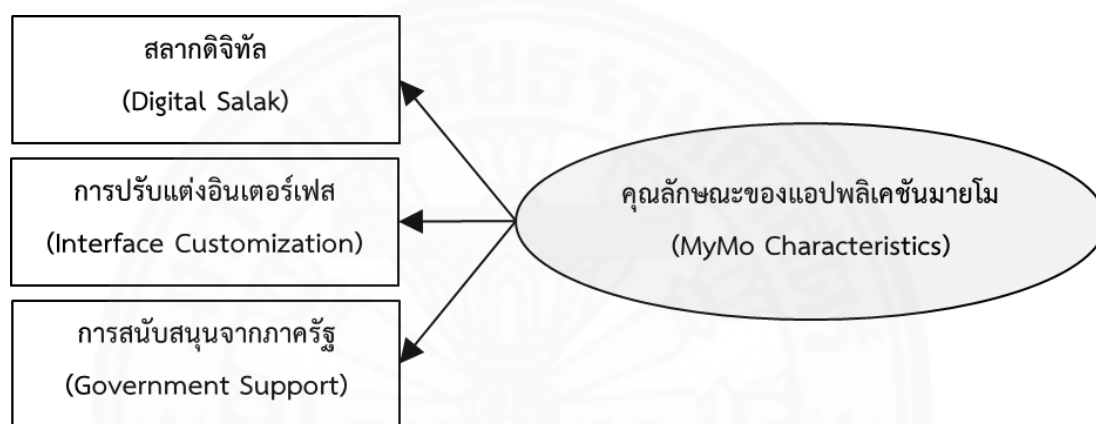


ภาพที่ 4.7 องค์ประกอบของมิติคุณภาพของการให้บริการหลังการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

(4) มิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo

Characteristics)

มิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโมประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ สลากดิจิทัล (Digital Salak) ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ คือ MCdsl24, MCdsl25 การปรับแต่งอินเตอร์เฟซ (Interface Customization) ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ข้อ คือ MCint26, MCint27, MCint28 การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support) ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ข้อ คือ MCgov29, MCgov30 รวมทั้งสิ้นมีข้อคำถาม 7 ข้อ ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 องค์ประกอบของมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโมก่อนการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

พิจารณาค่า KMO ที่ใช้วัดตัวแปรที่สังเกตได้ว่ามีความเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงมากน้อยเท่าใด ค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 1 โดย ถ้าค่า KMO มีค่าน้อยหรือเข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นไม่เหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในทางกลับกันถ้าค่า KMO มีค่ามากหรือเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝง ในกรณีนี้จะพิจารณาค่า KMO > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นมีเหมาะสมในการสร้างตัวแปรแฝงหรือข้อมูลที่มีอยู่มีความเหมาะสมในการสร้างองค์ประกอบใหม่ ผลการวิเคราะห์พบว่าข้อคำถามข้อที่ MCdsl24, MCdsl25, MCgov29, และ MCgov30 มีค่า Communalities ต่ำกว่า 0.5 จึงตัดข้อคำถามดังกล่าวทิ้ง จากนั้นเริ่มการวิเคราะห์ใหม่ด้วยข้อคำถามที่เหลืออยู่คือ MCint26, MCint27, และ MCint28 พบว่ามีค่า KMO เท่ากับ 0.700 แสดงว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมในการอธิบายมิติของคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม ในภาพรวมได้ ดังตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 แสดงค่า KMO และ Bartlett's test of sphericity ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.700
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	382.185
	df	3
	Sig.	0.000

พิจารณาค่า Communalities ที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ และตัวแปรแฝง ค่า Communalities มีค่าอยู่ระหว่าง 0-1 โดยถ้าค่า Communalities > 0.5 จะถือว่าตัวแปรที่สังเกตได้หรือข้อคำถามนั้นใช้ได้ หากมีตัวแปรที่สังเกตได้เพียงตัวเดียวที่มีค่า Communalities < 0.5 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามนั้นทิ้ง และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Communalities ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 0.5 หลังจากพิจารณาค่า Communalities พบว่าทุกข้อคำถามที่เหลืออยู่มีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าทุกข้อคำถามสามารถใช้เป็นองค์ประกอบของตัวแปรแฝงได้ ดังตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 แสดงค่า Communalities ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณภาพของคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม

	Initial	Extraction
MCint26	1.000	.654
MCint27	1.000	.739
MCint28	1.000	.740

พิจารณาค่า Cumulative % ที่ได้จากราย Total Variance Explained คือ ค่าร้อยละความครอบคลุมของข้อมูล ตัวแปรนี้ใช้กำหนดจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสม ค่า Cumulative % มีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 100 โดยจำนวนตัวแปรแฝงที่เหมาะสมควรทำให้ค่า Cumulative % มีค่าประมาณ 2 ใน 3 หรือเป็นค่ามากกว่า 65% หากค่า Cumulative % ไม่ถึง 65 จะตัดตัวแปรที่สังเกตได้หรือตัดข้อคำถามทิ้งโดยเริ่มตัดตามตัวแปรที่มีค่า Communalities น้อยที่สุด และเริ่มวิเคราะห์ใหม่ จนกว่าค่า Cumulative % ทุกตัวจะมีค่ามากกว่า 65% พิจารณาค่า Cumulative % จากราย Total Variance Explained เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นสามารถยุบเป็นตัวแปรแฝงได้ทั้งหมดก็ตัว พิจารณาค่า Cumulative % จากราย Total Variance Explained เพื่อใช้ในการพิจารณาว่าตัวแปรที่สังเกตได้นั้นสามารถยุบเป็นตัวแปรแฝงได้

ทั้งหมดก็คือ ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า Total Variance Explained เท่ากับร้อยละ 71.123 มีตัวแปรแฝง 1 ตัว ดังตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 แสดงค่า Total Variance Explained ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม

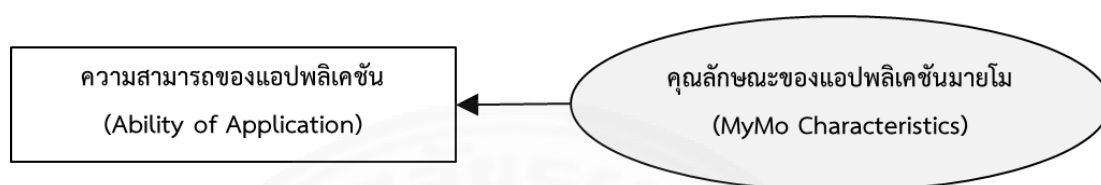
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.134	71.123	71.123	2.134	71.123	71.123
2	.499	16.623	87.746			
3	.368	12.254	100.000			

พิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading) ที่ได้จากราย Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้ตัวแปรเดียว หรือตาราง Rotated Component Matrix สำหรับกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่จัดตัวแปรแฝงได้หลายตัวแปรตัวแปรนี้ใช้เป็นค่าน้ำหนักสำหรับการจัดกลุ่มตัวแปรแฝง โดยจัดกลุ่มตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดอยู่ในกลุ่มของตัวแปรแฝงเดียวกัน หากมีตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ทั้ง 2 ตัวแปรแฝงให้เลือกค่าน้ำหนักที่มีค่ามากที่สุด ชื่อของตัวแปรแฝงจะตั้งตามชื่อของกลุ่มตัวแปรที่สังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงที่สุด เนื่องจากมีตัวแปรแฝง 1 ตัว ค่าน้ำหนักองค์ประกอบจึงหาจากราย Component Matrix ผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรแฝงที่ 1 ประกอบด้วยข้อคำถาม MCint26, MCint27, และ MCint28 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.809, 0.860, และ 0.860 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 แสดงค่า Component Matrix ของกลุ่มตัวแปรมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม

	Component
	1
MCint26	.809
MCint27	.860
MCint28	.860

ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบของมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโมสามารถจัดกลุ่มข้อความที่เหมาะสมด้วยตัวแปรแฝงใหม่ 1 ตัว โดยใช้ชื่อตัวแปรแฝงใหม่ คือ ความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 3 ข้อ คือ MCint26, MCint27, และ MCint28 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คือ 0.809, 0.860, และ 0.860 ตามลำดับ ดังภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 องค์ประกอบของมิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโมหลังการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

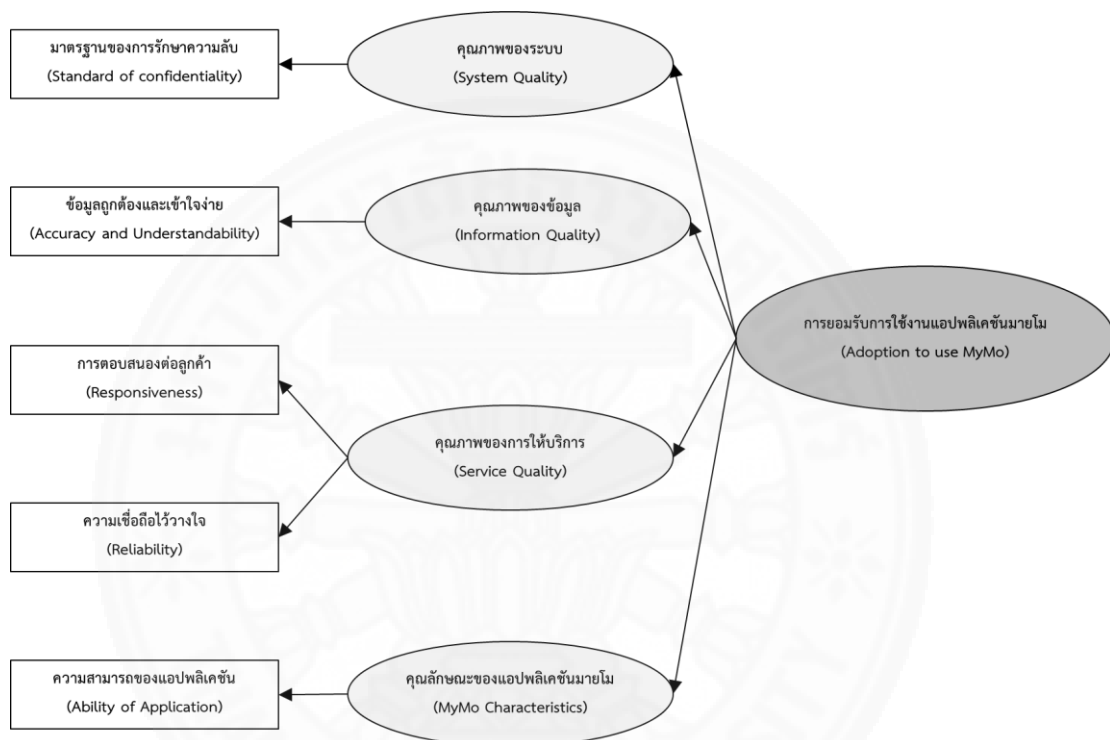
ผลจากการวิเคราะห์องค์ประกอบสามารถลด และจัดกลุ่มองค์ประกอบได้เป็น 5 องค์ประกอบใหม่ แยกตามมิติได้ดังนี้

มิติคุณภาพของระบบสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 1 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบมาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 4 ข้อ คือ SQpri1 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.778, SQpri2 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.844, SQsec3 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.861, และ SQsec4 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.818

มิติคุณภาพของข้อมูลสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 1 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 3 ข้อ คือ IQacc10 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.848, IQund11 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.872, และ IQund12 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.819

มิติคุณภาพของการให้บริการสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 2 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 4 ข้อ คือ SQres17 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.702, SQres18 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.781, SQres19 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.830, และ SQres20 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.744 องค์ประกอบความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 3 ข้อ คือ SQrel13 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.795, SQrel14 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.825, และ SQrel15 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.806

มิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโมสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 1 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ คือ MCint26 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.809, MCint27 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.860, และ MCint28 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.860 ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 โมเดลงานวิจัยหลังผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ

4.2 อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ โดยนำผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ มาสรุปผลแล้วนำไปสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญในธนาคารออมสินซึ่งมีประสบการณ์ทางด้านเทคโนโลยี และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำผลที่ได้มาอภิปรายเพิ่มเติม ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking คือ มาตรฐานของการรักษาความปลอดภัย ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้หมายถึง ระบบต้องมีการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานตามหลักสากล มุ่งเน้นความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลธุรกรรมของลูกค้าเพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลเหล่านั้นสู่สาธารณะ รวมทั้งมีหน่วยงานดูแลเพื่อจำกัดบุคคลที่สามารถเข้าถึงข้อมูลสำหรับกรณีเหตุฉุกเฉิน และบุคคลเหล่านั้นต้องถูกตรวจสอบได้

องค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking คือ ข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้หมายถึง ระบบต้องมีข้อมูลอธิบายการใช้งานที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย ระบบต้องมีการบันทึก และแสดงข้อมูลการทำธุรกรรม เพื่อแสดงให้ลูกค้ารับรู้ถึงความถูกต้อง และง่ายต่อการจดจำสำหรับการทำธุรกรรม

องค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking คือ การตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้หมายถึง ระบบต้องสามารถให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชม. ด้วยบริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า

องค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking คือ ความเชื่อถือไว้วางใจ ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้หมายถึง ระบบต้องรับประกันความปลอดภัยในเรื่องของการรักษาข้อมูลของลูกค้าจากพนักงานผู้ดูแลระบบ และระบบต้องให้บริการด้วยความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ และมีบริการแจ้งยืนยันความถูกต้องหลังการทำธุรกรรมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

องค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking คือ ความสามารถของแอปพลิเคชัน ซึ่งในบริบทของงานวิจัยนี้หมายถึง ระบบต้องมีรูปลักษณะที่สวยงาม ทันสมัยเพื่อดึงดูดลูกค้าให้นำใช้งาน นอกเหนือจากความสวยงามแล้วระบบต้องสามารถแสดง Statement ของลูกค้าย้อนหลังได้กว่า 5 ปี และมีบริการกดเงินสดผ่านตู้ ATM โดยไม่ใช้บัตร

