



ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจ
ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน อย่างต่อเนื่อง
ของลูกค้ายานาการอาคารสงเคราะห์

โดย

ธนกฤต ตระกูลกิจเจริญ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2566

SERVICE QUALITY FACTORS AFFECTING SATISFACTION
AND CONTINUANCE INTENTION TO USE
THE GHB ALL GEN APPLICATION OF
GOVERNMENT HOUSING
BANK CUSTOMERS

BY

THANAKRIT TRAKULKITCHAROEN

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
(MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS)
MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2023

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

ธนกฤต ตระกูลกิจเจริญ

เรื่อง

ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน
จีเอชพี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)

เมื่อ วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2567

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.มชูปายาส ทองมาก)

คณบดี

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สุภัทรกุล)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและ ความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์
ชื่อผู้เขียน	ธนกฤต ตระกูลกิจเจริญ
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ
คณะ	พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.มฑูปายาส ทองมาก
ปีการศึกษา	2566

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในมุมมองของผู้ใช้งาน การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร คือ ลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ขนาดตัวอย่าง 275 คน ด้วยแบบสอบถาม แบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่เก็บรวบรวมและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ในช่วงเดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 ข้อมูลถูกวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้น โดยทำการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ และทำการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ส่วนแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง พบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ การยืนยันความคาดหวัง และความพึงพอใจ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจนต่อ และจากการขยายความเข้าใจในแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) โดยนำเสนอผลกระทบที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำพบว่าปัจจัยความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

คำสำคัญ: โมไบล์แบงก์กิ้ง, แอปพลิเคชันธนาคาร, จีเอสบี ออล เจน, ธนาคารอาคารสงเคราะห์, แบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง, ความตั้งใจที่จะแนะนำ

Independent Study Title	SERVICE QUALITY FACTORS AFFECTING SATISFACTION AND CONTINUANCE INTENTION TO USE THE GHB ALL GEN APPLICATION OF GOVERNMENT HOUSING BANK CUSTOMERS
Author	Thanakrit Trakulkitcharoen
Degree	Master of Science (Management of Science Systems)
Major Field	Management Information Systems
Faculty	Commerce and Accountancy
University	Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Mathupayas Thongmak, Ph.D.
Academic Year	2023

ABSTRACT

Quantitative research was done to study factors affecting satisfaction and continuance intention to use the GHB ALL GEN application of Government Housing Bank customers from the user's perspective. The research adopts a survey research method, targeting a sample size of 275 customers who use the GHB All Gen application, collected through an electronic questionnaire. Data collected from January to February 2024 were statistically analyzed using regression analysis, including direct influence analysis from multiple regression analysis and indirect influence analysis using the Danielsoper web program.

The research findings indicate that responsiveness, information, and technical reliability positively influence perceived usefulness of using the GHB All Gen application. Furthermore, the Expectation-Confirmation Model (ECM) reveals that perceived usefulness, confirmation, and satisfaction positively affect the intention to continue using the GHB All Gen application. Expanding understanding of the Expectation – Confirmation Model (ECM), the impact on recommendation intention is

presented. It was found that the satisfaction factor and intention to continue using It has a positive effect on the intention to recommend.

Expanding the study's scope by investigating additional intention to recommend factors shows that satisfaction and continuance intention positively influence the intention to recommend.

Keywords: Mobile banking, GHB All Gen, Government Housing Bank, Expectation-Confirmation Model, Intention to recommend



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากการได้รับความช่วยเหลืออย่างมาก จากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระของงานวิจัยนี้ รองศาสตราจารย์ ดร.มธุปายาส ทองมาก ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่คอยให้คำปรึกษา สละเวลาให้คำแนะนำ เสนอแนะแนวทาง ถ่ายทอดประสบการณ์ การทำวิจัย แก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องและความเรียบร้อยของงาน ทำให้งานวิจัย ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ และขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา อาจารย์ที่กรุณาสละเวลามาเป็นประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำแนะนำ และเสนอแนะ แนวคิดเพิ่มเติม เพื่อนำมาปรับปรุงงานวิจัยและพัฒนางานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบคุณคณาจารย์ สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่าน รวมถึงอาจารย์พิเศษ วิทยากรจากภายนอกทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และประสบการณ์ เพื่อให้ผู้วิจัยนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ประโยชน์สำหรับการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของโครงการปริญญาโทสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการที่ให้ความช่วยเหลือ ในการติดต่อประสานงาน อำนวยความสะดวกระหว่างช่วงทำการศึกษาและเรื่องการจัดการสอบต่าง ๆ เป็นอย่างดีตลอดหลักสูตรการศึกษา และขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาสาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อ การจัดการรุ่นที่ 17 ทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านการเรียน การตอบแบบสอบถามและการทำงาน วิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด รวมทั้งขอขอบคุณผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หากไม่ได้พวก ท่านทุกคนช่วยตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยคงไม่สามารถบรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้

ขอขอบคุณทุกคนในครอบครัวและบุคคลใกล้ชิดทุกท่านที่เป็นกำลังใจและให้การ สนับสนุนผู้วิจัยในด้านการเรียนและการวิจัยค้นคว้าอิสระ จนสำเร็จการศึกษา

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับการสนับสนุนและกำลังใจจากธนาคาร อาคารสงเคราะห์ ซึ่งได้เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยมุ่งมั่นและมุ่งสู่การศึกษาในระดับปริญญาโท การสนับสนุนที่มีอย่างดีจากธนาคารอาคารสงเคราะห์ ไม่เพียงแต่เป็นการสนับสนุนทางการเงิน เพื่อการศึกษาของผู้วิจัยเท่านั้น แต่ยังเป็นการสนับสนุนที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความมุ่งมั่น ในการต่อสู้เพื่อความสำเร็จของตนเองในอนาคต ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะสามารถนำความรู้และ ทักษะที่ได้รับจากการศึกษานี้กลับไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอ แนวคิดใหม่ ๆ หรือการพัฒนาเทคโนโลยีในด้านการบริหารจัดการ เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนของธนาคาร

ชนกฤต ตระกูลกิจเจริญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(16)
รายการสัญลักษณ์และคำย่อ	(17)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย	1
1.2 คำถามงานวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	6
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโมบายล์แบงก์กิ้ง (Mobile Banking)	7
2.1.1. ความหมายของโมบายล์แบงก์กิ้ง (Mobile Banking)	7
2.2 ทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง	10
2.2.1 คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Quality)	10
2.2.2 แบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)	13
2.2.3 ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend)	16

บทที่ 3 กรอบการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย	19
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	19
3.2 นิยามศัพท์	21
3.2.1 การตอบสนอง (Responsiveness)	21
3.2.2 ข้อมูล (Information)	21
3.2.3 ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy)	21
3.2.4 การออกแบบ (Design)	21
3.2.5 ประสิทธิภาพ (Performance)	21
3.2.6 ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability)	21
3.2.7 การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)	22
3.2.8 การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation)	22
3.2.9 ความพึงพอใจ (Satisfaction)	22
3.2.10 ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (Continuance Usage Intention)	22
3.2.11 ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend)	22
3.3 สมมติฐานงานวิจัย	22
3.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองและการรับรู้ประโยชน์	22
3.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและการรับรู้ประโยชน์	23
3.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ประโยชน์	23
3.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบและการรับรู้ประโยชน์	23
3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพและการรับรู้ประโยชน์	24
3.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและการรับรู้ประโยชน์	24
3.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและการยืนยันความคาดหวัง	24
3.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจ	25
3.3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความตั้งใจในการใช้งานต่อ	25
3.3.10 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและการรับรู้ประโยชน์	26
3.3.11 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและความพึงพอใจ	26
3.3.12 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งานต่อ	26
3.3.13 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะแนะนำ	27
3.3.14 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการใช้งานต่อและความตั้งใจที่จะแนะนำ	27

บทที่ 4 วิธีการวิจัย	28
4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	28
4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง	28
4.2 เครื่องมือเพื่อการวิจัย	29
4.3 การออกแบบการวิจัย	35
4.4 การวิเคราะห์ความตรงและความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
4.4.1 การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity)	35
4.4.2 การตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)	35
4.5 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่นำมาใช้	36
4.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	36
4.5.2 การสอบทานข้อสมมติทางสถิติ	36
4.5.3 การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (Regression Analysis)	36
บทที่ 5 ผลการวิจัย	37
5.1 การตรวจสอบความตรงความเที่ยงของแบบสอบถาม (Pretest)	37
5.2 การสอบทานความถูกต้องของข้อมูล (Screening data)	37
5.2.1 การสอบทานคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม	37
5.2.2 การทดสอบการกระจายตัวของข้อมูลและการตรวจสอบความไต่	37
5.3 การประเมินความตรงและความเที่ยงของแบบสอบถาม	38
5.3.1 การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity)	38
5.3.2 การตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)	38
5.4 การสอบทานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation)	39
5.5 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัววัด	39
5.6 วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาสำหรับกลุ่มตัวอย่าง	46
5.6.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	46
5.7 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย	50
5.7.1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	51
5.7.2 การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)	57
5.8 ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย	66

5.8.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้ แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	68
5.8.2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	69
5.8.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	69
5.8.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้ แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	70
5.8.5 ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพและความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	70
5.8.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและการรับรู้ประโยชน์ ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	71
5.8.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองและการยืนยันความคาดหวัง ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	71
5.8.8 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและการยืนยันความคาดหวังในการใช้ แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	72
5.8.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	72
5.8.10 ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบและการยืนยันความคาดหวัง ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	73
5.8.11 ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพและการยืนยันความคาดหวัง ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	73
5.8.12 ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและการยืนยัน ความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	74
5.8.13 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้ แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	74
5.8.14 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความตั้งใจในการใช้ แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ต่อ	75
5.8.15 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและการรับรู้ประโยชน์ ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	75
5.8.16 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและความพึงพอใจ ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน	76

5.8.17 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้ แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ	76
5.8.18 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะแนะนำ แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	76
5.8.19 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการใช้งานต่อและความตั้งใจ ที่จะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	77
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	79
6.1 สรุปผลงานวิจัย	79
6.2 ประโยชน์ของการวิจัย	80
6.2.1 ประโยชน์ของงานวิจัยทางภาคทฤษฎี	80
6.2.2 ประโยชน์ของงานวิจัยทางภาคปฏิบัติ	81
6.3 ข้อจำกัดของงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต	82
รายการอ้างอิง	84
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	93
ภาคผนวก ข ผลการสอบทานการกระจายของข้อมูล	104
ภาคผนวก ค การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity)	108
ภาคผนวก ง การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha)	116
ภาคผนวก จ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละปัจจัย	126
ภาคผนวก ฉ ผลการตรวจสอบความเที่ยงแบบสอบถาม (Pretest)	129

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	9
2.2	17
2.3	18
4.1	30
5.1	38
5.2	40
5.3	47
5.4	49
5.5	49
5.6	49
5.7	50
5.8	50
5.9	52
5.10	52

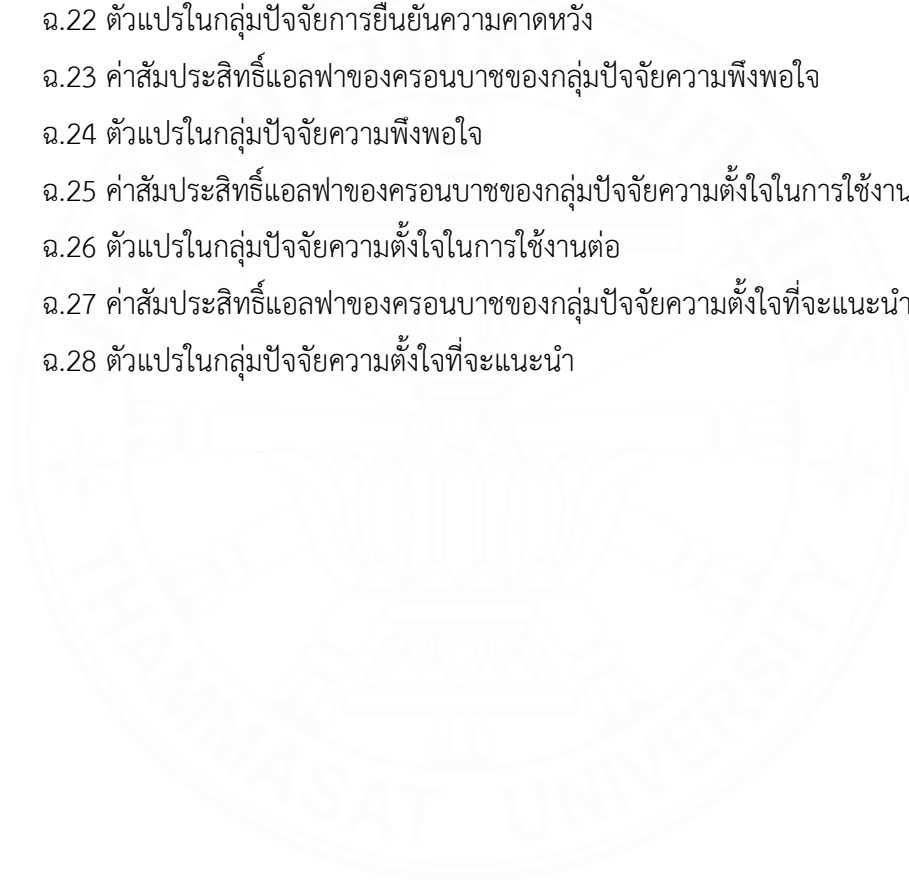
5.11 การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ต่อการยืนยันความคาดหวัง	53
5.12 การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ต่อการยืนยันความคาดหวัง	53
5.13 การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวัง ต่อความพึงพอใจ	54
5.14 การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวัง ต่อความพึงพอใจ	54
5.15 การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ	55
5.16 การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ	55
5.17 การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ ต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ	56
5.18 การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ ต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ	56
5.19 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ	58
5.20 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ	60
5.21 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ	62

5.22 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติ ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัย ความตั้งใจในการใช้งานต่อ	63
5.23 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติ ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัย ความตั้งใจในการใช้งานต่อ	64
5.24 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติ ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัย ความตั้งใจที่จะแนะนำ	65
5.25 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติ ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัย ความตั้งใจที่จะแนะนำ	65
5.26 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติ ของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผ่านปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ ไปยังปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ	66
5.27 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย	66
ข.1 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง	104
ข.2 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยข้อมูล	104
ข.3 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว	105
ข.4 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการออกแบบ	105
ข.5 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ	105
ข.6 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค	106
ข.7 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์	106
ข.8 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง	106
ข.9 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ	107
ข.10 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ	107
ข.11 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ	107
ค.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร	108
ค.2 การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร	108

ค.3 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับ การใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)	112
ค.4 การจัดกลุ่มของตัวแปรตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับ การใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)	113
ค.5 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ	114
ค.6 การจัดกลุ่มของตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ	115
ง.1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง	116
ง.2 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง	116
ง.3 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยข้อมูล	117
ง.4 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยข้อมูล	117
ง.5 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว	117
ง.6 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว	118
ง.7 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการออกแบบ	118
ง.8 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการออกแบบ	119
ง.9 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ	119
ง.10 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ	120
ง.11 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค	120
ง.12 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค	121
ง.13 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์	121
ง.14 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์	122
ง.15 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง	122
ง.16 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง	123
ง.17 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ	123
ง.18 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ	123
ง.19 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ	124
ง.20 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ	124
ง.21 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ	125
ง.22 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ	125
จ.1 สรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ	126

จ.2 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปร การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง	126
จ.3 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปร การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค	127
จ.4 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปร การรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวัง	127
จ.5 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ	127
จ.6 ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปร ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ	128
ฉ.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร	129
ฉ.2 การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร	129
ฉ.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับ การใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)	133
ฉ.4 การจัดกลุ่มของตัวแปรตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับ การใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)	133
ฉ.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ	135
ฉ.6 การจัดกลุ่มของตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ	135
ฉ.7 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง	136
ฉ.8 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง	136
ฉ.9 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยข้อมูล	137
ฉ.10 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยข้อมูล	137
ฉ.11 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว	137
ฉ.12 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว	138
ฉ.13 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการออกแบบ	138
ฉ.14 ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการออกแบบ	139

ฉ.15	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาซของกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ	139
ฉ.16	ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ	139
ฉ.17	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาซของกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค	140
ฉ.18	ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค	140
ฉ.19	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาซของกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์	141
ฉ.20	ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์	141
ฉ.21	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาซของกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง	142
ฉ.22	ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง	142
ฉ.23	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาซของกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ	143
ฉ.24	ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ	143
ฉ.25	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาซของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการทำงานต่อ	144
ฉ.26	ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการทำงานต่อ	144
ฉ.27	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาซของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ	144
ฉ.28	ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ	144



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ปริมาณและมูลค่าการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และโมบายล์แบงก์กิ้ง ปี 2561 – 2565	2
1.2 โมบายล์แอปพลิเคชัน: จีเอชบี ออล เจน	3
2.1 แบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)	14
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและ ความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์	20
5.1 ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์	78



รายการสัญลักษณ์และคำย่อ

สัญลักษณ์/คำย่อ	คำเต็ม/คำจำกัดความ
RES	การตอบสนอง (Responsiveness)
INFO	ข้อมูล (Information)
SP	ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy)
DES	การออกแบบ (Design)
PERF	ประสิทธิภาพ (Performance)
TR	ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability)
PU	การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)
CF	การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation)
SAT	ความพึงพอใจ (Satisfaction)
CI	ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (Continuance Usage Intention)
RI	ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend)