4.2.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ภาพรวมของผู้ให้สัมภาษณ์ในงานวิจัยได้คัดเลือกตัวแทนผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 5 ท่าน ได้แก่ ผู้อำนวยการเขต 1 ท่าน ผู้จัดการสาขา 1 ท่าน ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต 1 ท่าน พนักงานธุรกิจสาขาระดับ 6 1 ท่าน วิศวกรพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ 1 ท่าน ผู้วิจัยสามารถสรุปผลความคิดเห็นและมุมมองของผู้เชี่ยวชาญต่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ดังนี้

4.2.1.1 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านมาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality)

ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเห็นด้วยกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณขององค์ประกอบด้านมาตรฐานของการรักษาความลับ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าการรักษาความลับเป็นหัวใจของธนาคาร สินค้าหรือบริการต่างๆ รวมทั้ง MyMo Mobile Banking ควรต้องยกระดับด้านความปลอดภัย และเพิ่มความสามารถในการรับมือกับภัยคุกคามในรูปแบบต่าง ๆ อยู่เสมอเพื่อความปลอดภัยต่อบัญชีของลูกค้า และเนื่องจากระบบ MyMo เป็นระบบที่เพิ่งเปิดตัวใช้งานจึงควรมีฝ่ายที่ดูแลระบบด้านความปลอดภัยเพื่อควบคุมกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด

4.2.1.2 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability)

ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเห็นด้วยกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณขององค์ประกอบด้านข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าการให้ข้อมูล และความเข้าใจที่ตรงกันเป็นสิ่งสำคัญที่ธนาคารควรให้ความสำคัญแก่ลูกค้า หรือแม้แต่บริการอื่น ๆ ที่มาจากธนาคารอย่าง MyMo Mobile Banking เทคโนโลยีทางการเงินนี้ต้องมีข้อมูลที่มีความถูกต้อง ชัดเจน แม่นยำ เข้าใจง่ายและต้องมีความน่าเชื่อถือเพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้ใช้งาน และระบบจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อรองรับข่าวสารในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

4.2.1.3 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเห็นด้วยกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณขององค์ประกอบด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าการบริการที่รวดเร็ว กระชับ ทันใจลูกค้าเป็นจุดขายได้ดีของนวัตกรรม MyMo Mobile Banking หากระบบสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความสะดวกสบาย และทำให้ลูกค้าประหยัดเวลา ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเพิ่มบริการที่มุ่งเน้นความใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้นอย่างบริการธุรกรรมออนไลน์ผ่าน Video Call ที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้เหมือนหรือเทียบเท่ากับบริการในสาขา ก็อาจส่งผลให้ความนิยมใช้งาน MyMo Mobile Banking เพิ่มมากขึ้น

4.2.1.4 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)

ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเห็นด้วยกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณขององค์ประกอบด้านความเชื่อถือไว้วางใจ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งสำคัญต่อความเชื่อถือไว้วางใจของลูกค้า ระบบควรต้องแสดงข้อมูลทางสถิติเรื่องความปลอดภัยของระบบแก่ลูกค้า และในระบบควรมีการเผยแพร่การฝึกอบรมในด้านการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการที่ได้มาตรฐานตามหลักสากล และจรรยาบรรณของพนักงานผู้ดูแลระบบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน และเกิดการยอมรับการใช้งานจริงมากขึ้น

4.2.1.5 ผลการสัมภาษณ์องค์ประกอบด้านความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application)

ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเห็นด้วยกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณขององค์ประกอบด้านความสามารถของแอปพลิเคชัน พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าสัญลักษณ์ที่โดดเด่น ทันสมัย และสวยงามเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จของแอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking โดยระบบควรเน้น การออกแบบหน้าตาของแอปพลิเคชันให้ร่วมสมัย และใช้งานได้ง่าย ระบบควรมีตัวเลือกที่พอดี ๆ ไม่มากเกินไปหรือน้อยไป ตัวเลือกต่าง ๆ ในแอปพลิเคชันควรต้องนำพาลูกค้าไปยังธุรกรรมเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว อีกทั้งระบบไม่ควรละทิ้งความสามารถเด่น ๆ ของแอปพลิเคชัน เช่น การแสดง Statement ที่มากกว่าคู่แข่ง และการกดยกเงินสดที่รวดเร็วไม่ยุ่งยากด้วยระบบ QR Code

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน และเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการยอมรับการใช้เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking โดยมีขอบเขตงานวิจัยคือศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินในกลุ่มผู้ใช้งานเทคโนโลยีทางการเงิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้แอปพลิเคชัน MyMo ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน

5.1.1.1 มิติด้านคุณภาพของระบบ (System Quality)

5.1.1.2 มิติด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)

5.1.1.3 มิติด้านคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)

5.1.1.4 มิติด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านบริหาร

5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถาม มีจุดประสงค์คือ เพื่อศึกษาองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน และเพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมในการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการยอมรับการใช้เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking โดยวิธีการวิจัยประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) การสังเกตการณ์ (Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เริ่มแรกผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาองค์ประกอบเบื้องต้นของการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา

เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน จากนั้นทำการสังเกตการณ์ โดยเริ่มจากการพัฒนาโมเดลกรอบแนวคิดงานวิจัยซึ่งประกอบด้วย 13 องค์ประกอบ จากนั้นสร้างและพัฒนาแบบสอบถามทั้งหมด 30 ข้อคำถาม และสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาความถูกต้องของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่า IOC จากนั้นทำการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยพิจารณาจากค่า Cronbach's alpha โดยค่าต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ของกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด ทั้งนี้พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ทั้ง 30 ข้อคำถามมีค่าเท่ากับ 0.827 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้งานวิจัยได้ กลุ่มประชากรของงานวิจัยคือ ผู้ที่ใช้งานเทคโนโลยีทางการเงิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยใช้แอปพลิเคชันในจังหวัดอุบลราชธานีรวมทั้งสิ้น 45,307 คน กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับหลักการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ซึ่งใช้หลักการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีโลคัลลิฮูดสูงสุด (Maximum Likelihood) ของ (Lindeman et al., 1980) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งระบุไว้ว่าควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างประมาณ 10 – 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 495 ชุด ผลการแจกแบบสอบถามคือ แบบสอบถามที่ใช้ไม่ได้หรือสูญหายมีจำนวน 85 ชุด คิดเป็นร้อยละ 17 ของแบบสอบถามทั้งหมด แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 410 ชุด คิดเป็นร้อยละ 83 ของแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนมากกว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างอย่างชัดเจน หลังจากนั้นเป็นขั้นตอนของการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเริ่มจากนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลเชิงสถิติโดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ที่ประกอบด้วยข้อคำถามทั้ง 30 ข้อ เพื่อจัดกลุ่มเป็นปัจจัยแฝง (Latent Variable) หรือองค์ประกอบใหม่ (3) สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญ

5.1.1 สรุปผลองค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน

หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) พบว่า องค์ประกอบการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสินประกอบด้วย 4 มิติ และ 5 องค์ประกอบ มิติคุณภาพของระบบ ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบคือ มาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) มิติคุณภาพของข้อมูล ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบคือ ข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability) มิติคุณภาพของการให้บริการ ประกอบด้วย 2

องค์ประกอบคือ การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) มิติคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบคือ ความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application) ดังภาพที่ 4.10 โมเดลงานวิจัยหลังผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1.1 มิติด้านคุณภาพของระบบ (System Quality)

จากโมเดลกรอบแนวคิดงานวิจัยก่อนผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ มิติด้านคุณภาพของระบบประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ มีข้อความทั้งหมด 7 ข้อ และผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ โดยการนำข้อความทั้งหมด 7 ข้อคำถาม มาทำการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มข้อความสำหรับองค์ประกอบใหม่ พบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 1 องค์ประกอบด้วยชื่อมาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 4 ข้อ คือ SQpri1 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.778, SQpri2 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.844, SQsec3 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.861, และ SQsec4 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.818

5.1.1.2 มิติด้านคุณภาพของข้อมูล (Information Quality)

จากโมเดลกรอบแนวคิดงานวิจัยก่อนผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ มิติด้านคุณภาพของข้อมูลประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ มีข้อความทั้งหมด 5 ข้อ และผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ โดยการนำข้อความทั้งหมด 5 ข้อคำถาม มาทำการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มข้อความสำหรับองค์ประกอบใหม่ พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มคำถามได้เป็น 1 องค์ประกอบด้วยชื่อข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 3 ข้อ คือ IQacc10 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.848, IQund11 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.872, และ IQund12 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.819

5.1.1.3 มิติด้านคุณภาพของการให้บริการ (Service Quality)

จากโมเดลกรอบแนวคิดงานวิจัยก่อนผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ มิติด้านคุณภาพของการให้บริการ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ มีข้อความทั้งหมด 11 ข้อคำถาม และ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ โดยการนำข้อความทั้งหมด 11 ข้อคำถาม มาทำการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มข้อความสำหรับองค์ประกอบใหม่ พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มคำถามได้เป็น 2 องค์ประกอบ ด้วยชื่อการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 4 ข้อ คือ SQres17 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.702, SQres18 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.781, SQres19 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.830, และ SQres20 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.744 ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ซึ่งประกอบด้วยข้อความทั้งหมด 3 ข้อ คือ SQrel13 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.795, SQrel14 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.825, และ SQrel15 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.806

5.1.1.4 มิติด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)

จากโมเดลกรอบแนวคิดงานวิจัยก่อนผ่านการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจมิติด้านคุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโมประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ มีข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อคำถาม และผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัจจัยเชิงสำรวจ โดยการนำข้อคำถามทั้งหมด 7 ข้อคำถาม มาทำการวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มข้อคำถามสำหรับองค์ประกอบใหม่ พบว่าสามารถแบ่งกลุ่มคำถามได้เป็น 1 องค์ประกอบ ด้วยชื่อความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application) ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 3 ข้อ คือ MCint26 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.809, MCint27 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.860, และ MCint28 ด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.860

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะด้านบริหาร

(1) องค์ประกอบด้านมาตรฐานของการรักษาความลับ (Standard of confidentiality) ระบบต้องมีการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานตามหลักสากล มุ่งเน้นความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลธุรกรรมของลูกค้าเพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลเหล่านั้นสู่สาธารณะ ควรต้องการยกระดับด้านความปลอดภัย และเพิ่มความสามารถในการรับมือกับภัยคุกคามในรูปแบบต่าง ๆ อยู่เสมอ รวมทั้งมีหน่วยงานกำกับดูแลเพื่อจำกัดบุคคลที่สามารถเข้าถึงข้อมูลสำหรับกรณีเหตุฉุกเฉิน และบุคคลเหล่านั้นต้องถูกตรวจสอบได้ ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าควรแสดงให้เห็นลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเห็นว่าระบบมีความปลอดภัยสูง และได้มาตรฐาน เช่น การใช้รหัสผ่านด้วยข้อมูลทางกายภาพ การขอรหัสผ่านยืนยันในทุกขั้นตอนที่ทำธุรกรรม และเนื่องจากผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาสูงจึงควรมีหลักฐานแสดงตราสัญลักษณ์ยืนยันการผ่านมาตรฐานความปลอดภัย

(2) องค์ประกอบด้านข้อมูลถูกต้องและเข้าใจง่าย (Accuracy and Understandability) ระบบต้องแสดงข้อมูลอธิบายการใช้งานที่ชัดเจน และเข้าใจง่าย ระบบต้องมีการบันทึกแสดงข้อมูลการทำธุรกรรม เพื่อแสดงให้เห็นลูกค้ารับรู้ถึงความถูกต้อง และง่ายต่อการจดจำสำหรับการทำธุรกรรม ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ต้องการแอปพลิเคชันที่เข้าใจง่าย ดังนั้นการแสดงผลข้อมูลข่าวสารในแอปพลิเคชันควรมีเนื้อหาที่กระชับชัดเจน และถูกต้อง ยกตัวอย่างเช่น คู่มือการใช้งานระบบควรต้องเป็นสื่อภาพเคลื่อนไหวแสดงการใช้งานแอปพลิเคชันเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง และไม่ทำให้ผู้ใช้งานสับสน

(3) องค์ประกอบด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ระบบต้องสามารถให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชม. ด้วยบริการธุรกรรมทาง

การเงินที่หลากหลาย ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เลือกใช้แอปพลิเคชันเพราะระบบสามารถให้บริการที่รวดเร็วพร้อมใช้งานได้ทุกที่ ดังนั้นควรเพิ่มบริการในแอปพลิเคชันที่มุ่งเน้นความใกล้ชิดกับลูกค้ามากขึ้นให้เหมือนหรือเทียบเท่าบริการที่มีในสาขา เช่น การบริการธุรกรรมออนไลน์ผ่าน Video Call ที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ กับพนักงานได้จริงไม่ว่าผู้ใช้บริการจะอยู่ที่ไหน

(4) องค์ประกอบด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) ระบบต้องรับประกันความปลอดภัย และระบบต้องให้บริการด้วยความถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ และมีบริการแจ้งยืนยันความถูกต้องหลังการทำธุรกรรม ระบบควรต้องแสดงข้อมูลทางสถิติเรื่องความปลอดภัยของระบบแก่ลูกค้า ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับบุคลากรผู้ดูแลระบบว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ ดังนั้นผู้ดูแลระบบควรมีการเผยแพร่การฝึกอบรมในด้านการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการที่ได้มาตรฐานตามหลักสากล และจรรยาบรรณของพนักงานผู้ดูแลระบบ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า