บทที่ 1

บทนำ

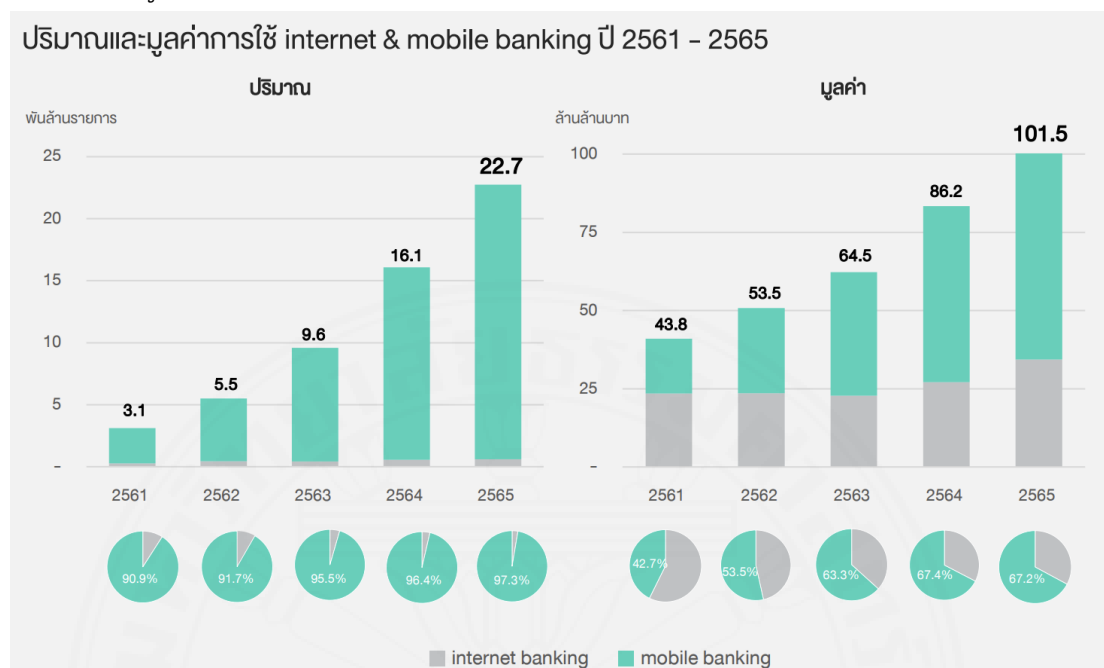
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ในปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยทำหน้าที่ระดมและจัดสรรเงินทุนแก่ภาคธุรกิจ มีการพัฒนาแพลตฟอร์มในการรับชำระเงิน ค่าสินค้าและบริการ รวมถึงการให้ข้อมูลทางการเงินเพื่อการตัดสินใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านต่าง ๆ แก่กลุ่มลูกค้าของธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นการดูแลให้การดำเนินงานของสถาบันการเงิน จึงต้องมีการควบคุมจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพ โปร่งใส มีธรรมาภิบาล และมีการบริหารความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ในปัจจุบันจึงได้มีการนำเทคโนโลยีทางการเงิน มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และลดต้นทุนที่เกิดขึ้น

นอกจากนี้ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมาเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของพฤติกรรมผู้บริโภคและระบบ การเงินไทย ผู้บริโภคและผู้ให้บริการทางการเงินต้องปรับตัวเองให้เข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว สิ่งเหล่านี้พบได้จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยพบว่าระหว่างปี 2561 – 2565 จำนวน ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและโมบายล์แบงก์กิ้ง มีจำนวนบัญชีเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่า จาก 69.8 ล้านบัญชี ในปี 2561 เป็น 138.3 ล้านบัญชี ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2565 และในปี 2565 มีจำนวนการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และโมบายล์แบงก์กิ้ง สูงถึง 22.7 พันล้านรายการ และมีมูลค่าสูงถึง 101.5 ล้านล้านบาท โดยเฉพาะโมบายล์แบงก์กิ้ง ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะที่การอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ลดลง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคหันมาใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันมือถือมากขึ้น

ภาพที่ 1.1

ปริมาณและมูลค่าการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และโมบายล์แบงก์กิ้ง ปี 2561 – 2565



หมายเหตุ. ปริมาณและมูลค่าการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และโมบายล์แบงก์กิ้ง ปี 2561 – 2565. จาก *Bi-monthly PAYMENT INSIGHT VOL 18/ ธันวาคม 2565*, โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565. (https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/reports/payment-report/bi-monthly-report/Bi-monthly_report_Vol18-2022_December.pdf)

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ออส.) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารอาคารสงเคราะห์ พ.ศ. 2496 เพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้กับประชาชนในการมีที่อยู่อาศัยตามควรแก่สภาพ โดยให้สินเชื่อที่อยู่อาศัยให้กับกลุ่มประชาชนที่มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลาง และรับฝากเงินเพื่อนำไปใช้ในการให้สินเชื่อเพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีบ้าน ในปี พ.ศ. 2516 โดยเริ่มมีการให้สินเชื่อที่อยู่อาศัยแบบระยะสั้นและระยะยาว และเปิดธุรกิจรับฝากเงินครั้งแรก และมีการกำหนดภารกิจและหน้าที่ของธนาคารให้ชัดเจนขึ้น คือ การส่งเสริมและช่วยเหลือด้านการเงินให้กับประชาชนที่มีที่อยู่อาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองและการสนับสนุนด้านการเงินให้กับผู้ลงทุนประกอบการอสังหาริมทรัพย์

ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนารูปแบบการให้บริการทางการเงินด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นให้บริการสินเชื่อและผลิตภัณฑ์เงินฝากเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่ม โดยทำให้ง่ายและสะดวกในการเข้าถึงและการใช้บริการ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ในยุคที่เศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้พัฒนาการ

ให้บริการด้านดิจิทัลของธนาคารผ่านโมบายล์แบงก์กิ้ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการลูกค้า เปรียบเสมือนเดินทางมาใช้บริการที่สาขา และเพิ่มฟังก์ชันการให้บริการที่สะดวกและให้ใช้งานง่าย โดยใช้ชื่อว่า จีเอชบี ออล เจน (GHB ALL GEN) ซึ่งเป็นการพัฒนา การยกระดับ และปรับโฉมจาก โมบายล์แอปพลิเคชันเดิมของธนาคารที่ชื่อว่า จีเอชบี ออล (GHB ALL) และได้เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2565 ซึ่งมีฟังก์ชันหลักในการให้บริการลูกค้า ได้แก่ การยื่นขอสินเชื่อ ทั้งการขอสินเชื่อใหม่ และกู้เพิ่ม การชำระเงินกู้ตามวงเงินงวดที่กำหนดไว้หรือเงินงวดที่ต้องการชำระเพิ่ม การเปิดบัญชีเงินฝาก อิเล็กทรอนิกส์ การยืนยันตัวตนผ่านบริการยืนยันตัวตนรูปแบบดิจิทัล (National Digital ID: NDID) การซื้อสลากออมทรัพย์ และการชำระค่าสินค้าและบริการ ตามหน่วยงานหรือร้านค้าที่ร่วมรายการ

ภาพที่ 1.2

โมบายล์แอปพลิเคชัน: จีเอชบี ออล เจน

APP GHB ALL GEN รอส G H BANK ALL GEN

GEN ไหนก็ใช้ได้!! แอปเดียวครบ จบทุกเรื่อง

- ขอสินเชื่อ อนุมัติเร็ว
- ชำระเงินกู้ ตามเงินงวด/ชำระเพิ่ม
- เปิดบัญชีเงินฝากอิเล็กทรอนิกส์
- ยืนยันตัวตน NDID
- สลากออมทรัพย์ ซื้อไม่/ซื้อเพิ่ม
- ชำระค่าสินค้าและบริการ

ดาวน์โหลดได้ที่

Download on the App Store s:UU iOS

GET IT ON Google Play s:UU Android

โทร 0-2645-9000 @GHBANK

ข้อมูล ณ วันที่ 26 ต.ค. 65

หมายเหตุ. โมบายล์แอปพลิเคชัน: จีเอชบี ออล เจน. จาก GEN ไหนก็ใช้ได้!! แอปเดียวครบ จบทุกเรื่อง กับ Application: GHB ALL GEN รอส. ปรับโฉมแอปใหม่ ยกระดับการบริการด้านดิจิทัล ตอบโจทย์ลูกค้าทุกวัย เปิดดาวนโหลดครั้งแรกวันที่ 26 ตุลาคม 2565 นี้ เป็นต้นไป, โดย ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2565. (<https://www.ghbank.co.th/news/detail/public-relations/press-26-10-2022-all-gen>)

โมบายล์แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ต้องเผชิญคู่แข่งทางตรงที่มีความแข็งแกร่งและสำคัญในอุตสาหกรรมการเงินและธนาคาร ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกระดับ และเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการด้านการเงินและสินเชื่อจากธนาคารต่าง ๆ ได้มากที่สุด ตอบสนองต่อการแข่งขันที่สูงขึ้น ธนาคารอาคารสงเคราะห์จำเป็นต้องพัฒนาการให้บริการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม โดยการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น และนำกลยุทธ์การจัดการมาใช้ให้เหมาะสม เพื่อยกระดับความสำเร็จขององค์กร นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างครบวงจร ตั้งแต่การให้บริการด้านการเงินพื้นฐาน ไปจนถึงการให้บริการสินเชื่อและการเงินอื่น ๆ โดยให้ความสำคัญในความคุ้มค่าและความสะดวกสบายสำหรับลูกค้าทุกระดับ ในสภาพแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาเทคโนโลยีและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการเป็นเรื่องสำคัญเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จึงต้องสร้างและพัฒนาระบบการให้บริการทางการเงินที่หลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงบริการได้ทุกที่ทุกเวลาและสะดวกสบายมากขึ้น ธนาคารจึงควรพัฒนาโมบายล์แอปพลิเคชัน ที่ใช้งานง่ายและมีความสามารถที่ครอบคลุมการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถจัดการการเงินของตนได้โดยง่ายและสะดวกสบายยิ่งขึ้น โดยปัจจุบันมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จำนวน 750,000 ราย ซึ่งธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้ตั้งเป้าหมายเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานให้เกิน 1,000,000 ราย ภายในปี 2566 (การเงินธนาคาร, 2566)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า เนื่องจากแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2565 งานวิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จึงมีจำนวนน้อย เช่น งานวิจัยของ ณิชากร ขำสอาด (2565) ที่ศึกษาปัจจัยในการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทั้งการรับรู้ความง่าย การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมที่ศึกษาความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง พบว่ามีการศึกษาอิทธิพลของหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง เช่น งานวิจัยของ เตชะพิทย ผลาวงค์ (2558) ที่ทำการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายล์แบงก์กิ้งซ่า ในแง่ภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพของโปรแกรมประยุกต์ ของผู้ใช้งานในประเทศไทย บทสรุปงานวิจัยพบว่าความตั้งใจในการใช้งานโมบายล์แบงก์กิ้งซ่าแปรผันตามความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยทางด้านความมั่นคงของระบบ ภาพลักษณ์และคุณภาพข้อมูล

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Inan et al. (2021) ที่ทำการศึกษาคูณภาพการบริการและ ทฤษฎีการกำหนดตนเอง (Self-Determination Theory: SDT) ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้โมบายล์ แบนด์ก็ง้อย่างต่อเนื่องของผู้ใช้งานในประเทศอินโดนีเซีย บทสรุปงานวิจัยระบุว่าคุณภาพการบริการ ไม่เพียงแต่สามารถเป็นสื่อกลางโดยทฤษฎีการกำหนดตนเองได้อย่างมีนัยสำคัญเท่านั้น แต่ยังส่งผล โดยตรงต่อความพึงพอใจอีกด้วย และระบุว่าความพึงพอใจและการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลอย่างมาก ต่อความตั้งใจในการใช้โมบายล์แบนด์ก็ง้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ ความสามารถและการรับรู้ความสัมพันธ์ของทฤษฎีการกำหนดตนเองมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ต่อความพึงพอใจและการรับรู้ประโยชน์ต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายล์แบนด์ก็ง้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยดังกล่าวทำการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการเพียง 3 ปัจจัย ได้แก่ สภาพแวดล้อม ปฏิกริยา และคุณภาพของผลลัพธ์ ซึ่งปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ไม่ได้ถูกนำมาศึกษา เช่น ความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ หรือความน่าเชื่อถือทางเทคนิค

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยพิจารณานำปัจจัยคุณภาพการบริการโมบายล์แอปพลิเคชัน (Wulfert, 2019) มาเป็นปัจจัยวัด คุณภาพการบริการ ประกอบด้วยปัจจัยด้านการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัย/ความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค โดยใช้แบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) เพื่อนำผลการวิจัย ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อให้ธนาคาร สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น และนำข้อมูลไปใช้สนับสนุนการดำเนินงาน ตามเป้าหมายในการเพิ่มผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ต่อไป

1.2 คำถามงานวิจัย

ปัจจัยคุณภาพการบริการองค์ประกอบใดบ้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ และความพึงพอใจดังกล่าวส่งผลถึงความตั้งใจ ในการใช้งานอย่างต่อเนื่องและความตั้งใจที่จะแนะนำต่อหรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่มีต่อการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์

1.3.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่มีต่อการยืนยันความคาดหวัง ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์

1.3.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ประโยชน์และการยืนยันความคาดหวัง ที่มีต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์

1.3.4 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ที่มีต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ และความตั้งใจที่จะแนะนำต่อ

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในมุมมองของผู้ใช้งาน โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยเป็นการศึกษาในลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่เก็บรวบรวมและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยจะทำการศึกษาในช่วงเดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาถึงปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการแอปพลิเคชันจีเอชบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยมีทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโมบายล์แบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

2.1.1 ความหมายของโมบายล์แบงก์กิ้ง (Mobile Banking)

โมบายล์แบงก์กิ้ง (Mobile Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมกับธนาคารพาณิชย์ผ่านช่องทางเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสามารถโอนเงิน สอบถามยอดเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ ขอรายการเดินบัญชี เป็นต้น โดยสามารถใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือ ได้ทุกที่ ทุกเวลาซึ่งสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก และมีระบบ PIN Code เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้มากขึ้น (สัจจาภรณ์ ไชยเสนา, 2560) โดยรวมแล้ว จะสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการเกือบทั้งหมดที่ให้บริการโดยสถาบันการเงิน นอกจากนี้ยังใช้งานสะดวก ช่วยให้ตรวจสอบบัญชีธนาคารของคุณได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทำธุรกรรมทางการเงินหรืองานต่าง ๆ ได้ทุกเมื่อที่คุณเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต รวมถึงในขณะนี้สถาบันการเงินหลายแห่งได้เพิ่มคุณสมบัติที่มีประสิทธิภาพ เช่น การขอสินเชื่อ ประกันภัย และแม้แต่การลงทุนในหุ้น กองทุนรวม เงินฝากประจำ ฯลฯ ในแอปเดียว โดยไม่จำเป็นต้องไปที่สาขาธนาคารที่ใกล้ที่สุด (Pradhan, 2024)

ในปัจจุบันมีธนาคารในประเทศไทยที่เปิดให้บริการในการทำธุรกรรมการเงินผ่านโมบายล์แบงก์กิ้ง โดยใช้ชื่อเรียกต่างกัน ดังนี้

2.1.1.1 เคพลัส (K-Plus)

เคพลัส เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารกสิกรไทย ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน ถอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน การจัดการบัตรเครดิตและบัตรเดบิต การลงทุนในกองทุนรวม การจัดการเช็ค การตรวจสอบรายการเดินบัญชี การโอนเงินไปยังต่างประเทศ รวมถึงการซื้อผลิตภัณฑ์ประกันต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.1.2 เอสซีบี อีซี (SCB Easy)

เอสซีบี อีซี เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารไทยพาณิชย์ ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน ถอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน การจัดการบัตรเครดิตและ

บัตรเครดิต การลงทุนในกองทุนรวม การจัดการบัญชีหุ้นกู้ การตรวจสอบรายการเดินบัญชี การซื้อผลิตภัณฑ์ประกันต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.1.3 บัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง (Bualuang mBanking)

บัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การจัดการบัญชีเงินฝาก บัตรเครดิต กองทุน พันธบัตร และสินเชื่อ ขอรายการเดินบัญชีเงินฝากทั้งสกุลเงินบาท (THB) และสกุลเงินตราต่างประเทศ (FCD) การเปิดบัญชีออนไลน์ การถอนเงินไม่ต้องใช้บัตรที่บัวหลวงเอทีเอ็ม เซเวน-อีเลฟเว่น และไปรษณีย์ไทย การตั้งรายการโปรดเพื่อโอน เติม จ่าย เป็นต้น

2.1.1.4 กรุงไทยเนกซ์ (Krungthai Next)

กรุงไทยเนกซ์ เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทย ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน ขอสินเชื่อ การจัดการบัตรเครดิตและบัตรเครดิต การตรวจสอบและขอรายการเดินบัญชี การลงทุนในกองทุนรวม การซื้อผลิตภัณฑ์ประกันต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.1.5 ทีทีบี ทัท (TTB Touch)

ทีทีบี ทัท เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารทหารไทยชนชาติ ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน ขอสินเชื่อ การจัดการบัตรเครดิตและบัตรเครดิต การตรวจสอบและขอรายการเดินบัญชี การลงทุนในกองทุนรวม การซื้อผลิตภัณฑ์ประกันต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.1.6 เคเอ็มเอ (KMA)

เคเอ็มเอ เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารกรุงศรีอยุธยา ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน ขอสินเชื่อ การจัดการบัตรเครดิตและบัตรเครดิต การตรวจสอบและขอรายการเดินบัญชี การลงทุนในกองทุนรวม การซื้อผลิตภัณฑ์ประกันต่าง ๆ เป็นต้น