(5) องค์ประกอบด้านความสามารถของแอปพลิเคชัน (Ability of Application) ระบบต้องมีรูปปลั๊กอินที่สวยงาม ทันสมัยเพื่อดึงดูดลูกค้าให้นำใช้งาน ระบบต้องมีความสามารถที่หลากหลายให้แตกต่างจากของธนาคารอื่น เช่น การแสดง Statement ของลูกค้าย้อนหลังได้ 5 ปี มีบริการกดเงินสดโดยไม่ใช้บัตรผ่านตู้ ATM ทั้งนี้จากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เน้นเรื่องความสวยงามของแอปพลิเคชัน เนื่องจากรูปปลั๊กอินที่โดดเด่นทันสมัย และสวยงามเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อความสำเร็จของแอปพลิเคชัน MyMo Mobile Banking โดยระบบควรเน้นการออกแบบหน้าตาของแอปพลิเคชันให้ร่วมสมัย และใช้งานได้ง่าย ระบบควรมีตัวเลือกที่พอดี ๆ ไม่มากเกินไปหรือน้อยไปตัวเลือกต่าง ๆ ในแอปพลิเคชันควรต้องนำพาลูกค้าไปยังธุรกรรมเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว

5.2.2 ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจเชิงปริมาณโดยอิงแบบจำลองความสำเร็จของสารสนเทศ (IS Success Model) ผลที่ได้จึงขึ้นอยู่กับปริมาณของการสำรวจ ดังนั้นในอนาคตสามารถเพิ่มความละเอียดของงานวิจัยได้โดยการเพิ่มปริมาณของการสำรวจ เพื่อให้ได้แง่มุมในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น รวมถึงควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพื่อต่อยอดในงานวิจัย และเพิ่มกลุ่มประชากรให้มีความครอบคลุมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของธนาคาร เช่น ลูกค้าธุรกิจ หรือ กลุ่มลูกค้าสถาบัน เป็นต้น เพื่อให้การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันมายังไม่สามารถเข้าถึงประชากรได้ทุกภาคส่วน หรือสามารถพัฒนาต่อยอดเป็นงานสำรวจเชิงคุณภาพด้วยการเพิ่มข้อคำถามให้เป็นการขอความคิดเห็น เพื่อผลงานวิจัยที่เจาะลึกตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้อยู่ภายใต้ข้อจำกัดในหลายด้าน ประการแรก คือ ข้อจำกัดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มคนผู้ใช้แอปพลิเคชัน MyMo ที่เปิดใช้งานในจังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น ทิศทางของผลการสำรวจจึงขึ้นอยู่กับกลุ่มคนเหล่านี้ ดังนั้นจึงควรต้องขยายกลุ่มประชากรเป็นระดับประเทศ และศึกษาในกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ของธนาคารที่ก่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด เช่น ธุรกิจ SME หรือผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน นอกเหนือจากการโอนเงิน ชำระบิลสินค้า เป็นต้น เพื่อผลการสำรวจที่ถูกต้องแม่นยำมากขึ้น ทั้งนี้ควรต้องเก็บผลสำรวจในลักษณะของแบบสอบถามออนไลน์เพื่อลดต้นทุนและระยะเวลาในการสำรวจ ประการที่สอง คือ ข้อจำกัดด้านความรู้ความเข้าใจของผู้กรอกแบบสอบถาม เนื่องจากแอปพลิเคชัน MyMo เพิ่งถูกใช้งานได้ไม่นาน ผู้ใช้งานส่วนใหญ่อาจมีความรู้ความเข้าใจไม่เพียงพอต่อการตอบคำถามผ่านแบบสอบถามผู้วิจัยเข้าใจเป็นอย่างดี ทั้งนี้ควรต้องทำเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชัน MyMo และควรใช้คำศัพท์ที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ ประการที่สาม คือ ข้อจำกัดด้านพฤติกรรมของผู้กรอกแบบสอบถาม เนื่องจากผู้วิจัยพบว่าแบบสอบถามที่ถูกส่งมามีแนวโน้มคำตอบที่คาดเดาได้ เช่น การให้คะแนนเท่าเดิมตลอด 30 ข้อ หรือการให้คะแนนอย่างมีรูปแบบ เหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมแบบนี้ อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามขาดเวลาในการกรอกแบบสอบถาม ทั้งนี้ควรต้องสร้างแรงจูงใจแก่ผู้กรอกแบบสอบถาม เช่น การให้รางวัลเป็นผลตอบแทน การเล่นเกมเพื่อชิงของขวัญเล็กๆน้อยๆ การแข่งขัน ประการที่สี่ คือ ข้อจำกัดด้านระยะเวลา เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้อยู่ภายใต้ข้อจำกัดเรื่องระยะเวลา และการเก็บรวบรวมข้อมูล อาจส่งผลกระทบต่อ การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ได้อย่างไม่ครบถ้วน ประการสุดท้าย คือ ข้อจำกัดของแบบสอบถาม เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงสำรวจโดยจะจับกลุ่มตัวแปรต้นเพื่อสร้างตัวแปรใหม่ ผลของงานวิจัยจึงขึ้นอยู่กับตัวแปรต้นเหล่านั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยควรต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้มากเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ และสร้างตัวแปรต้นที่เกี่ยวข้องให้มากที่สุด

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *Digital Banking ไทยแข่งเดือด รongรับสังคมไร้เงินสด (ตอนที่ 1)*. HOT ISSUE, 2560, 1-4. เข้าถึงได้จาก หน่วยงานวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการผลิต ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ฝ่ายวิจัย เศรษฐกิจธุรกิจ และเศรษฐกิจฐานราก.
- ปิยพงศ์ ตั้งจินตนาการ. (2559). *Digital Banking ในประเทศไทย*. HOT ISSUE, 2559, 1-5. เข้าถึงได้จาก หน่วยงานวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการผลิต ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ฝ่ายวิจัยเศรษฐกิจธุรกิจ และ เศรษฐกิจฐานราก.
- วัชรกร ร่วมรักษ์. (2559). *FINTECH กับบทบาทสถาบันการเงินในยุค Digital*. HOT ISSUE, 2560, 1-6. เข้าถึงได้จาก หน่วยงานวิเคราะห์เศรษฐกิจภาคการค้า ส่วนเศรษฐกิจรายสาขา ฝ่ายวิจัย เศรษฐกิจ ธุรกิจ และ เศรษฐกิจฐานราก.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2558). *นวัตกรรมในการพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน: แผนที่การเข้าถึงบริการทางการเงินระดับฐานราก*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- กิตติยาพร เสนคราม. (2556). *นวัตกรรม เทคโนโลยีและสารสนเทศทางการศึกษา*. สืบค้นจาก http://sci544148107.blogspot.com/p/blog-page_13.html.
- FI2020, (2016). *Financial Inclusion 2020 Progress Report*. [Online] Available at: <http://www.fi2020progressreport.org/technology/>.
- Global Administrator. (26 กันยายน 2560). *ใครจะคิด! ลิ้มบัตร ATM ก็กดเงินสดได้ มีมือถือเครื่องเดียวก็เอาอยู่!*. สืบค้นจาก <https://www.gsb.or.th/Blogs/Financial/>.
- GSB MoneyTrend. (26 กันยายน 2560). *จัดการเรื่องเงินให้อยู่หมัดด้วย MyMo*. สืบค้นจาก <https://www.gsb.or.th/Blogs/Financial/MyMoTips.aspx>.
- IMF. (2016). *Leveraging Financial Technology for the Underbanked*. [Online] Available at: <http://www.imf.org/>.

Books

- Barry, V. (1986). *Moral issues in business*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Kotler, P. (2003) *Marketing Management*. 11th Edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Life SREDA VC. (2016). *Money of the future Result of 2015 Trends for 2016*, s.l.: INSEAD.
- Lindeman RH, Merenda PF, Gold RZ (1980). *Introduction to Bivariate and Multivariate Analysis*. Scott, Foresman, Glenview, IL.
- Robert, C., Ehrbeck, T., Holle, N. (2014). *Financial Inclusion and Development: Recent Impact Evidence*, Washington, D.C.: CGAP.
- Shin, Y. M., Lee, S. C., Shin, B. & Lee, H. G. (in press). *Examining influencing factors of post-adoption usage of mobile internet: Focus on the user perception of supplier-side attributes*. *Information Systems Frontier*.

Articles

- Al-Jabri and Sohail. (2012). .Mobile Banking Adoption: Application of Diffusion of Innovation Theory. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(4), 379-391.
- Aw Yoke Cheng, Noor Raihan Ab Hamid And Eaw Hooi Cheng. (2013). .Risk Perception of the E-Payment Systems: A Young Adult Perspective. *WSEAS Transactions on Information Science and Applications*, 10(1), 26-35.
- Carlsson, C., Carlsson, J., Hyvonen, K., Puhakainen, J. & Walden, P. (2006). Adoption of mobile devices/services-Searching for answers with the UTAUT. In Proceedings of the 39th Hawaii international conference on system sciences.
- Carmel Herington, Scott Weaven, (2007) .Can banks improve customer relationships with high quality online services?. *Managing Service Quality: An International Journal*, 17(4), 404-427.

- Daniel Burda & Frank Teuteberg. (2015). .Understanding Service Quality and System Quality Success Factors in Cloud Archiving From an End-User Perspective. *Information Systems Management*, 32(4), 266-284.
- DeLone, W. H., & Mclean, E. R. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60-95.
- DeLone, W. H., & Mclean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Information systems Management*, 19(4), 9-30.
- Dishaw, M. T., & Strong, D. M. (1999). Extending the technology acceptance model with task-technology fit constructs. *Information & Management*, 36(1), 9–21.
- Evangelos Tsoukatos, Graham K. Rand, (2006) .Path analysis of perceived service quality, satisfaction and loyalty in Greek insurance. *Managing Service Quality: An International Journal*, 16(5), 501-519.
- Filipe Sá, Álvaro Rocha, Manuel Pérez Cota. (2016). .From the quality of traditional services to the quality of local e- Government online services: A literature review. *Government Information Quarterly* 33(1), 149-160.
- Goodhue, D. L. (1995). Understanding user evaluations of information systems. *Management Science*, 41(12), 1827–1844.
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213–236.
- Hong, S.-J., Thong, J. Y. L., Moon, J.-Y., & Tam, K. Y. (2008). Understanding the behavior of mobile data services consumers. *Information Systems Frontier*, 10(4), 431–445.
- Izyan Hizza Bt. Hila Ludin & BoonLiat Cheng. (2014). Factors Influencing Customer Satisfaction and E-Loyalty: Online Shopping Environment among the Young Adults, *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 2(3), 462-471.
- Junglas, I. A., & Watson, R. T. (2008). Location-based services. *Communications of the ACM*, 51(3), 65–69.
- Kuo, Y.-F., & Yen, S.-N. (2009). Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(1), 103–110.

- Lee, C. C., Cheng, H. K., & Cheng, H. H. (2007). An empirical study of mobile commerce in insurance industry: Task-technology fit and individual differences. *Decision Support Systems*, 43(1), 95–110.
- Lukasz Grudzien, Adam Hamrol. (2016). Information quality in design process documentation of quality management systems. *International Journal of Information Management*, 36(4), 599-606.
- Lunneborg, C. E. (1979). Book Review: Psychometric Theory: Second Edition Jum C. Nunnally New York: McGraw-Hill, 1978, 701 pages. *Applied Psychological Measurement*, 3(2), 279-280.
- Michael D. Clemes, Christopher Gan and Junhua Du. (2012). The factors impacting on customers' decisions to adopt Internet banking. *Banks and Bank Systems*, 33-50.
- Millet. (1954). Management in the Public Service. The quest for effective performance. New York: McGrawHill Book.
- Ming-Tsang Hsieh, Wen-Chin Tsao. (2014). Reducing perceived online shopping risk to enhance loyalty: a website quality perspective. *Journal of Risk Research*, 17(2), 241-261.
- Minjoon Jun, Shaohan Cai, (2001) The key determinants of Internet banking service quality: a content analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 19(7), 276-291.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, & Leonard L. Berry. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Park, J., Yang, S., & Lehto, X. (2007). Adoption of mobile technologies for Chinese consumers. *Journal of Electronic Commerce Research*, 8(3), 196–206.
- Patrick Asubonteng, Karl J. McCleary, John E. Swan, (1996) .SERVQUAL revisited: a critical review of service quality. *Journal of Services Marketing*, 10(6), 62-81.
- Pitt, L. F., Watson, R. T. and Kavan, C. B. (1995). Service Quality: A Measure of Information Systems Effectiveness. *MIS Quarterly*, 19(2), 173-187.
- Richard A Spreng, Robert D. Mackoy (1996). An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(2), 201-214.

- Sá, F., Rocha, Á., & Pérez Cota, M. (2016). From the quality of traditional services to the quality of local e-Government online services: A literature review. *Government Information Quarterly*, 33, 149-160.
- Seddon, P.B., and Kiew, M.-Y. (1994). A partial test and development of the DeLone and McLean model of IS success. In J.I. DeGross, S.L. Huff, and M.C. Munro (eds.), *Proceedings of the International Conference on Information Systems*. Atlanta, GA: Association for Information Systems, 99–110.
- Sedera, D., and Dey, S. 2013. .User Expertise in Contemporary Information Systems: Conceptualization, Measurement and Application. *Information&Management*, 50(8), 621–637.
- Shang, R. A., Chen, Y. -C. & Chen, C.-M. (2007). .Why people blog? An empirical investigations of the task technology fit model. In 11th Pacific-Asia conference on information systems, 212-225.
- Shin, D. H. (2009). Understanding user acceptance of DMB in South Korea using the modified technology acceptance model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 25(3), 173–198.
- Syed Faizan Hussain Zaidi, Mazen K. Qteishat (2012). Assessing E-Government Service Delivery (Government to Citizen). *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*. 4(1), 45-54.
- Tyebjee, T. T., & Bruno, A. V. (1984). A model of venture capitalist investment activity. *Management science*, 30 (9), 1051-1066.
- Urbach, Nils; Smolnik, Stefan; and Riempp, Gerold (2009) .The State of Research on Information Systems Success – A Review of Existing Multidimensional Approaches. *Business & Information Systems Engineering*, 1(4), 315-325.
- Valarie A. Zeithaml, (1988) .Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing* 52(3),2-22.
- Valarie A. Zeithaml, (1988) .Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing* 52(3), 2-22.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

- Zhilin Yang, Minjoon Jun, Robin T. Peterson (2004). Measuring customer perceived online service quality Scale development and managerial implications. *International Journal of Operations & Production Management*. 24(11), 1149-1174.
- Zhou, T. (2012). Understanding users' initial trust in mobile banking: An elaboration likelihood perspective. *Computers in Human Behavior*, 28, 1518-1525.