2.1.1.7 ยูโอบี ทูมอโร (UOB TMRW)

ยูโอบี ทูมอโร เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารยูโอบี ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน ขอสินเชื่อ การจัดการบัตรเครดิตและบัตรเครดิต การตรวจสอบและขอรายการเดินบัญชี การลงทุนในกองทุนรวม เป็นต้น

2.1.1.8 มายโม (MyMo)

มายโม เป็นโมบายล์แบงก์กิ้งของธนาคารออมสิน ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน ขอสินเชื่อ การจัดการบัตรเครดิตและบัตรเครดิต การตรวจสอบและขอรายการเดินบัญชี เป็นต้น

2.1.1.9 เคเคพีโมบายล์ (KKP Mobile)

เคเคพีโมบายล์ เป็นโมบายล์แบงก์กึ่งของธนาคารเกียรตินาคินภัทร ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การโอนเงิน เต็มเงิน จ่ายเงิน ฝากเงิน ถอนเงิน การตรวจสอบและขอรายการเดินบัญชี เป็นต้น

2.1.1.10 จีเอชบี ออล เจน (GHB ALL GEN)

จีเอชบี ออล เจน เป็นโมบายล์แบงก์กึ่งของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมการเงินต่าง ๆ ได้ เช่น การยื่นขอสินเชื่อ ทั้งการขอสินเชื่อใหม่และกู้เพิ่ม การชำระเงินกู้ตามวงเงินงวดที่กำหนดไว้หรือเงินงวดที่ต้องการชำระเพิ่ม การเปิดบัญชีเงินฝาก อิเล็กทรอนิกส์ การยืนยันตัวตนผ่านบริการยืนยันตัวตนรูปแบบดิจิทัล (National Digital ID: NDID) การซื้อสลากออมทรัพย์ และการชำระค่าสินค้าและบริการ ตามหน่วยงานหรือร้านค้าที่ร่วมรายการ เป็นต้น

ตารางที่ 2.1

สรุปการบริการโมบายล์แบงก์กึ่งของแต่ละธนาคาร

โมบายล์ แบงก์กึ่ง	เคพลัส	เอสซีบี อีซี	บัวหลวงเอ็มแบงก์กึ่ง	กรุงไทยเนกซ์	ซีทีบี ทัช	เคเอ็มเอ	ยูเอบี ทุมโอโร	มายโม	เคเคพีโมบายล์	จีเอชบี ออล เจน
การบริการ										
การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การโอนเงิน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.1

สรุปการบริการโมบายล์แบงก์กิ้งของแต่ละธนาคาร (ต่อ)

โมบายล์ แบงก์กิ้ง	เคพลัส	เอสซีบี อีซี	บัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง	กรุงไทยเน็กซ์	ทีทีบี ทัช	เคเอ็มเอ	ยูเอบี ทุมโอโร	มายโม	เคเคพีโมบายล์	จีเอชบี ออล เจน
การบริการ										
การตรวจสอบ รายการเดิน บัญชี	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การจัดการ บัตรเครดิต และบัตรเด บิต	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
การขอ สินเชื่อ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
การลงทุนใน กองทุนรวม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			

2.2 ทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Quality)

คุณภาพการบริการ หมายถึง ระดับของการให้บริการที่ตรงตามหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า หรือผู้ใช้บริการ คุณภาพนี้สามารถวัดได้จากการพิจารณาลักษณะต่าง ๆ ของการให้บริการ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการนั้น ๆ (Parasuraman et al., 1988) คุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถมอบผลประโยชน์เชิงกลยุทธ์ให้แก่ธุรกิจได้ เช่น อัตราการรักษาลูกค้าที่ดีขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสามารถในการทำกำไร (Cronin, 2003; Rust et al., 1995; Zeithaml, 2000) รวมทั้ง

การให้บริการที่มีคุณภาพ ความสำเร็จในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและเสริมสร้างความภักดีต่อบริษัท (Parasuraman et al., 1988)

ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability) หมายถึง ความสามารถของระบบ เทคโนโลยี หรือวิธีการในการทำงานอย่างต่อเนื่อง แม่นยำ และสอดคล้องกับมาตรฐานทางเทคนิคที่กำหนดไว้ โดยไม่มีข้อผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้น ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคนี้มักเน้นที่ความแน่นอนของเทคโนโลยีหรือระบบในการให้บริการที่มีความปลอดภัย รวดเร็ว และปราศจากข้อผิดพลาด ซึ่งสามารถสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า (Jiang et al., 2002)

ความประทับใจเมื่อส่งมอบ (Valence) หมายถึง การตอบสนองทางอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้รับบริการต่อความสำเร็จหรือผลลัพธ์ที่ได้รับจากการให้บริการ ความประทับใจนี้สามารถเป็นบวกหรือลบ หมายความว่า ผู้รับบริการสามารถรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ความประทับใจเมื่อส่งมอบมักจะเป็นตัวกำหนดความภักดีต่อแบรนด์ ความซื่อสัตย์ และความตั้งใจที่จะแนะนำแบรนด์หรือบริการให้กับผู้อื่น (Bagozzi et al., 1999)

งานวิจัยนี้ได้เลือกใช้ Mobile App Service Quality (MASQ) มาเป็นปัจจัยวัดคุณภาพการบริการ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค โดยผู้วิจัยไม่ได้นำปัจจัยความประทับใจเมื่อส่งมอบ เข้ามาเป็นหนึ่งในปัจจัยในการศึกษา เนื่องจากปัจจัยดังกล่าว มักจะถูกใช้ศึกษาในบริบทของการซื้อสินค้า รวมถึงงานวิจัยนี้ได้นำแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) ซึ่งมีการศึกษาปัจจัยความพึงพอใจ (Satisfaction) อยู่แล้ว

จากการศึกษางานวิจัยในอดีต พบว่ามีการนำปัจจัยคุณภาพการบริการมาศึกษาถึงผลต่อการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ดังนี้

การตอบสนอง (Responsiveness) พบว่าม้งานวิจัยของ Ezzi (2014) ที่ศึกษาผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และงานวิจัยของ Singh et al. (2020) ที่ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) รวมถึงงานวิจัยของ Nguyen et al. (2022) ที่ศึกษาผลกระทบของปัจจัยคุณภาพการบริการในการใช้งานเครื่อง Video Teller Machine (VTM) ผลการวิจัยพบว่าการตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์

ข้อมูล (Information) พบว่าม้งานวิจัยของ Lin et al. (2010) ที่ศึกษาการใช้งานโมบายล์แบงก์กิ้ง และงานวิจัยของ Andarwati and Nirwanto (2019) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศทางการบัญชี รวมถึงงานวิจัยของ Routray et al. (2019) ที่ศึกษาความตั้งใจในการใช้งานต่อเนื่องของผู้ใช้งาน โมบายล์วอลเล็ต ในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพของข้อมูลส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งาน

ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy) พบว่ามีงานวิจัยของ Abdullah and Abdullah (2016) ที่ศึกษาถึงการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งาน โมบายล์แบงก์กิ้งในประเทศมาเลเซีย และงานวิจัยของ Asadi et al. (2017) ที่ศึกษาถึงการนำ Cloud Computing มาใช้ในภาคการธนาคาร รวมถึงงานวิจัยของ Kumar et al. (2022) ที่ศึกษาความตั้งใจในการนำ Blockchain ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา ผลการวิจัยพบว่าความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งาน

การออกแบบ (Design) พบว่ามีงานวิจัยของ Lai and Ahmad (2015) ซึ่งศึกษาความตั้งใจในการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และ โมบายล์แบงก์กิ้ง ในประเทศมาเลเซีย และงานวิจัยของ Lai (2016) ที่ศึกษาความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้ Single E-payment Platform รวมถึงงานวิจัยของ Lai and Lim (2019) ที่ศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพ การออกแบบ และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้ Single E-payment Platform ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์

ประสิทธิภาพ (Performance) พบว่ามีงานวิจัยของ Lai and Lim (2019) ที่ศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพ การออกแบบ และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้ Single E-payment Platform และงานวิจัยของ Sarkam et al. (2022) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงงานวิจัยของ Orehovački et al. (2023) ที่ศึกษาถึงคุณภาพการรับรู้ของ โมบายล์แบงก์กิ้ง ในโครเอเชีย ผลการวิจัยพบว่าประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์

ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability) พบว่ามีการศึกษาของ Delone and McLean (2003) ที่ศึกษาคุณภาพของระบบ ซึ่งได้รวมถึงความน่าเชื่อถือทางเทคนิคด้วย ได้ระบุว่าคุณภาพของระบบที่ดีจะเพิ่มการรับรู้ประโยชน์และผลกระทบต่อการใช้งาน และงานวิจัยของ Gefen and Straub (2003) ที่ศึกษาความมั่นใจและความเชื่อถือในบริการอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ประกอบการที่มีระบบที่มีความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและสามารถมอบประสบการณ์ที่ไม่มีปัญหาให้กับลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงประโยชน์ของบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang and Liao (2008) ที่ศึกษาคุณภาพของระบบ ในบริบทของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (eGovernment) ผลการศึกษาแสดงว่าความน่าเชื่อถือทางเทคนิค มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบ

2.2.2 แบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)

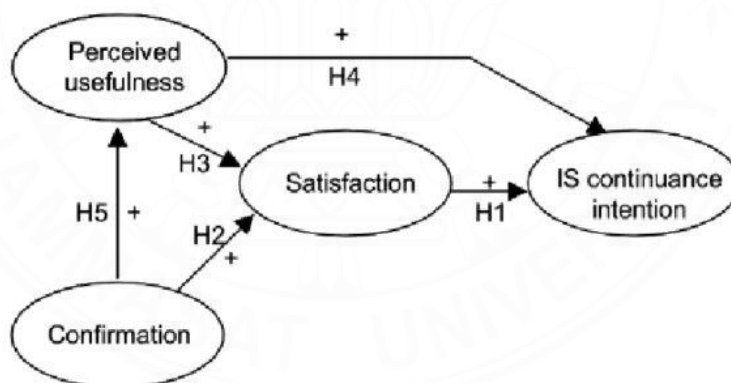
การยอมรับการใช้งานระบบสารสนเทศ นับเป็นก้าวแรกที่สำคัญในการบรรลุความสำเร็จของระบบสารสนเทศ แต่ความอยู่รอดในระยะยาวของระบบสารสนเทศและความสำเร็จขั้นสุดท้าย ขึ้นอยู่กับการใช้งานอย่างต่อเนื่องมากกว่าการใช้ครั้งแรก ซึ่งมีบทบาทอย่างมาก

ในกระบวนการทางธุรกิจในปัจจุบัน และมักจะก่อให้เกิดความล้มเหลวขององค์กร (Lyytinen & Hirschheim, 1988) การใช้งานอย่างต่อเนื่องของลูกค้านั้นมีความสำคัญ เพราะการหาลูกค้าใหม่ อาจมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการรักษาลูกค้าเดิมไว้ถึง 5 เท่า เมื่อพิจารณาจากค่าใช้จ่ายในการหาลูกค้าใหม่ การตั้งค่าบัญชีใหม่ และการเริ่มต้นของลูกค้าใหม่ในระบบสารสนเทศ (Bhattacharjee, 2001)

แบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) ถูกพัฒนาขึ้นโดย Bhattacharjee (2001) เพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้งานอย่างต่อเนื่องของระบบสารสนเทศ โดยเป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้ทั้งในมุมมองก่อนและหลังการใช้งานระบบสารสนเทศ (Lin et al., 2005) กล่าวคือ ความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention) ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบจำนวน 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation) ซึ่งหมายถึง การรับรู้ของผู้ใช้ถึงประสิทธิภาพจริงของระบบสารสนเทศนั้นมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้ และความพึงพอใจ (Satisfaction) (Bhattacharjee, 2001) ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1

แบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM)



Note. From “Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model.” by A. Bhattacharjee, 2001, *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตที่ศึกษาแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) ในอดีต พบว่างานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันและสุขภาพ รวมถึงงานวิจัยของ Wang et al. (2021)

ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าองค์ประกอบ 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation) ซึ่งหมายถึงการรับรู้ของผู้ใช้ถึงประสิทธิภาพจริงของระบบสารสนเทศนั้นมีความสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้และความพึงพอใจ (Satisfaction) ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ (Continuance intention)

2.2.2.1 การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness)

การรับรู้ถึงประโยชน์ คือ ความรู้สึกที่ผู้ใช้ที่เชื่อว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และทำให้ผู้ใช้งานมีการรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้นมากขึ้นได้ (Davis, 1989) ในบริบทธนาคารทางอินเทอร์เน็ต การรับรู้ถึงประโยชน์อาจอยู่ในการทำธุรกรรม เช่น การขอเช็ค/ตราพดท์ การส่งรายการเดินบัญชีอิเล็กทรอนิกส์รายเดือน การชำระเงินออนไลน์ ที่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพ ประหยัดเวลา และเพิ่มประสิทธิภาพของบริการ (Kesharwani & Singh Bisht, 2012) ยิ่งไปกว่านั้น ประโยชน์เหล่านี้ยังคาดว่าจะได้รับการปรับปรุงเพิ่มเติมในช่วงเวลาหนึ่งผ่านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ผู้ใช้ยังเห็นว่ามีประโยชน์มากเท่าใด ความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น (Lee, 2009)

2.2.2.2 ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพที่ผู้บริโภคหรือลูกค้ารู้สึกดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับ หรือสภาพที่มีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับจากการซื้อขายหรือการให้บริการ ความพึงพอใจนี้สามารถเกิดขึ้นจากการตรงตามหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า (Oliver, 2014) ความพึงพอใจของลูกค้าคือสิ่งที่ผู้บริโภครู้สึกเกี่ยวกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งหลังจากที่ได้ใช้งานไปแล้ว (Solomon, 1996) จะถือว่าเป็นหนึ่งในเป้าหมายเชิงกลยุทธ์หลักที่ทุกองค์กรจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ (Dabholkar, 1996) ชื่อเสียงในตลาด และความภักดีของลูกค้า (Cronin & Taylor, 1992) นำไปสู่การเพิ่มผลกำไรและการลดต้นทุน (Cooil et al., 2007) ดังนั้น สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงเมื่อต้องจัดการกับความพึงพอใจของลูกค้าคือคุณภาพการบริการ เนื่องจากความพึงพอใจมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระดับคุณภาพการบริการที่องค์กรจัดทำให้มีข้อเสนอแนะว่าคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยพื้นฐานของความพึงพอใจของลูกค้า (Yavas et al., 1997)

2.2.2.3 ความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention)

ความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance Intention) หมายถึง ความประสงค์หรือแนวโน้มของผู้ใช้งานที่จะใช้เทคโนโลยีหรือบริการต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะหลังจากได้มีประสบการณ์การใช้งานแล้วในปัจจุบัน ในบริบทของคุณภาพการบริการ ความตั้งใจนี้มักเป็นผลสะท้อนของความพึงพอใจและการรับรู้คุณภาพของบริการที่ผู้ใช้งานได้รับ (Bhattacharjee, 2001) ความพึงพอใจคือการตอบสนองต่อการคาดหวังและการยืนยันที่ผู้ใช้งาน

ได้รับจากการใช้งานสินค้าหรือบริการ เมื่อความพึงพอใจ ผู้ใช้งานมีแนวโน้มที่จะดำเนินการใช้สินค้าหรือบริการนั้นต่อไป (Oliver, 1980)

งานวิจัยนี้ได้ขยายความเข้าใจในแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) โดยนำเสนอผลกระทบที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ เนื่องจากงานวิจัยในอดีตแสดงให้เห็นว่าปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ มักจะมีผลต่อธุรกิจมากกว่าการซื้อเพียงครั้งเดียว ดังนั้น การวัดและเพิ่มความตั้งใจที่จะแนะนำของลูกค้า เป็นสิ่งที่ธุรกิจควรให้ความสำคัญด้วย (Kumar et al., 2007)

2.2.3 ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend)

ความตั้งใจที่จะแนะนำ คือ หนึ่งในตัวชี้วัดที่ใช้อธิบายความรู้สึกและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการแนะนำสินค้าหรือบริการ (Reichheld, 2003) การที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะแนะนำสินค้าหรือบริการบ่งบอกถึงความภักดีที่มีต่อแบรนด์ และความพึงพอใจในการใช้งาน (Zeithaml et al., 1996)

ปัจจัยหลายอย่างสามารถส่งผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ รวมถึงคุณภาพของสินค้า ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงาน และความรู้สึกต่อแบรนด์ (Hallowell, 1996) เมื่อประสบการณ์ของผู้บริโภคเป็นบวก พวกเขาจะแนะนำสินค้าหรือบริการให้กับผู้อื่น (Anderson, 1998)

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตที่ศึกษาปัจจัยความพึงพอใจ (Satisfaction) ที่ส่งผลปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend) พบว่ามีการวิจัยของ Izogo (2016) ที่ศึกษาความตั้งใจที่จะแนะนำธนาคารรายย่อยในเมืองทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไนจีเรีย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Mbawuni and Nimako (2016) ที่สนับสนุนว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำผู้ให้บริการด้านการเงิน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Lacap and Alfonso (2022) พบว่า ความพึงพอใจของผู้ป่วยส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำโรงพยาบาลแก่ผู้อื่น

งานวิจัยในอดีตที่ศึกษาปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง (Continuance intention) ที่ส่งผลปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend) พบว่ามีการวิจัยของ Olaru et al. (2008) ที่พบว่าความตั้งใจในการซื้อซ้ำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการแนะนำให้ผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Izogo (2016) ที่สนับสนุนว่า ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำธนาคารรายย่อยในเมืองทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไนจีเรีย นอกจากนี้ งานวิจัยของ Hartono et al. (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานต่อเนื่องของผู้ใช้และความตั้งใจที่จะแนะนำการแพทย์ทางไกลผ่านมือถือ พบว่า ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำการแพทย์ทางไกลผ่านมือถือ

ตารางที่ 2.2

สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Mobile App Service Quality: MASQ)

ลำดับ	ทฤษฎี/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	RES > PU	INFO > PU	SP > PU	DES > PU	PERF > PU	TR > PU	MASQ > CF
1	Delone and McLean (2003)						✓	
2	Gefen and Straub (2003)						✓	
3	Wang and Liao (2008)						✓	
4	Lin et al. (2010)		✓					
5	Ezzi (2014)	✓						
6	Lai and Ahmad (2015)				✓			
7	Lai (2016)				✓			
8	Abdullah and Abdullah (2016)			✓				
9	Oghuma et al. (2016)							✓
10	Asadi et al. (2017)			✓				
11	Yu et al. (2018)							✓
12	Andarwati and Nirwanto (2019)		✓					
13	Routray et al. (2019)		✓					
14	Lai and Lim (2019)				✓	✓		
15	Singh et al. (2020)	✓						
16	Shao et al. (2020)							✓
17	Nguyen et al. (2022)	✓		✓				
18	Sarkam et al. (2022)					✓		
19	Kumar et al. (2022)			✓				
20	Orehovački et al. (2023)					✓		

ตารางที่ 2.3

สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยตามทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Expectation – Confirmation Model และ Intention to Recommend)

ลำดับ	ทฤษฎี/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ECM	SAT > RI	CI > RI
1	Olaru et al. (2008)			✓
2	Izogo (2016)		✓	✓
3	Mbawuni and Nimako (2016)		✓	
4	C.C and Prathap (2020)	✓		
5	Chiu et al. (2021)	✓		
6	Wang et al. (2021)	✓		
7	Hartono et al. (2021)			✓
8	Lacap and Alfonso (2022)		✓	

บทที่ 3

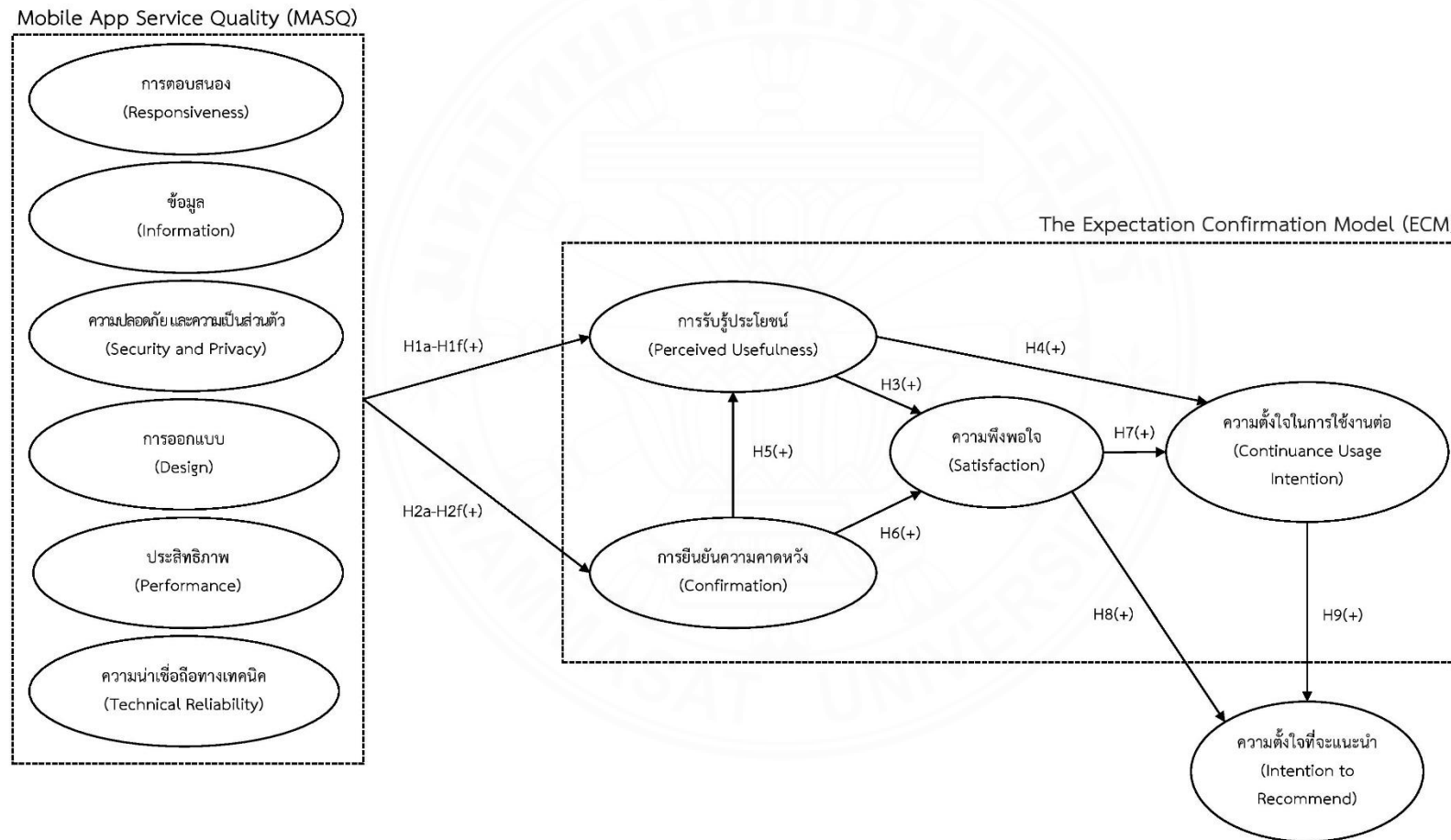
กรอบการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบการวัดค่าตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) ประกอบด้วย การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ การยืนยันความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ ในแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) และขยายความเข้าใจในแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) โดยนำเสนอผลกระทบที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ เพื่ออธิบายถึงผลของความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งานต่อที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ ทำให้ได้กรอบแนวคิดการวิจัยถึงปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ดังแสดงในภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1

กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีไอซี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์



3.2 นิยามศัพท์

3.2.1 การตอบสนอง (Responsiveness)

การตอบสนอง หมายถึง การส่งมอบบริการที่ตรงเวลา การเปิดเผยข้อมูลหรือคำแนะนำต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว และความพร้อมในการช่วยเสริมสร้างความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาหรือคำถามของลูกค้า (Parasuraman et al., 1988) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.2.2 ข้อมูล (Information)

ข้อมูล หมายถึง ข้อมูล รายละเอียด หรือสารสนเทศที่มีคุณภาพ ซึ่งสามารถสื่อสารให้คำแนะนำ หรือแนะนำลูกค้าในการตัดสินใจและใช้บริการ (Zeithaml, 2000) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.2.3 ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy)

ความปลอดภัย หมายถึง การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าว่าการทำธุรกรรมหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นไปอย่างปลอดภัย และไม่มีภัยคุกคามต่อข้อมูลหรือสิทธิส่วนบุคคล (Liu et al., 2008) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.2.4 การออกแบบ (Design)

การออกแบบ หมายถึง การสร้างและวางระเบียบข้อมูล ฟังก์ชัน และการทำงานของบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (Bitner, 1992) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.2.5 ประสิทธิภาพ (Performance)

ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถของบริการในการส่งมอบผลลัพธ์ตามที่ได้ตกลงหรือคาดหวัง ด้วยความสอดคล้องและความแม่นยำ ประสิทธิภาพของบริการเกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าผ่านการให้บริการที่มีคุณภาพ (Parasuraman et al., 1988) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.2.6 ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability)

ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค หมายถึง ความสามารถของระบบ เทคโนโลยี หรือวิธีการในการทำงานอย่างต่อเนื่อง แม่นยำ และสอดคล้องกับมาตรฐานทางเทคนิคที่กำหนดไว้ โดยไม่มีข้อผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้น ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคเน้นที่ความแน่นอนของเทคโนโลยีหรือระบบในการให้บริการที่มีความปลอดภัย รวดเร็ว และปราศจากข้อผิดพลาด (Jiang et al., 2002) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.2.7 การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)

การรับรู้ประโยชน์ หมายถึง ระดับที่บุคคลเชื่อว่าการใช้งานของระบบจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถในการทำสิ่งนั้น ๆ ได้ (Davis, 1989) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.2.8 การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation)

การยืนยันความคาดหวัง หมายถึง การประเมินและการยืนยันของลูกค้ำว่า ประสิทธิภาพของบริการที่พวกเขาได้รับจริง ๆ นั้นตรงกับความคาดหวังหรือไม่ (Oliver, 1980) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.2.9 ความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจและความสุขของลูกค้ำต่อประสิทธิภาพ และคุณภาพของบริการที่พวกเขาได้รับ ความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์และประสิทธิภาพของบริการ ทำให้ลูกค้ำรู้สึกถูกพึงพอใจ และเป็นไปตามความคาดหวังหรือมากกว่านั้น (Oliver, 1997) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.2.10 ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (Continuance Usage Intention)

ความตั้งใจในการใช้งานต่อ หมายถึง ความต้องการหรือแนวโน้มของลูกค้ำหรือผู้ใช้งานในการต่อเนื่งการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ในอนาคต (Bhattacharjee, 2001) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.2.11 ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend)

ความตั้งใจที่จะแนะนำ หมายถึง แนวโน้มหรือความเต็มใจของลูกค้ำที่จะแนะนำบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นให้กับผู้อื่น ความตั้งใจนี้สะท้อนถึงความพึงพอใจ ความเชื่อถือ และประสิทธิภาพที่พบจากการใช้บริการ และมักถูกนำมาใช้อธิบายการกระจายข้อมูลของผู้บริโภคแบบปากต่อปาก ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำคนอื่น ๆ (Zeithaml et al., 1996) ซึ่งในงานวิจัยนี้ หมายถึง ในบริบทของการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.3 สมมติฐานงานวิจัย

3.3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองและการรับรู้ประโยชน์

งานวิจัยของ Ezzi (2014) แสดงให้เห็นว่า การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Singh et al. (2020) ที่แสดงให้เห็นว่า การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen et al. (2022) ที่สนับสนุนว่า

การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเครื่อง Video Teller Machine (VTM) จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 1a (H1a): การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน

3.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและการรับรู้ประโยชน์

งานวิจัยของ Lin et al. (2010) แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของข้อมูล ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน โมบายล์แบงก์กิ้ง ผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Andarwati and Nirwanto (2019) ที่แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของข้อมูล ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Routray et al. (2019) ที่แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของข้อมูล ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งาน โมบายล์วอลเล็ต ในประเทศอินเดีย จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 1b (H1b): ข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน

3.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ประโยชน์

งานวิจัยของ Abdullah and Abdullah (2016) แสดงให้เห็นว่า ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งาน โมบายล์แบงก์กิ้ง ในประเทศมาเลเซีย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Asadi et al. (2017) ที่แสดงให้เห็นว่า ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของการนำ Cloud Computing มาใช้ในภาคการธนาคาร รวมถึงงานวิจัยของ Kumar et al. (2022) ที่แสดงให้เห็นว่า ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของความตั้งใจในการนำ Blockchain ไปใช้ในระดับอุดมศึกษา จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 1c (H1c): ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน

3.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบและการรับรู้ประโยชน์

งานวิจัยของ Lai and Ahmad (2015) พบว่า การออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และ โมบายล์แบงก์กิ้ง ในประเทศมาเลเซีย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lai (2016) ที่ศึกษาปัจจัยด้านความปลอดภัยและการออกแบบที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้ Single E-payment Platform พบว่า การออกแบบมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการรับรู้ประโยชน์ รวมถึงงานวิจัยของ Lai and Lim (2019) ที่ศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพ

การออกแบบ และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้ Single E-Payment Platform พบว่าการออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 1d (H1d): การออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพและการรับรู้ประโยชน์

งานวิจัยของ Lai and Lim (2019) ที่ศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพ การออกแบบ และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้ Single E-payment Platform พบว่า ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarkam et al. (2022) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ รวมถึงงานวิจัยของ Orehovački et al. (2023) ที่ศึกษาถึงคุณภาพการรับรู้ของ โมบายล์แบงก์กิ้ง ในประเทศโครเอเชีย ซึ่งพบว่า ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์เช่นกัน จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 1e (H1e): ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.3.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและการรับรู้ประโยชน์

จากการศึกษาของ DeLone and McLean (2003) ที่ศึกษาคุณภาพของระบบ ซึ่งได้รวมถึงความน่าเชื่อถือทางเทคนิคด้วย ได้ระบุว่าคุณภาพของระบบที่ดีจะเพิ่มการรับรู้ประโยชน์ และผลกระทบต่อการใช้งาน และงานวิจัยของ Gefen and Straub (2003) ที่ศึกษาความมั่นใจและความเชื่อถือในบริการอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ประกอบการที่มีระบบที่มีความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและสามารถมอบประสบการณ์ที่ไม่มีปัญหาให้กับลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงประโยชน์ของบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang and Liao (2008) ที่ศึกษาคุณภาพของระบบ ในบริบทของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (eGovernment) ผลการศึกษาแสดงว่าความน่าเชื่อถือทางเทคนิค มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 1f (H1f): ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

3.3.7 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและการยืนยันความคาดหวัง

งานวิจัยของ Oghuma et al. (2016) แสดงให้เห็นว่า การรับรู้คุณภาพการบริการ ส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้งานโปรแกรมแชทส่งข้อความทันทีเช่นเดียวกับงานวิจัยของ Yu et al. (2018) ที่แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังของลูกค้าร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurants) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Shao et al. (2020) ที่สนับสนุนว่า คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้งานระบบจักรยานสาธารณะ (Bicycle Sharing) จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 2a (H2a): การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

สมมติฐาน 2b (H2b): ข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

สมมติฐาน 2c (H2c): ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

สมมติฐาน 2d (H2d): การออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

สมมติฐาน 2e (H2e): ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

สมมติฐาน 2f (H2f): ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.3.8 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจ

งานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปฟิตเนสและสุขภาพ พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 3 (H3): การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.3.9 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความตั้งใจในการใช้งานต่อ

งานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปฟิตเนสและสุขภาพ พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วง

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 4 (H4): การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ

3.3.10 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและการรับรู้ประโยชน์

งานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันและสุขภาพ พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์เช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 5 (H5): การยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.3.11 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและความพึงพอใจ

งานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันและสุขภาพ พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐาน 6 (H6): การยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

3.3.12 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งานต่อ

งานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันและสุขภาพ พบว่าความพึงพอใจ

ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

*สมมติฐาน 7 (H7): ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน
จีเอชบี ออล เจนต่อ*

3.3.13 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะแนะนำ

งานวิจัยของ Izogo (2016) พบว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำธนาคารรายย่อยในเมืองทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไนจีเรีย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Mbawuni and Nimako (2016) ที่สนับสนุนว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำผู้ให้บริการด้านการเงิน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Lacap and Alfonso (2022) พบว่าความพึงพอใจของผู้ป่วยส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำโรงพยาบาลแก่ผู้อื่น จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

*สมมติฐาน 8 (H8): ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ
แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน*

3.3.14 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการใช้งานต่อและความตั้งใจที่จะแนะนำ

งานวิจัยของ Olaru et al. (2008) พบว่าความตั้งใจในการซื้อซ้ำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการแนะนำให้ผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Izogo (2016) ที่สนับสนุนว่า ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำธนาคารรายย่อยในเมืองทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไนจีเรีย นอกจากนี้ งานวิจัยของ Hartono et al. (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานต่อเนื่องของผู้ใช้และความตั้งใจที่จะแนะนำการแพทย์ทางไกลผ่านมือถือ พบว่า ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำการแพทย์ทางไกลผ่านมือถือ จึงนำไปสู่สมมติฐาน ดังนี้

*สมมติฐาน 9 (H9): ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะ
แนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน*

บทที่ 4

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง และนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน โดยมีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้จะเป็นกลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทางผู้วิจัยจึงได้ทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ค่าอำนาจในการทดสอบ (Power Analysis) โดยมีการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power Version 3.1 (Faul et al. 2007) มาเป็นเครื่องมือ ในการคำนวณ ซึ่งกำหนดตามหลักสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งทำการกำหนดค่าพารามิเตอร์ ดังนี้

f^2 คือ ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เป็นค่าสถิติที่ใช้บอกขนาดความต่างเมื่อผลการทดสอบสมมติฐานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกำหนดที่ระดับกลาง 0.15

α คือ ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Level of Significant) หรือความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบ (Error Probability) โดยกำหนดที่ระดับ 0.05 ($\alpha = 0.05$) เท่ากับระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

$1-\beta$ คือ ค่าอำนาจการทดสอบ (Power of Test) โดยกำหนดให้ผลต่างของความผิดพลาดเท่ากับ 0.05 และค่าความน่าจะเป็นในการตัดสินใจที่ถูกต้อง = 0.95 ($1-\beta = 0.95$)

จำนวนตัวแปร (Number of Predictor) 11 ตัวแปร

ดังนั้น ผลจากการคำนวณจากโปรแกรมสำเร็จรูป ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 178 ราย เพื่อป้องกันความผิดพลาดในกรณีตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างขึ้นร้อยละ 20 ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 214 ราย