Thesis

- Law Kritika. (2007). *Impact of Perceived Security on Consumer Trust in Online Banking*. (Master's Thesis). AUT University, A dissertation submitted to the graduate faculty of design and creative technologies.
- Muhammad Bilal, Ganesh Sankar (2011). *Trust and Security issues in Mobile banking and its effect on Customers*. School of Computing. Blekinge Institute of Technology, SE-371 79 Karlskrona Sweden.
- Mwesigwa Rogers. (2008). *Consumers' Attitudes, Perceived Risk, Trust and Internet Banking Adoption in Uganda*. (Master's Thesis). Makerere University, Business Administration.
- Shi, X. (2011). *Exploring factors that hinder the adoption of Mobile Services in China A qualitative user analysis with special focus on mobile financial services*. (Master's Thesis). Aalto University.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน

คำชี้แจง :

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคารออมสิน ทั้งนี้ผลที่ได้จากแบบสอบถามผู้วิจัยจะนำไปเป็นแนวทางเพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการยอมรับการใช้เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking เพิ่มขึ้น

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยี MyMo Mobile Banking กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความคิดเห็นและข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

คำนิยาม

1) MyMo Mobile Banking หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินที่มีเฉพาะของ ธนาคารออมสิน โดยเปิดให้บริการผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีฟังก์ชันรองรับในการใช้งาน เพื่อสามารถเชื่อมต่อระบบสมาร์ตโฟนไปสู่แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน

2) คุณภาพของระบบ (System Quality) หมายถึง ระบบของการบริการธุรกรรมทางการเงินจะต้องมีความแม่นยำ เสถียร มีความปลอดภัยสูงและยังสามารถเข้าไปใช้บริการได้ โดยง่าย เพื่อเป็นส่วนสนับสนุนให้คนเข้าไปใช้บริการได้อย่างสะดวกและมีความมั่นใจที่จะใช้งาน

3) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลที่สามารถเข้าใจง่ายครบถ้วนและมีความทันสมัยของข้อมูลผ่านทางระบบสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมให้คนมีความสนใจและสนับสนุนให้คนใช้บริการทางเลือกใหม่

4) คุณภาพของการบริการ (Service Quality) หมายถึง การบริการทางธุรกรรมทางการเงินที่เพิ่มความสะดวกสบายให้มีความสะดวกและง่ายมากขึ้น โดยปัจจัยที่ส่งเสริมให้การบริการที่มีคุณภาพ ได้แก่ การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่นให้กับคนใช้งาน และตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว

5) คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics) หมายถึง รูปแบบและคุณลักษณะของแอปพลิเคชันที่นำเสนอให้ผู้ใช้งาน โดยมีรูปแบบและคุณลักษณะที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้และเหมาะสมกับระบบสารสนเทศ ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง การใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นบริการที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย เป็นบริการที่เชื่อถือได้ เป็นบริการที่รวดเร็วและทันเวลา

6) การยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชันมายโม (Adoption to use MyMo) หมายถึง การยอมรับทำความเข้าใจและตัดสินใจที่จะนำเอาแอปพลิเคชันมายโมไปใช้ในชีวิตประจำวัน

หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับแบบสอบถาม กรุณาติดต่อผู้วิจัย นางสาวธนภรณ์ แสงโชติ หมายเลขโทรศัพท์ : 085 - 3082255 E-mail : pang-ku69@outlook.com ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่า เพื่อแสดงความคิดเห็นในแบบสอบถามมา ณ ที่นี้ด้วยขอขอบพระคุณ

ส่วนที่ 1 คำถามต่อไปนี้เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดที่กำหนดไว้ในแต่ละข้อ กรุณาตอบทุกข้อ

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- 21 – 25 ปี 26 – 30 ปี 31 – 35 ปี
 36 – 40 ปี 41 – 45 ปี 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท
 ระดับปริญญาเอก

4. อาชีพในปัจจุบัน

- พนักงานบริษัท/ห้างร้านของเอกชน ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับจ้างงานอิสระ
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. สายงานในปัจจุบัน

- สายงานการตลาด สายงานบริหารการเงิน สายงานบริหารทั่วไป
 สายงานด้านไอที สายงานบุคคล อื่นๆ

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท
 25,001 – 35,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท
 45,000 บาท

7. แหล่งที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

- แท็บเล็ต/ไอแพด โทรศัพท์สมาร์ทโฟน

8. ระยะเวลาที่เคยใช้เทคโนโลยีทางการเงิน

- ไม่เกิน 6 เดือน 6 เดือน – 1 ปี มากกว่า 1 ปี

9. วัตถุประสงค์ที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงิน MyMo Mobile Banking

(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การสอบถามยอดบัญชี การตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง
 การโอนเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ
 บริการข้อมูลต่างๆ ของธนาคาร อื่นๆ โปรดระบุ.....

<p>ส่วนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและทัศนคติต่อการยอมรับการใช้งานเทคโนโลยีทางการเงิน (MyMo)</p>
<p>คำอธิบาย : ขอให้ท่านให้ความคิดเห็นว่าถ้าท่านใช้บริการ MyMo Mobile Banking ท่านคิดว่าปัจจัยใดเป็นสิ่งที่สำคัญในการตัดสินใจใช้ กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง <input type="checkbox"/> <u>ที่ตรงกับ</u> ความเห็นของท่านมากที่สุด (กรุณาตอบทุกข้อ)</p>