4.2 เครื่องมือเพื่อการวิจัย

งานวิจัยเลือกการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางช่องทางออนไลน์ โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ และทัศนคติในการใช้งาน โดยคำถามมีลักษณะเป็นนามบัญญัติ (Nominal Scale) แบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค การรับรู้ประโยชน์ การยืนยันความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความตั้งใจในการใช้งานต่อ และความตั้งใจที่จะแนะนำ โดยมีการใช้มาตราวัด 5 ระดับ (Five-Point Likert Scale) ได้แก่

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลลักษณะบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และข้อมูล รวมทั้งความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยมีลักษณะคำถามเป็นนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list)

รายละเอียดคำถามเพื่อวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1

คำถามเพื่อวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ของงานวิจัย

การตอบสนอง (Responsiveness)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
RES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้การตอบกลับที่รวดเร็วหากธุรกรรมของท่านไม่สำเร็จ (เช่น ไม่สามารถดำเนินการได้ โปรดติดต่อสาขา)	ดัดแปลงจาก Sharma and Malviya (2011)
RES2	หากมีข้อผิดพลาด หรือไม่สามารถทำการได้ แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จะแก้ไขให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว (เช่น การคืนเงินกลับเข้าบัญชี หรือการปิดและเปิดแอปพลิเคชันใหม่โดยอัตโนมัติ)	
RES3	ท่านคิดว่าธนาคารจะแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การแจ้งเตือนผู้ใช้งาน การปิดปรับปรุงระบบ หรือการอัปเดตเวอร์ชัน)	
RES4	ท่านคิดว่าธนาคารจะสามารถแนะนำได้ว่าต้องทำอะไร หากธุรกรรมของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทำไม่สำเร็จ	ดัดแปลงจาก Mir et al. (2023)
ข้อมูล (Information)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
INFO1	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	ดัดแปลงจาก Routray et al. (2019)
INFO2	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถเข้าใจได้ง่าย	
INFO3	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน น่าสนใจ	
INFO4	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เชื่อถือได้	
INFO5	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความครบถ้วนสมบูรณ์	

ตารางที่ 4.1

คำถามเพื่อวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ของงานวิจัย (ต่อ)

ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
SP1	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลบัญชีของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	ดัดแปลงจาก Routray et al. (2019)
SP2	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเงินในบัญชีธนาคารของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	
SP3	ท่านคิดว่าท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างปลอดภัย โดยปราศจากความกังวล	
SP4	ท่านคิดว่าธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	ดัดแปลงจาก Asadi et al. (2017)
SP5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของฉันทับบุคคลอื่น	ดัดแปลงจาก Benazic (2023)
การออกแบบ (Design)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
DES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่เป็นระเบียบ (เช่น รายการธุรกรรม เมนู การจัดวางไอคอน ฯลฯ)	ดัดแปลงจาก Yoon (2010)
DES2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย	
DES3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่น่าใช้งาน	
DES4	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความสวยงาม	ดัดแปลงจาก Benazic (2023)
DES5	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้รับการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญมาเป็นอย่างดี	

ตารางที่ 4.1

คำถามเพื่อวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ของงานวิจัย (ต่อ)

ประสิทธิภาพ (Performance)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
PERF1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีรายการธุรกรรมทางการเงินที่ครบถ้วน และตรงกับความต้องการของท่าน	ดัดแปลงจาก นันทิกกร แก้วพัฒนสกุล (2562)
PERF2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน แสดงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	
PERF3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ	ดัดแปลงจาก Maria Correia Loureiro et al. (2014)
PERF4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถปรับแต่งหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของท่านได้ (เช่น การตั้งค่ารายการโปรด การจัดการบัญชี การตั้งค่าวงเงิน เป็นต้น)	
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
TR1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค (เช่น ระบบมีความเสถียร)	ดัดแปลงจาก Mutambik (2023)
TR2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมให้สำเร็จได้ตามที่ท่านต้องการ	ดัดแปลงจาก Benazic (2023)
TR3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมได้ถูกต้อง	
TR4	ท่านคิดว่าธนาคารจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดทางเทคนิคทุกประเภท (เช่น ระบบล่ม แอปพลิเคชันไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ แอปพลิเคชันไม่แจ้งเตือนหรือแจ้งเตือนไม่ถูกต้อง หรือการหักเงินจากบัญชีผิดจากที่ระบุ เป็นต้น) ระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ดัดแปลงจาก Rabaa'i and AlMaati (2021)
TR5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถใช้งานได้ตามปกติ ตลอดเวลา	ดัดแปลงจาก Mutambik (2023)

ตารางที่ 4.1

คำถามเพื่อวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ของงานวิจัย (ต่อ)

การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
PU1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการเงินของท่าน (เช่น การโอนเงิน การรับเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการรายรับรายจ่าย)	ดัดแปลงจาก Singh et al. (2020)
PU2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	ดัดแปลงจาก Routray et al. (2019)
PU3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยให้ท่านเข้าถึงบริการที่หลากหลาย	
PU4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันของท่าน	ดัดแปลงจาก Nguyen (2020)
การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
CF1	การใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของท่าน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	ดัดแปลงจาก Rahi et al. (2021)
CF2	ท่านคิดว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูลความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	
CF3	ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	ดัดแปลงจาก Alnaser et al. (2023)
ความพึงพอใจ (Satisfaction)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
SAT1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ดัดแปลงจาก Rahi et al. (2023)
SAT2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	

ตารางที่ 4.1

คำถามเพื่อวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ ของงานวิจัย (ต่อ)

ความพึงพอใจ (Satisfaction)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
SAT3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ดัดแปลงจาก Rahi et al. (2023)
ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (Continuance Usage Intention)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
CI1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ	ดัดแปลงจาก Routray et al. (2019)
CI2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ใน ชีวิตประจำวันเสมอ	ดัดแปลงจาก Rahi et al. (2021)
CI3	ท่านวางแผนที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส	
CI4	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไป แทนการใช้บริการทางการเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)	ดัดแปลงจาก Bhattacharjee (2001)
ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend)		
ตัวแปร	คำถาม	ที่มา
RI1	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับคนรอบข้าง	ดัดแปลงจาก Rahi et al. (2023)
RI2	ท่านจะพูดในแง่ดีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับผู้อื่น	ดัดแปลงจาก Maria Correia Loureiro et al. (2014)
RI3	ท่านจะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน หากมีคน ขอคำแนะนำจากท่าน	
RI4	ฉันจะสนับสนุนให้เพื่อนและครอบครัวของท่านให้ใช้งาน แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	

4.3 การออกแบบการวิจัย

งานวิจัยนี้ ใช้แบบสอบถามในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจัดเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) และเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยเริ่มจัดส่งแบบสอบถามตั้งแต่ เดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลประมาณ 3 เดือน

4.4 การวิเคราะห์ความตรงและความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล จำเป็นต้องมีการทดสอบเครื่องมือเบื้องต้น เพื่อให้การเก็บข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 การทดสอบ ดังนี้

4.4.1 การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity)

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งมีความชำนาญในการทำวิจัย พิจารณาเพื่อตรวจสอบเนื้อหาในแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถามและผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ เพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจน และครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

จากนั้นทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อดูการจัดกลุ่มของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน และกำหนดน้ำหนักตัวแปรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) งานวิจัยนี้ใช้สถิติ Principal Component โดยการหมุนแกนในลักษณะของ Varimax Rotation โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 (Hair et al., 2006) หากพบข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำกว่า 0.5 จะพิจารณาตัดข้อคำถามออก

4.4.2 การตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามเบื้องต้นจำนวน 30 ชุด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ทำการทดสอบในแต่ละข้อคำถาม เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของคำถามในแต่ละตัวแปร ก่อนการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

งานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชไม่น้อยกว่า 0.7 ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยแบบ Basic Research (Sekaran & Bougie, 2010) หากพบข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชต่ำกว่า 0.7 จะทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม

ให้เหมาะสม แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงจากแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4.5 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่นำมาใช้

หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ จะนำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ทราบคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Means) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) บรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งใช้ในการนำเสนอข้อมูลสำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย และส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.5.2 การสอบทานข้อสมมติทางสถิติ

ผู้วิจัยทำการสอบทานข้อมูล โดยสอบทานข้อมูลที่ขาดหายไป (Missing Data) และวิเคราะห์ค่าแจกแจงแบบปกติ (Normality Test) ซึ่งเป็นการสอบทานการกระจายข้อมูลแบบปกติในตัวแปรหนึ่ง ๆ (Univariate Outlier) ตรวจสอบค่าความเบ้ (Skewness) ที่มีค่ามากกว่า +3 หรือน้อยกว่า -3 เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ด้วยการใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency)

4.5.3 การทดสอบสมมติฐานทางการวิจัย (Regression Analysis)

สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนั้นทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์สำหรับหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีมากกว่า 1 ตัว กับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อนำข้อมูลไปใช้สำหรับอธิบายถึงอิทธิพลที่เกิดขึ้นกับตัวแปรตาม มาใช้ในการพยากรณ์ค่าตัวแปรตามจากตัวแปรอิสระ โดยงานวิจัยนี้ใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5 เป็นตัวกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significant Level)

บทที่ 5

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ จากการใช้แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้จำนวน 278 ตัวอย่าง พบว่ามีจำนวน 3 ตัวอย่าง ที่ไม่ผ่านคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ส่งผลให้เหลือกลุ่มตัวอย่างจำนวน 275 ตัวอย่าง โดยมีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผลได้ ดังนี้

5.1 การตรวจสอบความตรงความเที่ยงของแบบสอบถาม (Pretest)

ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงความตรงของเนื้อหา และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วจัดเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 30 ราย โดยผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรง ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) พบว่าค่าสถิติผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์ที่กำหนดไว้ แสดงรายละเอียดที่ภาคผนวก ฉ

5.2 การสอบทานความถูกต้องของข้อมูล (Screening data)

5.2.1 การสอบทานคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ดังนั้นจึงมีการใช้คำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 278 ชุด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ผ่านเกณฑ์คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างตามงานวิจัย จำนวนทั้งสิ้น 275 ชุด

5.2.2 การทดสอบการกระจายตัวของข้อมูลและการตรวจสอบความโด่ง

การสอบทานการกระจายของข้อมูลด้วยสถิติการแจกแจงความถี่ โดยใช้การวิเคราะห์ Skewness เพื่อตรวจสอบความเบ้ของข้อมูล ที่มีค่าน้อยกว่า -3 หรือมากกว่า $+3$ ผลจากการทดสอบไม่มีข้อมูลที่มีค่าน้อยกว่า -3 และมากกว่า 3 และใช้การวิเคราะห์ความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) ที่ต้องมีค่าเท่ากับ 0 แต่ผลจากการทดสอบมีข้อมูลบางส่วนใกล้เคียง 0 ทางผู้วิจัยจึงยังคง

ใช้ตัวแปรนี้เพื่อทำการทดสอบทางสถิติในขั้นตอนต่อไป (รายละเอียดลักษณะการกระจายของข้อมูล แสดงในภาคผนวก ข)

5.3 การประเมินความตรงและความเที่ยงของแบบสอบถาม

5.3.1 การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity)

การทดสอบความตรงของแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ ใช้การตรวจสอบด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบแบบการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และใช้วิธีหมุนแกนแบบ Varimax Rotation ซึ่งมีการกำหนดค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปรต้องมีค่ามากกว่า 0.5 (Hair et al., 2006)

ทั้งนี้ จากการที่ผู้วิจัยได้นำทุกข้อคำถามมาวิเคราะห์องค์ประกอบร่วมกันด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis หรือ EFA) พบว่าบางข้อคำถามไม่สามารถจับกลุ่มปัจจัย ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์องค์ประกอบแยกตามกลุ่มปัจจัยตัวแปรอิสระและกลุ่มปัจจัยตัวแปรตาม โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ออกเป็น 3 ส่วน ตามกรอบแนวคิดการวิจัย (รายละเอียดการวิเคราะห์ผลทางสถิติแสดงในภาคผนวก ค)

5.3.2 การตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability)

งานวิจัยนี้ทำการตรวจสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) โดยใช้เกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชไม่น้อยกว่า 0.7 ซึ่งถือเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยแบบ Basic Research (Sekaran & Bougie, 2010) จากผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของทุกตัวแปรในงานวิจัยนี้มีค่ามากกว่า 0.7 ดังแสดงในตารางที่ 5.1 และรายละเอียดของตัวแปรในแต่ละกลุ่มปัจจัยแสดงในภาคผนวก ง แสดงให้เห็นว่าตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 5.1

การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha)

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	N of Item
การตอบสนอง	0.990	4
ข้อมูล	0.991	5
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว	0.986	5
การออกแบบ	0.707	5

ตารางที่ 5.1

การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha) (ต่อ)

ตัวแปร	Cronbach's Alpha	N of Item
ประสิทธิภาพ	0.991	4
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค	0.714	5
การรับรู้ประโยชน์	0.903	4
การยืนยันความคาดหวัง	0.748	3
ความพึงพอใจ	0.628	3
ความตั้งใจในการใช้งานต่อ	0.880	4
ความตั้งใจที่จะแนะนำ	0.826	4

5.4 การสอบทานความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation)

การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทั้ง 11 ตัวแปร มีค่าสหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรไม่เกิน 0.75 และได้ทำการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) จากวิธีองค์ประกอบการขยายความแปรปรวน (Variance inflation factor: VIF) หากมีค่ามากกว่า 10 แสดงว่ามีสหสัมพันธ์ของตัวแปรทำนายนามาก หรือมีภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรงสูง และ ค่า Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 หากค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity จากการทดสอบพบว่า ค่า Variance inflation factor ของแต่ละตัวแปรไม่ค่าไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ของแต่ละตัวแปรไม่ค่าไม่เข้าใกล้ศูนย์ (Hair, 2011) ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การทดสอบ ไม่มีภาวะค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์มากเกินไป (รายละเอียดการวิเคราะห์ผลทางสถิติแสดงในภาคผนวก จ)

5.5 สรุปค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัววัด

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัยสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชและค่าความแปรปรวนของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัย

ตัววัด	Mean	Std Deviation	Factor Loading
การตอบสนอง (Responsiveness)			
(% of variance = 7.897, Cronbach's alpha = 0.990)			
RES1 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ให้การตอบกลับที่รวดเร็วหากธุรกรรมของท่านไม่สำเร็จ (เช่น ไม่สามารถดำเนินการได้ โปรดติดต่อสาขา)	4.00	0.712	0.970
RES2 หากมีข้อผิดพลาด หรือไม่สามารถทำรายการได้ แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน จะแก้ไขให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว (เช่น การคืนเงินกลับเข้าบัญชี หรือการปิดและเปิดแอปพลิเคชันใหม่โดยอัตโนมัติ)	4.00	0.715	0.963
RES3 ท่านคิดว่าธนาคารจะแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การแจ้งเตือนผู้ใช้งาน การปิดปรับปรุงระบบ หรือการอัปเดตเวอร์ชัน)	4.01	0.715	0.968
RES4 ท่านคิดว่าธนาคารจะสามารถแนะนำได้ว่าต้องทำอะไร หากธุรกรรมของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ทำไม่สำเร็จ	4.01	0.712	0.959
ข้อมูล (Information)			
(% of variance =9.495, Cronbach's alpha = 0.991)			
INFO1 ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	4.15	0.628	0.951

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชและค่าความแปรปรวนของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ตัววัด	Mean	Std Deviation	Factor Loading
INFO2 ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถเข้าใจได้ง่าย	4.14	0.630	0.956
INFO3 ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน น่าสนใจ	4.13	0.626	0.958
INFO4 ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เชื่อถือได้	4.14	0.624	0.956
INFO5 ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความครบถ้วนสมบูรณ์	4.15	0.630	0.940
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy) (% of variance = 8.536, Cronbach's alpha = 0.986)			
SP1 ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลบัญชีของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	4.20	0.606	0.942
SP2 ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเงินในบัญชีธนาคารของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	4.22	0.601	0.954
SP3 ท่านคิดว่าท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างปลอดภัย โดยปราศจากความกังวล	4.21	0.611	0.953

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชและค่าความแปรปรวนของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ตัววัด	Mean	Std Deviation	Factor Loading
SP4 ท่านคิดว่าธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในแอปพลิเคชันจีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	4.16	0.593	0.918
SP5 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของฉันทับบุคคลอื่น	4.23	0.592	0.929
การออกแบบ (Design) (% of variance = 4.547, Cronbach's alpha = 0.707)			
DES1 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่เป็นระเบียบ (เช่น รายการธุรกรรม เมนู การจัดวางไอคอน ฯลฯ)	4.12	0.681	0.612
DES2 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย	4.13	0.634	0.696
DES3 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่น่าใช้งาน	4.12	0.619	0.712
DES4 ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความสวยงาม	4.11	0.586	0.696
DES5 ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้รับการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญมาเป็นอย่างดี	4.12	0.619	0.673

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชและค่าความแปรปรวนของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ตัววัด	Mean	Std Deviation	Factor Loading
ประสิทธิภาพ (Performance) (% of variance = 6.163, Cronbach's alpha = 0.991)			
PERF1 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีรายการธุรกรรมทางการเงินที่ครบถ้วน และตรงกับความต้องการของท่าน	4.14	0.630	0.940
PERF2 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน แสดงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	4.13	0.634	0.949
PERF3 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ	4.13	0.624	0.960
PERF4 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถปรับแต่งหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของท่านได้ (เช่น การตั้งค่ารายการโปรด การจัดการบัญชี การตั้งค่าวงเงิน เป็นต้น)	4.13	0.629	0.958
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability) (% of variance = 4.045, Cronbach's alpha = 0.714)			
TR1 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค (เช่น ระบบมีความเสถียร)	4.20	0.590	0.592
TR2 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมให้สำเร็จได้ตามที่ท่านต้องการ	4.19	0.594	0.687
TR3 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมได้ถูกต้อง	4.17	0.609	0.639