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
คุณภาพของระบบ (System Quality)						
<u>ความเป็นส่วนตัวของระบบ (Privacy)</u>						
1.	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่ใช้บริการ (เช่น มีกฎหมายคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลและกำกับดูแลโดยธนาคารแห่งประเทศไทย เป็นต้น)	5	4	3	2	1
2.	ระบบ MyMo Mobile Banking มีการรักษาความลับของลูกค้า (เช่น ข้อมูลของลูกค้า, ข้อมูลการชำระเงิน)	5	4	3	2	1
<u>ความปลอดภัย (Security)</u>						
3.	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีมาตรฐานรองรับความปลอดภัย ตามมาตรฐานสากล	5	4	3	2	1
4.	ระบบ MyMo Mobile Banking มีหน่วยงานที่ดูแลระบบด้านระบบสารสนเทศ รวมทั้งการดูแลการเข้าถึงข้อมูลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	5	4	3	2	1
<u>ความเร็ว (Speed)</u>						
5.	บริหารจัดการเงิน ทั้งบริการด้านข้อมูลบัญชี (Non-Financial) และบริการด้านธุรกรรมทางการเงิน (Financial) ได้อย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การออกแบบ (Design)						
6.	ระบบ MyMo Mobile Banking มีรูปแบบที่ใช้งานง่าย เพียงทราบเลขบัตรประจำตัวประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ ก็สามารถทำธุรกรรมได้	5	4	3	2	1
7.	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถรองรับการใช้งานได้หลากหลายอุปกรณ์ (เช่น Smart phone, Tablet เป็นต้น) โดยผ่านระบบปฏิบัติการ iOS และ Android ทำให้ทำธุรกรรมการเงินได้ง่าย	5	4	3	2	1
คุณภาพของข้อมูล (Information Quality)						
ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล (Completeness)						
8.	การให้ข้อมูลละเอียด ชัดเจน และครบถ้วน (เช่น อัตราค่าธรรมเนียม สิทธิเงื่อนไขการให้บริการ ขั้นตอนการใช้งาน เป็นต้น)	5	4	3	2	1
9.	การให้ข้อมูลที่มีการอัปเดตใหม่ทันต่อเวลา (เช่น ชี้แจงสิทธิพิเศษ เป็นต้น)	5	4	3	2	1
ความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy)						
10.	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีการแสดงข้อมูลที่มีความถูกต้อง เช่น (การแสดงผลการทำรายการโอนเงิน, ผู้รับโอนเงิน เป็นต้น)	5	4	3	2	1
ข้อมูลเข้าใจง่าย (Understandability)						
11.	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ข้อมูลที่สามารถเรียนรู้ และทำความเข้าใจง่าย (เช่น คู่มือการลงทะเบียนและใช้งาน เป็นต้น)	5	4	3	2	1
12.	ระบบ MyMo Mobile Banking จะแสดงข้อมูลในการทำธุรกรรมที่ง่ายต่อการจดจำ (เช่น มีระบบ Notification แจ้งเตือนในกล่องข้อความ)	5	4	3	2	1

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)						
ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)						
13.	ระบบ MyMo Mobile Banking มีการแจ้งเตือนความถูกต้องของการทำธุรกรรมทุกครั้งหลังใช้บริการ (เช่น การแจ้ง SMS, การแจ้ง E-Slip และ E-mail เป็นต้น)	5	4	3	2	1
14.	พนักงานของธนาคาร มีการรักษาข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี	5	4	3	2	1
15.	ระบบ MyMo Mobile Banking ใช้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำ สม่ำเสมอในการให้บริการทุกครั้ง	5	4	3	2	1
16.	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องในระหว่างทำธุรกรรมทางการเงิน หลังจากการเข้าสู่ระบบ (เช่น การเชื่อมต่อไม่หลุดระหว่างการทำรายการ เป็นต้น)	5	4	3	2	1
การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)						
17.	ธนาคารมีสาขาให้บริการจำนวนมาก สะดวกในการติดต่อและเข้าใช้บริการ	5	4	3	2	1
18.	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบมีความพร้อมในการให้บริการตลอด 24 ชม.	5	4	3	2	1
19.	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้บริการด้วยความรวดเร็ว สะดวกทุกที่ ทุกเวลาผ่านหน้าจอโทรศัพท์	5	4	3	2	1
20.	ระบบ MyMo Mobile Banking เป็นระบบที่มีความหลากหลายของประเภทธุรกรรมที่สามารถทำผ่านระบบได้ เช่น การโอน, การชำระบิลต่าง ๆ เป็นต้น	5	4	3	2	1
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)						
21.	พนักงานของธนาคาร มีความรู้ ความสามารถ และความชำนาญในงาน สามารถตอบคำถามได้อย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
22.	ระบบ MyMo Mobile Banking ให้ความมั่นใจในระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพของธนาคาร	5	4	3	2	1
23.	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถแสดงผลข้อมูลหรือการทำธุรกรรมสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว	5	4	3	2	1

ข้อ	คำถาม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
คุณลักษณะของแอปพลิเคชันมายโม (MyMo Characteristics)						
สลากดิจิทัล (Digital Slak)						
24.	ระบบ MyMo Mobile Banking แจ้งจำนวนครั้งในการซื้อหรือระยะเวลาในการลุ้นรางวัลสลากดิจิทัลมากกว่าสลากแบบซื้อหน้าเคาเตอร์	5	4	3	2	1
25.	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถตรวจสอบข้อมูลสลากดิจิทัล, แจ้งเตือนผลการถูกรางวัลสลากผ่าน Push Notification และทราบผลการถูกรางวัลรวมของสลากแต่ละฉบับ	5	4	3	2	1
การปรับแต่งอินเตอร์เฟซ (Interface Customization)						
26.	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถถอนเงินสดจากตู้ ATM ไม่ใช่บัตร ด้วย QR Code	5	4	3	2	1
27.	ระบบ MyMo Mobile Banking มีรูปแบบที่ดึงดูดใจในการใช้งาน (เช่น ธีมพื้นหลังหน้าจอแอปพลิเคชันมีสีสันสวยงาม สามารถเลือกได้ตามความต้องการ	5	4	3	2	1
28.	ระบบ MyMo Mobile Banking สามารถเรียกดู Statement ย้อนหลังได้สูงสุด 5 ปี	5	4	3	2	1
การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support)						
29.	การทำธุรกรรมผ่านระบบ MyMo Mobile Banking เป็นส่วนหนึ่งในการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการลดปริมาณการใช้เงินสด	5	4	3	2	1
30.	รัฐบาลมีการสนับสนุนการชำระเงินผ่าน QR Code (MyMo Pay) แทนการใช้เงินสด	5	4	3	2	1

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวธนภรณ์ แสงโชติ
วันเดือนปีเกิด	8 เมษายน 2534
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2555: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ตำแหน่งงาน	พนักงานวิเคราะห์สินเชื่อ ระดับ 5

ผลงานทางวิชาการ

การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยี MyMo Mobile Banking บริษัท ธนาคาร
ออมสิน, บทความวารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ปีที่ 15
ฉบับที่ 3 (เดือนกันยายน ถึง ธันวาคม 2562)

ประสบการณ์ทำงาน	19 กรกฎาคม 2560 - ปัจจุบัน: สังกัดหน่วยสินเชื่อ ธนาคารออมสินเขตศรีสะเกษ
	21 พฤศจิกายน 2559: สังกัดหน่วยธุรการ ธนาคารออมสินภาค 12
	25 มกราคม 2559: สังกัดหน่วยสถาบันการเงินชุมชน ธนาคารออมสินภาค 12