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชและค่าความแปรปรวนของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ตัววัด	Mean	Std Deviation	Factor Loading
TR4 ท่านคิดว่าธนาคารจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดทางเทคนิคทุกประเภท (เช่น ระบบล่ม แอปพลิเคชันไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ แอปพลิเคชันไม่แจ้งเตือนหรือแจ้งเตือนไม่ถูกต้อง หรือการหักเงินจากบัญชีผิดจากที่ระบุ เป็นต้น) ระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเงิน	4.23	0.547	0.655
TR5 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเงิน สามารถใช้งานได้ตามปกติ ตลอดเวลา	4.11	0.603	0.655
การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) (% of variance = 3.790, Cronbach's alpha = 0.903)			
PU1 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเงิน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการเงินของท่าน (เช่น การโอนเงิน การรับเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการรายรับรายจ่าย)	4.16	0.523	0.837
PU2 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเงิน ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	4.21	0.544	0.891
PU3 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเงิน ช่วยให้ท่านเข้าถึงบริการที่หลากหลาย	4.22	0.570	0.698
PU4 ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเงิน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันของท่าน	4.20	0.573	0.898

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชและค่าความแปรปรวนของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ตัววัด	Mean	Std Deviation	Factor Loading
การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation) (% of variance = 1.899, Cronbach's alpha = 0.748)			
CF1 การใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของท่าน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	4.19	0.572	0.570
CF2 ท่านคิดว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	4.21	0.571	0.870
CF3 ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	4.20	0.547	0.881
ความพึงพอใจ (Satisfaction) (% of variance = 1.869, Cronbach's alpha = 0.628)			
SAT1 ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	4.31	0.551	0.764
SAT2 ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	4.24	0.578	0.706
SAT3 ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	4.18	0.670	0.662
ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (Continuance Usage Intention) (% of variance = 3.768, Cronbach's alpha = 0.880)			
CI1 ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ	4.21	0.553	0.865

ตารางที่ 5.2

ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชและค่าความแปรปรวนของเครื่องมือวัดที่ใช้ในแต่ละปัจจัย (ต่อ)

ตัววัด	Mean	Std Deviation	Factor Loading
CI2 ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ในชีวิตประจำวันเสมอ	4.20	0.547	0.585
CI3 ท่านวางแผนที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส	4.24	0.622	0.899
CI4 ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไปแทนการใช้บริการทางการเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)	4.28	0.537	0.881
ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend) (% of variance = 3.455, Cronbach's alpha = 0.826)			
RI1 ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับคนรอบข้าง	4.23	0.557	0.908
RI2 ท่านจะพูดในแง่ดีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับผู้อื่น	4.22	0.596	0.592
RI3 ท่านจะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน หากมีคนขอคำแนะนำจากท่าน	4.24	0.567	0.896
RI4 ฉันจะสนับสนุนให้เพื่อนและครอบครัวของท่านให้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	4.23	0.570	0.675

5.6 วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

5.6.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยมีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน รวมทั้งความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ดังแสดงในตารางที่ 5.3 พบว่า งานวิจัยนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน

275 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.73 มีช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.27 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.64 และมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อยู่ 1 – 5 ครั้งต่อสัปดาห์เป็นส่วนใหญ่

ตารางที่ 5.4 – 5.5 เป็นคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่ใช้บริการ และวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากมากที่สุด จำนวน 267 คน รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อ จำนวน 158 คน และผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ จำนวน 157 คน โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จำนวนมากที่สุด 3 อันดับ คือ ลดปัญหาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 91.64 สามารถทำธุรกรรมได้ง่ายด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 77.09 และไม่ต้องรอคิวรับบริการ คิดเป็นร้อยละ 76

ตารางที่ 5.6 – 5.7 เป็นคำถามเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินที่ใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน และธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ที่ต้องการให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์พัฒนาและปรับปรุง พบว่าธุรกรรมทางการเงินที่กลุ่มตัวอย่างใช้งานจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ คือ การโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 92.73 การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี คิดเป็นร้อยละ 90.55 และการชำระเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 50.91 โดยมีธุรกรรมทางการเงินที่ต้องการให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์พัฒนาและปรับปรุงจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ คือ การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี คิดเป็นร้อยละ 29.82 การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ คิดเป็นร้อยละ 29.82 และการโอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 26.91

ตารางที่ 5.8 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่าช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุด 3 อันดับ คือ สื่อสังคมออนไลน์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 52.73 การประชาสัมพันธ์โดยเจ้าหน้าที่ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 50.91 และเว็บไซต์ของธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 36.73

ตารางที่ 5.3

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	97	35.27
หญิง	178	64.73
รวม	275	100.00

ตารางที่ 5.3

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
20 – 30 ปี	25	9.09
31 – 40 ปี	196	71.27
41 – 50 ปี	50	18.18
51 – 60 ปี	4	1.45
รวม	275	100.00
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	0.73
ปริญญาตรี	232	84.36
ปริญญาโท	40	14.55
สูงกว่าปริญญาโท	1	0.36
รวม	275	100.00
อาชีพ		
พนักงานเอกชน	175	63.64
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	96	34.91
นักเรียน/นักศึกษา	3	1.09
เจ้าของกิจการ	1	0.36
รวม	275	100.00
ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน		
1 – 5 ครั้ง/สัปดาห์	130	47.27
6 - 10 ครั้ง/สัปดาห์	111	40.36
11 - 15 ครั้ง/สัปดาห์	18	6.55
มากกว่า 16 ครั้ง/สัปดาห์	16	5.82
รวม	275	100.00

ตารางที่ 5.4

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ท่านใช้บริการในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ท่านใช้บริการในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
เงินฝาก	267	97.07
สินเชื่อ	158	57.45
สลากออมทรัพย์	157	57.09

ตารางที่ 5.5

วัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

วัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	จำนวน	ร้อยละ
ลดปัญหาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร	252	91.64
ไม่ต้องรอคิวรับบริการ	209	76.00
สามารถทำธุรกรรมได้ง่ายด้วยตนเอง	212	77.09
ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรม	126	45.82
ต้องการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน	57	20.73
ทำธุรกรรมที่ไม่สามารถทำได้ที่สาขาของธนาคาร	29	10.55

ตารางที่ 5.6

ธุรกรรมทางการเงินที่ท่านใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ธุรกรรมทางการเงินที่ท่านใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	จำนวน	ร้อยละ
การโอนเงิน	255	92.73
การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี	249	90.55
การชำระเงินกู้	140	50.91
การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ	127	46.18
การซื้อและตรวจรางวัลสลากออมทรัพย์	100	36.36
การขอใบเสร็จรับเงินชำระหนี้เงินกู้	82	29.82
การตรวจสอบรายการเดินบัญชี	79	28.73
การเปิดบัญชีเงินฝาก	71	25.82
การขอสินเชื่อ	37	13.45

ตารางที่ 5.7

ธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ที่ท่านต้องการให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์พัฒนาและปรับปรุง

ธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ที่ท่านต้องการให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์พัฒนาและปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี	82	29.82
การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ	82	29.82
การโอนเงิน	74	26.91
การตรวจสอบรายการเดินบัญชี	37	13.45
การชำระเงินกู้	31	11.27
การซื้อและตรวจรางวัลสลากออมทรัพย์	31	11.27
การขอสินเชื่อ	29	10.55
การเปิดบัญชีเงินฝาก	25	9.09
การขอใบเสร็จรับเงินชำระหนี้เงินกู้	18	6.55

ตารางที่ 5.8

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จากธนาคารอาคารสงเคราะห์

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จากธนาคารอาคารสงเคราะห์	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสังคมออนไลน์ของธนาคาร	145	52.73
การประชาสัมพันธ์โดยเจ้าหน้าที่ของธนาคาร	140	50.91
เว็บไซต์ของธนาคาร	101	36.73
รายการโทรศัพท์หรือวิทยุ	32	11.64
สื่อสิ่งพิมพ์	26	9.45

5.7 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เพื่อคาดการณ์ตัวแปรตามด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) เพื่อบอกถึงอิทธิพลของตัวแปรตามที่เกิดขึ้น ซึ่งในงานวิจัยใช้การวิเคราะห์

การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้ค่า p-value ที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.05 เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ (Significant Level) ดังนี้

5.7.1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

5.7.1.1 ความสัมพันธ์ของการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวังต่อการรับรู้ประโยชน์

ผลของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง และตัวแปรตาม คือ การรับรู้ประโยชน์ เมื่อพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_6, 268$) = 16.816 โดยตัวแปรการตอบสนอง การยืนยันความคาดหวัง ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ข้อมูล และประสิทธิภาพ เป็นตัวกำหนดความผันแปรของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ ที่ระดับนัยสำคัญ p เท่ากับ 0.052 0.052 0.031 0.002 และ 0.000 ตามลำดับ มีค่าความผันแปรของตัวแปรตาม (Adjusted R^2) เป็นร้อยละ 25.70 (Adjusted $R^2 = 0.257$, $F_6, 268$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.114 0.114 0.132 0.184 และ 0.258 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และการออกแบบ ไม่สามารถเป็นตัวกำหนด ความผันแปรของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ เนื่องจากมีระดับนัยสำคัญ p เท่ากับ 0.730 และ 0.432 ตามลำดับ (มากกว่า 0.05 ที่เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.018 และ 0.045 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.9 – 5.10

ตารางที่ 5.9

การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง ต่อการรับรู้ประโยชน์

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	17.750	6	2.958	16.816	0.000
Residual	47.147	268	0.176		
Total	64.896	274			

ตารางที่ 5.10

การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง ต่อการรับรู้ประโยชน์

Variable	การรับรู้ประโยชน์ (PU)				
	B	SE B	β	T	Sig.
การตอบสนอง (RES)	0.090	0.046	0.114	1.950	0.052*
ข้อมูล (INFO)	0.153	0.050	0.184	3.071	0.002*
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (SP)	0.021	0.060	0.018	0.345	0.730
การออกแบบ (DES)	0.035	0.045	0.045	0.787	0.432
ประสิทธิภาพ (PERF)	0.312	0.078	0.258	4.020	0.000**
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (TR)	0.139	0.064	0.132	2.162	0.031*
การยืนยันความคาดหวัง (CF)	0.090	0.046	0.114	1.950	0.052*

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.1.2 ความสัมพันธ์ของการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ต่อการยืนยันความคาดหวัง

ผลของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และตัวแปรตาม คือ การยืนยันความคาดหวัง เมื่อพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_6, 268$) = 16.475

โดยตัวแปรความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค เป็นตัวกำหนดความผันแปรของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ ที่ระดับนัยสำคัญ p เท่ากับ 0.002 และ 0.000 ตามลำดับ มีค่าความผันแปรของตัวแปรตาม (Adjusted R^2) เป็นร้อยละ 25.30 (Adjusted $R^2 = 0.253$, $F_{6,268}$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.187 และ 0.385 ตามลำดับ ส่วนตัวแปรการตอบสนอง ข้อมูล การออกแบบ และประสิทธิภาพ ไม่สามารถเป็นตัวกำหนดความผันแปรของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ เนื่องจากมีระดับนัยสำคัญ p เท่ากับ 0.458 0.339 0.174 และ 0.839 ตามลำดับ (มากกว่า 0.05 ที่เป็นตัวกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.041 0.056 0.072 และ -0.012 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.11 – 5.12

ตารางที่ 5.11

การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ต่อการยืนยันความคาดหวัง

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	15.580	6	2.597	16.475	0.000
Residual	42.241	268	0.158		
Total	57.821	274			

ตารางที่ 5.12

การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ต่อการยืนยันความคาดหวัง

Variable	การยืนยันความคาดหวัง (CF)				
	B	SE B	β	T	Sig.
การตอบสนอง (RES)	0.027	0.036	0.041	0.743	0.458
ข้อมูล (INFO)	0.042	0.044	0.056	0.957	0.339
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (SP)	0.147	0.046	0.187	3.171	0.002*
การออกแบบ (DES)	0.078	0.057	0.072	1.365	0.174
ประสิทธิภาพ (PERF)	-0.009	0.043	-0.012	-0.203	0.839
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (TR)	0.440	0.070	0.385	6.251	0.000**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.1.3 ความสัมพันธ์ของการรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวัง ต่อความพึงพอใจ

ผลของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวัง และตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจ เมื่อพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_2, 272$) = 43.050 โดยตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวังเป็นตัวกำหนดความผันแปรของตัวแปรตามความพึงพอใจ ที่ระดับนัยสำคัญ p เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ มีค่าความผันแปรของตัวแปรตาม (Adjusted R^2) เป็นร้อยละ 23.50 (Adjusted $R^2 = 0.235$, $F_2, 272$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.356 และ 0.234 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.13– 5.14

ตารางที่ 5.13

การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวัง ต่อความพึงพอใจ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	13.680	2	6.840	43.050	0.000
Residual	43.218	272	0.159		
Total	56.899	274			

ตารางที่ 5.14

การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และการยืนยันความคาดหวัง ต่อความพึงพอใจ

Variable	ความพึงพอใจ (SAT)				
	B	SE B	β	T	Sig.
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	0.333	0.053	0.356	6.299	0.000**
การยืนยันความคาดหวัง (CF)	0.232	0.056	0.234	4.133	0.000**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.1.4 ความสัมพันธ์ของการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ

ผลของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจในการใช้งานต่อ เมื่อพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_2, 272$) = 40.814 โดยตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ เป็นตัวกำหนดความผันแปรของตัวแปรความตั้งใจในการใช้งานต่อ ที่ระดับนัยสำคัญ p เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ มีค่าความผันแปรของตัวแปรตาม (Adjusted R^2) เป็นร้อยละ 22.50 (Adjusted $R^2 = 0.225$, $F_2, 272$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.342 และ 0.219 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.15 – 5.16

ตารางที่ 5.15

การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	14.896	2	7.448	40.814	0.000
Residual	49.638	272	0.182		
Total	64.534	274			

ตารางที่ 5.16

การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ

Variable	ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (CI)				
	B	SE B	β	T	Sig.
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	0.341	0.059	0.342	5.777	0.000**
ความพึงพอใจ (SAT)	0.234	0.063	0.219	3.705	0.000**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.1.5 ความสัมพันธ์ของความพึงพอใจ และความตั้งใจในการทำงานต่อต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

ผลของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการทำงานต่อ และตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจที่จะแนะนำ เมื่อพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ $p = 0.000$ ($F_2, 272$) = 58.234 โดยตัวแปรความพึงพอใจ และความตั้งใจในการทำงานต่อเป็นตัวกำหนดความผันแปรของตัวแปรความตั้งใจที่จะแนะนำ ที่ระดับนัยสำคัญ p เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ มีค่าความผันแปรของตัวแปรตาม (Adjusted R^2) เป็นร้อยละ 29.50 (Adjusted $R^2 = 0.295$, $F_2, 272$) และมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (Beta) เท่ากับ 0.444 และ 0.196 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5.17 – 5.18

ตารางที่ 5.17

การวิเคราะห์ผลทางสถิติความแปรปรวนของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจ และความตั้งใจในการทำงานต่อ ต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	17.737	2	8.868	58.234	0.000
Residual	41.422	272	0.152		
Total	59.159	274			

ตารางที่ 5.18

การวิเคราะห์ผลทางสถิติของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความพึงพอใจ และความตั้งใจในการทำงานต่อ ต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

Variable	ความตั้งใจที่จะแนะนำ (RI)				
	B	SE B	β	T	Sig.
ความพึงพอใจ (SAT)	0.453	0.056	0.444	8.138	0.000**
ความตั้งใจในการทำงานต่อ (CI)	0.187	0.052	0.196	3.581	0.000**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2 การวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)

เมื่อกำหนดได้ค่าอิทธิพลทางตรงจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแล้ว จากนั้นนำค่าที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าอิทธิพลทางอ้อมด้วยโปรแกรมในเว็บเพจ Danielsoper โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

5.7.2.1 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ

ปัจจัยการตอบสนอง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.09 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเท่ากับ 0.341 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการตอบสนอง ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ไปยังความตั้งใจในการใช้งานต่อได้เท่ากับ 0.03069

ปัจจัยข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.153 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเท่ากับ 0.341 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยข้อมูล ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความตั้งใจในการใช้งานต่อได้เท่ากับ 0.052173

ปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.021 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเท่ากับ 0.341 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความตั้งใจในการใช้งานต่อได้เท่ากับ 0.007161

ปัจจัยการออกแบบ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.035 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเท่ากับ 0.341 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการออกแบบ ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความตั้งใจในการใช้งานต่อได้เท่ากับ 0.011935

ปัจจัยประสิทธิภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.312 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อ

ความตั้งใจในการทำงานต่อเท่ากับ 0.341 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยประสิทธิภาพ ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความตั้งใจในการทำงานต่อได้เท่ากับ 0.106392

ปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.139 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำงานต่อเท่ากับ 0.341 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความตั้งใจในการทำงานต่อได้เท่ากับ 0.047399

ปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.09 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการทำงานต่อเท่ากับ 0.341 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความตั้งใจในการทำงานต่อได้เท่ากับ 0.03069

ตารางที่ 5.19

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการทำงานต่อ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การตอบสนอง (RES)	0.03069	0.837	0.201	0.403
ข้อมูล (INFO)	0.052173	1.269	0.102	0.204
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (SP)	0.007161	0.209	0.417	0.834
การออกแบบ (DES)	0.011935	0.346	0.365	0.729
ประสิทธิภาพ (PERF)	0.106392	1.837	0.033	0.066

ตารางที่ 5.19

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการทำงานต่อ (ต่อ)

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (TR)	0.047399	1.186	0.118	0.236
การยืนยันความคาดหวัง (CF)	0.03069	0.837	0.201	0.403

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2.2 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ

ปัจจัยการตอบสนอง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.09 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.333 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการตอบสนอง ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.02997

ปัจจัยข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.153 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.333 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยข้อมูล ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.050949

ปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.021 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.333 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัย

ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.006993

ปัจจัยการออกแบบ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.035 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.333 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการออกแบบ ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.011655

ปัจจัยประสิทธิภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.312 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.333 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยประสิทธิภาพ ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.103896

ปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ เท่ากับ 0.139 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.333 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ที่ ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.046287

ตารางที่ 5.20

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การตอบสนอง (RES)	0.02997	0.834	0.202	0.404
ข้อมูล (INFO)	0.050949	1.260	0.104	0.208
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (SP)	0.006993	0.209	0.417	0.834

ตารางที่ 5.20

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ (ต่อ)

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การออกแบบ (DES)	0.011655	0.346	0.365	0.730
ประสิทธิภาพ (PERF)	0.103896	1.809	0.035	0.070
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (TR)	0.046287	1.178	0.119	0.239

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2.3 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ

ปัจจัยการตอบสนอง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวังเท่ากับ 0.027 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.232 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการตอบสนอง ที่ส่งผ่านการยืนยันความคาดหวังที่ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.006264

ปัจจัยข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวัง เท่ากับ 0.042 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.232 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยข้อมูล ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวังที่ ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.009744

ปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวัง เท่ากับ 0.147 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.232 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพล

ทางอ้อมของปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวังที่ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.034104

ปัจจัยการออกแบบ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวัง เท่ากับ 0.078 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.232 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการออกแบบ ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวังที่ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.018096

ปัจจัยประสิทธิภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวัง เท่ากับ 0.009 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.232 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยประสิทธิภาพ ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวังที่ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.002088

ปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวัง เท่ากับ 0.44 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจเท่ากับ 0.232 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวังที่ไปยังความพึงพอใจได้เท่ากับ 0.10208

ตารางที่ 5.21

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การตอบสนอง (RES)	0.006264	0.266	0.395	0.790
ข้อมูล (INFO)	0.009744	0.405	0.343	0.685
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (SP)	0.034104	1.066	0.143	0.287

ตารางที่ 5.21

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ที่ส่งผ่านปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ไปยังปัจจัยความพึงพอใจ (ต่อ)

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การออกแบบ (DES)	0.018096	0.696	0.243	0.486
ประสิทธิภาพ (PERF)	0.002088	0.090	0.464	0.928
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (TR)	0.10208	1.459	0.072	0.145

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2.4 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.333 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเท่ากับ 0.234 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจที่ ไปยังความตั้งใจในการใช้งานต่อได้เท่ากับ 0.077922

ตารางที่ 5.22

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	0.077922	1.459	0.072	0.145

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2.5 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ

ปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.232 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเท่ากับ 0.234 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจที่ ไปยังความตั้งใจในการใช้งานต่อได้เท่ากับ 0.054288

ตารางที่ 5.23

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การยืนยันความคาดหวัง (CF)	0.054288	1.295	0.098	0.195

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2.6 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.333 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำเท่ากับ 0.453 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจที่ ไปยังความตั้งใจที่จะแนะนำได้เท่ากับ 0.150849

ตารางที่ 5.24

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	0.150849	2.237	0.013	0.025

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2.7 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

ปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ เท่ากับ 0.232 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำเท่ากับ 0.453 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจที่ ไปยังความตั้งใจที่จะแนะนำได้เท่ากับ 0.105096

ตารางที่ 5.25

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง ที่ส่งผ่านปัจจัยความพึงพอใจ ไปยังปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
การยืนยันความคาดหวัง (CF)	0.105096	1.840	0.033	0.066

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.7.2.8 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผ่านปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ ไปยังปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

ปัจจัยความพึงพอใจ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ เท่ากับ 0.234 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่ปรับมาตรฐานแล้ว (Standardized Coefficients) ของปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำเท่ากับ 0.187 ซึ่งจากการคำนวณ ค่าอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผ่านปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อที่ ไปยังความตั้งใจที่จะแนะนำได้เท่ากับ 0.043758

ตารางที่ 5.26

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมและระดับนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยความพึงพอใจ ที่ส่งผ่านปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ ไปยังปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

Variable	Indirect effect of Standardized Score	Sobel test statistic	One-tailed probability	Two-tailed probability
ความพึงพอใจ (SAT)	0.043758	1.100	0.136	0.271

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

5.8 ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) สามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 5.27

ตารางที่ 5.27

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ลำดับ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1a	การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน	สนับสนุน

ตารางที่ 5.27

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1b	ข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H1c	ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ไม่สนับสนุน
H1d	การออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ไม่สนับสนุน
H1e	ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H1f	ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H2a	การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ไม่สนับสนุน
H2b	ข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ไม่สนับสนุน
H2c	ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H2d	การออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ไม่สนับสนุน
H2e	ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	ไม่สนับสนุน
H2f	ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H3	การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H4	การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ	สนับสนุน

ตารางที่ 5.27

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย (ต่อ)

ลำดับ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H5	การยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H6	การยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H7	ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ	สนับสนุน
H8	ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน
H9	ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	สนับสนุน

5.8.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน

จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1a ที่กล่าวว่า การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.114 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.052

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ezzi (2014) ที่พบว่าการตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Singh et al. (2020) ที่พบว่าการตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน (Fintech) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen et al. (2022) ที่สนับสนุนว่าการตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานเครื่อง Video Teller Machine (VTM)

5.8.2 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1b ที่กล่าวว่า ข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.184 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.002

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lin et al. (2010) ที่พบว่า คุณภาพของข้อมูล ส่งผลในเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานโมบายล์แบงก์กิ้ง ผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Andarwati and Nirwanto (2019) ที่แสดงให้เห็นว่า คุณภาพของข้อมูล ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศทางการบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Routray et al. (2019) ที่พบว่าคุณภาพของข้อมูล ส่งผลในเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งาน โมบายล์วอลเล็ต ในประเทศอินเดีย

5.8.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1c ที่กล่าวว่า ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.018 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.730

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยงานวิจัยนี้ ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐและเป็นรัฐวิสาหกิจ จึงต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง และธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งการกำกับดูแลดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยมีความเข้มงวดสูง เช่น การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data Protection) การป้องกันอาชญากรรมทางไซเบอร์ (Cybersecurity) การรู้จักลูกค้า (Know Your Customer - KYC) การป้องกันการฟอกเงินและการสนับสนุนการระดมทุนเพื่อการก่อการร้าย (Anti-Money Laundering and Combating the Financing of Terrorism - AML/CFT) และหลักเกณฑ์การกำกับดูแลความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Risk) เป็นต้น รวมทั้งในประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้าที่ประกาศบังคับใช้หลายฉบับ ตัวอย่างที่สำคัญ ได้แก่ พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 เป็นต้น ทำให้ในปัจจุบัน ลูกค้าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันธนาคาร จึงอาจมองว่าความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า หรือข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า เป็นมาตรฐานที่ทุกธนาคารต้องให้

ความสำคัญและปฏิบัติตาม รวมทั้งมีการกำกับดูแลจากธนาคารแห่งประเทศไทยและหน่วยงานภาครัฐเป็นอย่างดี จึงทำให้ลูกค้าไม่ได้มองเป็นสิทธิประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มมา

5.8.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1d ที่กล่าวว่า การออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.045 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.432

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการออกแบบ ไม่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ลูกค้าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าที่ใช้บริการบัญชีเงินฝาก สินเชื่อที่อยู่อาศัย และสลากออมทรัพย์ กับธนาคาร กล่าวคือ ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องใช้งานแอปพลิเคชันด้วยความจำเป็นที่ต้องธุรกรรมในการจัดการการเงินหรือชำระสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร สิ่งที่สะท้อนได้ด้วยพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 130 คนคิดเป็นร้อยละ 47.27 ใช้งานแอปพลิเคชัน 1 – 5 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมา จำนวน 111 คน หรือร้อยละ 40.36 ใช้งานแอปพลิเคชันเพียง 6 - 10 ครั้ง/สัปดาห์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไม่ได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากเท่าที่ควร เนื่องจากไม่ได้เข้าใช้งานเป็นประจำ เข้าใช้เมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น ทำให้ผู้ใช้งานไม่ได้การออกแบบของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากแอปพลิเคชัน

5.8.5 ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพและความเป็นส่วนตัวและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1e ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.078 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lai and Lim (2019) ที่ศึกษาปัจจัยด้านประสิทธิภาพ การออกแบบ และความเพลิดเพลินที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคที่จะใช้ Single E-payment Platform พบว่าประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sarkam et al. (2022) ที่ศึกษาถึงอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่พบว่าประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ รวมถึงงานวิจัยของ Orehovački et al. (2023) ที่ศึกษาถึงคุณภาพการรับรู้ของ โมบายล์แบงก์กิ้ง ในโครเอเชีย ซึ่งพบว่าประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์เช่นกัน

5.8.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 1f ที่กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.064 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.031

ผลการทดสอบสอดคล้องกับการศึกษาของ Delone and McLean (2003) ที่ศึกษาคุณภาพของระบบ ซึ่งได้รวมถึงความน่าเชื่อถือทางเทคนิคด้วย ได้ระบุว่าคุณภาพของระบบที่ดีจะเพิ่มการรับรู้ประโยชน์และผลกระทบต่อการใช้งาน และงานวิจัยของ Gefen and Straub (2003) ที่ศึกษาความมั่นใจและความเชื่อถือในบริการอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าผู้ประกอบการที่มีระบบที่มีความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและสามารถมอบประสบการณ์ที่ไม่มีปัญหาให้กับลูกค้าจะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงประโยชน์ของบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang and Liao (2008) ที่ศึกษาคุณภาพของระบบ ในบริบทของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (eGovernment) ผลการศึกษาแสดงว่าความน่าเชื่อถือทางเทคนิค มีผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบ

5.8.7 ความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองและการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2a ที่กล่าวว่า การตอบสนองส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.041 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.458

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการตอบสนอง ไม่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ลูกค้าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าที่ใช้บริการบัญชีเงินฝาก สินเชื่อที่อยู่อาศัย และสลากออมทรัพย์กับธนาคาร กล่าวคือ ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องใช้งานแอปพลิเคชันด้วยความจำเป็นที่ต้องธุรกรรมในการจัดการการเงินหรือชำระสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร สิ่งที่สะท้อนได้จากพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 130 คนคิดเป็นร้อยละ 47.27 ใช้งานแอปพลิเคชัน 1 – 5 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมา จำนวน 111 คน หรือร้อยละ 40.36 ใช้งานแอปพลิเคชันเพียง 6 - 10 ครั้ง/สัปดาห์ ทำให้ลูกค้าผู้ใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคาร ไม่ได้มีประสบการณ์กับการตอบสนองของแอปพลิเคชันธนาคารมากนัก นอกจากนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนในงานวิจัยนี้ กว่าร้อยละ 71.27 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ซึ่งประชากรส่วนนี้ค่อนข้างคุ้นเคยกับเทคโนโลยี มีประสบการณ์ในการใช้งานเทคโนโลยีที่หลากหลาย การควบคุมการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ

จึงสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นบนแอปพลิเคชัน และสามารถหาข้อมูลหรือช่องทางในการแก้ไขปัญหาด้วยตนเองได้

5.8.8 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลและการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2b ที่กล่าวว่า ข้อมูลส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.056 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.339

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็นว่าข้อมูล ไม่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อาจมีสาเหตุมาจากความคุ้นเคยและประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคาร ผู้ใช้งานที่มีประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารมีโอกาสที่จะมีความคุ้นเคยกับข้อมูลที่แสดงบนแอปพลิเคชันมากกว่า ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้งานไม่ได้มีความคาดหวังในข้อมูลเพิ่มเติมที่สามารถแสดงให้เห็นบนแอปพลิเคชันเสมอไป และลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในงานวิจัยนี้ กว่ร้อยละ 71.27 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ซึ่งประชากรส่วนนี้มีความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการใช้งานแอปพลิเคชันของธนาคารมาก่อน อาจทำให้ไม่ได้มีความคาดหวังที่สูงต่อข้อมูลที่แสดงบนแอปพลิเคชัน รวมทั้งมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การมีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารเป็นอย่างดีอาจทำให้ผู้ใช้งานไม่รู้สึกว่าจะมีความคาดหวังเพิ่มเติมต่อข้อมูลที่แสดงบนแอปพลิเคชัน

5.8.9 ความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวและการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2c ที่กล่าวว่า ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.187 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.002

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oghuma et al. (2016) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้งานโปรแกรมแชทส่งข้อความทันที เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Yu et al. (2018) ที่แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังของลูกค้าร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurants) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shao et al. (2020) ที่สนับสนุนว่า คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้งานระบบจักรยานสาธารณะ (Bicycle Sharing)

5.8.10 ความสัมพันธ์ระหว่างการออกแบบและการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2d ที่กล่าวว่า การออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.072 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.174

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการออกแบบ ไม่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ลูกค้ายูนิคัลแอปพลิเคชันส่วนใหญ่ เป็นลูกค้าที่ใช้บริการบัญชีเงินฝาก สินเชื่อที่อยู่อาศัย และสลากออมทรัพย์กับธนาคาร กล่าวคือ ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องใช้งานแอปพลิเคชันด้วยความจำเป็นที่ต้องธุรกรรมในการจัดการการเงินหรือชำระสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชันของธนาคาร สิ่งที่จะสะท้อนได้ด้วยพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 130 คนคิดเป็นร้อยละ 47.27 ใช้งานแอปพลิเคชัน 1 – 5 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมา จำนวน 111 คน หรือร้อยละ 40.36 ใช้งานแอปพลิเคชันเพียง 6 – 10 ครั้ง/สัปดาห์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไม่ได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากเท่าที่ควร เนื่องจากไม่ได้ใช้งานเป็นประจำ เข้าใช้เมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น หรืออาจกล่าวได้อีกมุมว่า การออกแบบแอปพลิเคชันของธนาคาร อาจไม่ได้ตอบสนองตามความคาดหวังของผู้ใช้งานก็ได้

5.8.11 ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพและการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2e ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ -0.012 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.839

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพ ไม่ส่งผลต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน สิ่งนี้อาจสะท้อนได้จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจากคำถาม “ธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ที่ท่านต้องการให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์พัฒนาและปรับปรุง” ซึ่งธุรกรรมที่กลุ่มตัวอย่างอยากให้ธนาคารพัฒนาและปรับปรุงสูงสุด 3 อันดับ คือ การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี จากกลุ่มตัวอย่าง 82 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.82 ต่อมาคือ การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 29.82 และการโอนเงิน จำนวน 74 คน หรือร้อยละ 26.91 ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่ชัดเจนว่ามีความต้องการให้ธนาคารพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชัน ซึ่งสามารถแปลได้ว่าฟังก์ชันหรือคุณสมบัติบางอย่างในแอปพลิเคชันอาจยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เหมาะสมตามความต้องการของผู้ใช้งาน

นอกจากนี้ การพัฒนาแอปพลิเคชันอาจไม่สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้งาน ทำให้ผู้ใช้งานไม่ได้รับประสบการณ์ที่ดีอย่างที่คาดหวัง นอกจากนี้ ฟังก์ชันหรือคุณสมบัติบางอย่างอาจมีปัญหาในการใช้งานหรือมีข้อบกพร่องที่ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกไม่พอใจ ดังนั้น การไม่ได้รับการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชันอาจเกิดขึ้นเนื่องจากความไม่พอใจในประสบการณ์การใช้งาน ความไม่สอดคล้องกับความต้องการ หรือการปรับปรุงแอปพลิเคชันที่ไม่เพียงพอตามความคาดหวังของผู้ใช้งาน

5.8.12 ความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือทางเทคนิคและการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 2f ที่กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือทางเทคนิคส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.385 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Oghuma et al. (2016) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้งานโปรแกรมแชทส่งข้อความทันทีเช่นเดียวกับงานวิจัยของ Yu et al. (2018) ที่แสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังของลูกค้าร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Restaurants)

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shao et al. (2020) ที่สนับสนุนว่า คุณภาพการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการยืนยันความคาดหวังในการใช้งานระบบจักรยานสาธารณะ (Bicycle Sharing)

5.8.13 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.356 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันและสุขภาพ พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัยในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

5.8.14 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์และความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 ที่กล่าวว่า การรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.342 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชัน และสุขภาพ พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการรับรู้ประโยชน์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ

5.8.15 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและการรับรู้ประโยชน์ใน การใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 5 ที่กล่าวว่า การยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.114 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.052

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชัน และสุขภาพ พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์เช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์

5.8.16 ความสัมพันธ์ระหว่างการยืนยันความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 6 ที่กล่าวว่า การยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.234 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันและสุขภาพ พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าการยืนยันความคาดหวังส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

5.8.17 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 7 ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.219 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ C.C and Prathap (2020) ที่ศึกษาการใช้งานการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Chiu et al. (2021) ที่ศึกษาความตั้งใจอย่างต่อเนื่องของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันและสุขภาพ พบว่าความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อเช่นกัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wang et al. (2021) ได้ศึกษาความตั้งใจในการเรียนออนไลน์อย่างต่อเนื่องของนักศึกษามหาวิทยาลัย ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่าความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานต่อ

5.8.18 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความตั้งใจที่จะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 8 ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.444 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Izogo (2016) ที่พบว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำธนาคารรายย่อยในเมืองทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไนจีเรีย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Mbawuni and Nimako (2016) ที่สนับสนุนว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำผู้ให้บริการด้านการเงิน นอกจากนี้ งานวิจัยของ Lacap and Alfonso (2022) พบว่าความพึงพอใจของผู้ป่วยส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำโรงพยาบาลแก่ผู้อื่น

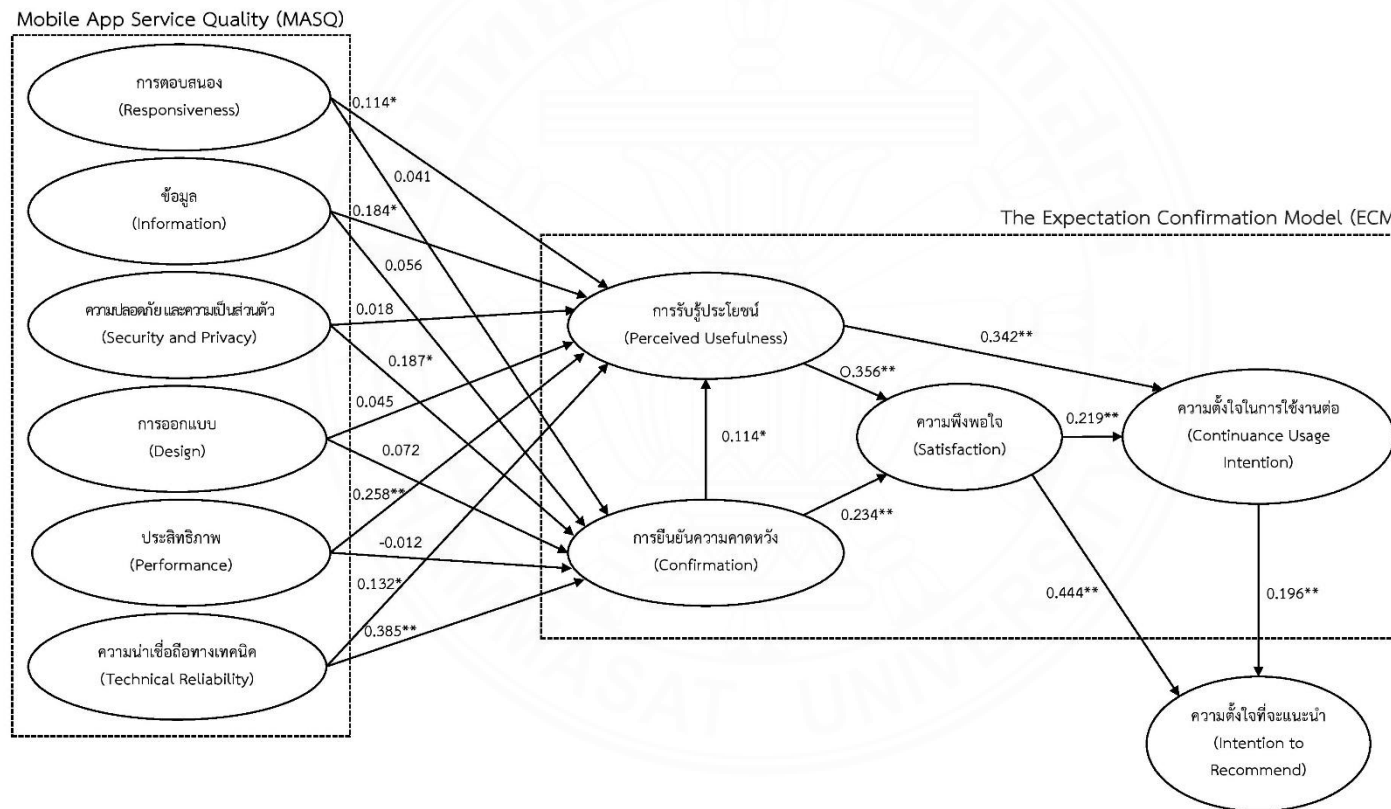
5.8.19 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการใช้งานต่อและความตั้งใจที่จะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ 9 ที่กล่าวว่า ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.196 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ผลการทดสอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Olaru et al. (2008) ที่พบว่าความตั้งใจในการซื้อซ้ำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการแนะนำให้ผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Izogo (2016) ที่สนับสนุนว่า ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำธนาคารรายย่อยในเมืองทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศไนจีเรีย นอกจากนี้ งานวิจัยของ Hartono et al. (2021) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานต่อเนื่องของผู้ใช้และความตั้งใจที่จะแนะนำการแพทย์ทางไกลผ่านมือถือ พบว่า ความตั้งใจในการใช้งานต่อส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำการแพทย์ทางไกลผ่านมือถือ

ภาพที่ 5.1

ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์



* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบการวัดค่าตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) ประกอบด้วย การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิคที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ การยืนยันความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อในแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) และจากการขยายความเข้าใจ โดยนำเสนอผลกระทบที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำเพื่ออธิบายถึงผลของความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งานต่อที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลทางสถิติตามกระบวนการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัย โดยมีจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 275 ชุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามของคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.73 มีช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.27 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.64 และมีความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อยู่ 1 – 5 ครั้งต่อสัปดาห์เป็นส่วนใหญ่ ในด้านการใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินและวัตถุประสงค์ในการใช้งาน พบว่าใช้บริการผลิตภัณฑ์เงินฝากมากที่สุด จำนวน 267 คน รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์สินเชื่อ จำนวน 158 คน และผลิตภัณฑ์สลากออมทรัพย์ จำนวน 157 คน โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จำนวนมากที่สุด 3 อันดับ คือ ลดปัญหาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร สามารถทำธุรกรรมได้ง่ายด้วยตนเอง และไม่ต้องรอคิวรับบริการ ตามลำดับ ในด้านข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน พบว่าธุรกรรมทางการเงินที่ใช้งานจำนวนมากที่สุด 3 อันดับ คือ การโอนเงิน การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี และการชำระเงินกู้ ตามลำดับ โดยมีธุรกรรมทางการเงินที่ต้องการให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์พัฒนาและปรับปรุงจำนวนมากที่สุด

3 อันดับ คือ การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ และการโอนเงิน ตามลำดับ ในส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่าช่องทางการรับรู้ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้มากที่สุด 3 อันดับ คือ สื่อสังคมออนไลน์ของธนาคาร การประชาสัมพันธ์โดยเจ้าหน้าที่ของ และเว็บไซต์ของธนาคาร ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่าปัจจัยในองค์ประกอบการวัดค่าตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เพียง 4 ปัจจัย ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ส่วนปัจจัยที่ไม่ได้ส่งผล ได้แก่ ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว เนื่องจากแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์อยู่ภายใต้การกำกับดูแลที่เข้มงวดจากธนาคารแห่งประเทศไทยและกระทรวงการคลัง มีการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวอย่างเคร่งครัด ผู้ใช้งานจึงมองว่าความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวเป็นมาตรฐานที่ธนาคารและสถาบันการเงินทุกแห่งต้องมีอยู่แล้ว และการออกแบบเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์เพื่อทำธุรกรรมที่จำเป็น เช่น การจัดการบัญชีเงินฝาก สินเชื่อที่อยู่อาศัย และสลากออมทรัพย์ โดยจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 47.27 ใช้งานแอปฯ 1-5 ครั้ง/สัปดาห์ และร้อยละ 40.36 ใช้งาน 6-10 ครั้ง/สัปดาห์ อาจกล่าวได้ว่า ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไม่ได้ให้ความสำคัญกับการออกแบบแอปพลิเคชันของธนาคารอาคารสงเคราะห์มากเท่าที่ควร เนื่องจากไม่ได้เข้าใช้งานเป็นประจำ เข้าใช้เมื่อมีความจำเป็นเท่านั้น

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเกี่ยวกับปัจจัยในแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) พบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ การยืนยันความคาดหวัง และความพึงพอใจ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ และจากการขยายความเข้าใจในแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) โดยนำเสนอผลกระทบที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ พบว่าปัจจัยความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

6.2 ประโยชน์ของการวิจัย

6.2.1 ประโยชน์ของงานวิจัยทางภาคทฤษฎี

กรอบแนวคิดความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ พัฒนามาจากความคาดหวังและการยอมรับการใช้งาน

ต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) กล่าวว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการโมบายล์ แอปพลิเคชัน ประกอบด้วย การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ การยืนยันความคาดหวัง ความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ โดยได้ขยายความเข้าใจในแบบจำลองความคาดหวัง และการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) โดยนำเสนอ ผลกระทบที่มีต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

ผลการวิจัยนี้ยืนยันแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง (Expectation – Confirmation Model: ECM) ได้ กล่าวคือ การรับรู้ประโยชน์ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อของผู้ใช้ โดยได้รับผลมาจากการยืนยันความคาดหวัง ซึ่งการยืนยันความคาดหวังก็ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานอีกด้วย รวมทั้งการขยายความเข้าใจ โดยนำปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำมาศึกษาเพิ่มเติม พบว่าปัจจัยความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้งานต่อ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

6.2.2 ประโยชน์ของงานวิจัยทางภาคปฏิบัติ

การศึกษานี้มุ่งเพื่อให้ได้คำตอบที่มีประโยชน์ต่อธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารพาณิชย์ หรือสถาบันการเงินอื่นที่ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน โดยการศึกษาไม่เพียงแต่การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน อย่างต่อเนื่องเท่านั้น แต่ยังเน้นไปที่การเข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้งานอย่างละเอียด เพื่อให้ธนาคารสามารถสร้างและพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ในยุคดิจิทัลที่เติบโตอย่างรวดเร็ว

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งาน จำนวน 4 ปัจจัย ประกอบด้วย การตอบสนอง ข้อมูล ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การตอบสนอง (Responsiveness): เมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชัน การตอบกลับลูกค้าและแก้ไขปัญหาของธนาคารที่รวดเร็ว รวมถึงการให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา กับลูกค้าอย่างชัดเจน ลูกค้าจะรู้สึกพึงพอใจและมั่นใจในการใช้บริการของธนาคารมากขึ้น ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและสัมพันธ์ที่ดีขึ้นระหว่างธนาคารและลูกค้า

ข้อมูล (Information): การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และชัดเจนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของธนาคารช่วยให้ลูกค้าสามารถทำการตัดสินใจได้ถูกต้อง เมื่อลูกค้าเข้าใจและพึงพอใจกับข้อมูลที่ได้รับจากธนาคาร พวกเขามักจะเป็นลูกค้าที่พึงพอใจและมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการของธนาคารต่อไป

ประสิทธิภาพ (Efficiency): การให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วจะช่วยลดเวลาที่ลูกค้าต้องใช้ในการทำธุรกรรม ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ามีประสิทธิภาพในการจัดการการเงิน และเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการ

ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability): ความเชื่อถือในเรื่องของความเสถียรภาพและประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันหรือระบบทางเทคนิคของธนาคารช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า เมื่อลูกค้ารู้ว่าพวกเขาสามารถเข้าถึงบริการและทำธุรกรรมได้โดยไม่มีปัญหาเทคนิค ลูกค้าจะมีความพึงพอใจและพร้อมที่จะต่อสู้ในการใช้บริการของธนาคารต่อไป

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า การรับรู้ประโยชน์ของผู้ใช้งานที่เกิดขึ้น จะส่งผลเชิงบวกไปยังความพึงพอใจ ความตั้งใจในการใช้งานต่อ และความตั้งใจที่จะแนะนำ สามารถอธิบายได้ว่า หากธนาคารสามารถพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชัน ให้สามารถตอบสนองความต้องการ สร้างการรับรู้ให้กับผู้ใช้งานได้แล้ว สิ่งเหล่านั้นจะช่วยสร้างความพึงพอใจต่อผู้ใช้งานได้ รวมทั้งยังนำไปสู่การแนะนำบอกต่อของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน นำมาสู่จำนวนผู้ใช้งานหรือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมากขึ้นด้วย

6.3 ข้อจำกัดของงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ มีข้อจำกัด ดังนี้

งานวิจัยนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำกัดอยู่ที่ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์เท่านั้น ซึ่งมีผลการวิจัยที่ชัดเจนและละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายนี้ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยอาจไม่สามารถนำไปอธิบายหรือสรุปไปยังกลุ่มประชากรอื่นหรือแอปพลิเคชันอื่นได้ แต่เป็นโอกาสที่จะศึกษาต่อไปในกลุ่มผู้ใช้งานและแอปพลิเคชันธนาคารอื่น เช่น แอปพลิเคชันเคพลัส ของธนาคารกสิกรไทย แอปพลิเคชันเอสซีบี อีซี ของธนาคารไทยพาณิชย์ แอปพลิเคชันบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงเทพ และแอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย เป็นต้น เพื่อขยายขอบเขตความเข้าใจ และการนำไปประยุกต์ใช้ในอนาคต

งานวิจัยนี้ไม่ได้ควบคุมตัวแปรข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และระดับรายได้ ซึ่งอาจส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน โดยจากการศึกษาของ Mkpojog et al. (2016) ที่ศึกษาผลกระทบของตัวแปรข้อมูลประชากรศาสตร์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการใช้งานแอปพลิเคชันธนาคารบนโทรศัพท์มือถือในประเทศไนจีเรีย พบว่าตัวแปรข้อมูลประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และประสบการณ์

ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดนี้เปิดโอกาสให้การวิจัยในอนาคตสามารถมุ่งเน้นไปที่การสำรวจและวิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรเหล่านี้ได้อย่างละเอียดมากขึ้น เพื่อเพิ่มความเข้าใจและสามารถพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานในกลุ่มประชากรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ซึ่งทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ชัดเจนเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ไม่ได้รวมถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการขยายความเข้าใจในอนาคต เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมและหลากหลายมากขึ้น

งานวิจัยนี้พบว่าปัจจัยในองค์ประกอบการวัดค่าตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) ส่งไม่ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน ได้แก่ ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และการออกแบบ ในการศึกษาต่อไป งานวิจัยควรพิจารณาทำการศึกษาต่อเนืองเพื่อหาสาเหตุเพิ่มเติมที่สามารถอธิบายได้ว่าทำไมปัจจัยเหล่านี้ไม่มีผลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์ นอกจากนี้ ควรสำรวจสมมติฐานที่เหมาะสมเพื่อเข้าใจถึงปัจจัยที่อาจมีผลต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้แอปพลิเคชันเหล่านี้ยิ่งยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

การค้นคว้าอิสระ

- ณิชากร ขำสอาด. (2565). *ปัจจัยในการยอมรับและพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชัน GHB All Gen ของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์*. [การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- เตชะพิทย์ ผลาวงศ์. (2558). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายล์แบงก์กิ้งซ้ำ ในแง่ภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพของโปรแกรมประยุกต์*. [การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- นันทิกกร เก้าพัฒนสกุล. (2562). *คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชันบัวหลวงเอ็มแบงก์กิ้ง (Bualuang mBanking)*. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- สัจจาภรณ์ ไชยเสนา. (2560). *พฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ mobile banking ของธนาคารพาณิชย์*. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- การเงินธนาคาร. (17 กรกฎาคม 2566). *แบงก์เพิ่มความเสถียร-ปลอดภัย รับยุค Mobile Banking สร้างรายได้*. <https://moneyandbanking.co.th/2023/50106/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *Bi-monthly PAYMENT INSIGHT VOL 18/ ธันวาคม 2565*. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/reports/payment-report/bi-monthly-report/Bi-monthly_report_Vol18-2022_December.pdf
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (26 ตุลาคม 2565). *GEN ไหนก็ใช้ได้!! แอปเดียวครบ จบทุกเรื่อง กับ Application: GHB ALL GEN ธอส. ปรับโฉมแอปใหม่ ยกระดับการบริการด้านดิจิทัล ตอบโจทย์ลูกค้าทุกวัย เปิดดาวน์โหลดครั้งแรกวันที่ 26 ตุลาคม 2565 นี้ เป็นต้นไป*. <https://www.ghbank.co.th/news/detail/public-relations/press-26-10-2022-all-gen>

Books

- Hair, J. F. (2011). *Multivariate Data Analysis: An Overview*. In M. Lovric (Ed.), International Encyclopedia of Statistical Science (pp. 904-907). Springer Berlin Heidelberg.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6): Pearson Prentice Hall Upper Saddle River. In: NJ.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw Hill.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.
- Solomon, M. R. (1996). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Prentice-Hall.

Articles

- Abdullah, S. S., & Abdullah, H. H. (2016). The effect of trust on perceived usefulness within the Malaysian online banking environment. *Journal of Global Business and Social Entrepreneurship (GBSE)*, 2(1), 130-140.
- Al-Hawari, M., & Ward, T. (2006). The effect of automated service quality on Australian banks' financial performance and the mediating role of customer satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(2), 127-147.
- Alnaser, F. M., Rahi, S., Alghizzawi, M., & Ngah, A. H. (2023). Does artificial intelligence (AI) boost digital banking user satisfaction? Integration of expectation confirmation model and antecedents of artificial intelligence enabled digital banking. *Heliyon*, 9(8).
- Andarwati, M., & Nirwanto, N. (2019). End-user satisfaction as an impact of the system quality, information quality, and top management support, upon the perceived usefulness of technology utilization. *Journal of Marketing Development & Competitiveness*, 13(1), 59-75.

- Anderson, E. W. (1998). Customer satisfaction and word of mouth. *Journal of service research*, 1(1), 5-17.
- Asadi, S., Nilashi, M., Husin, A. R. C., & Yadegaridehkordi, E. (2017). Customers perspectives on adoption of cloud computing in banking sector. *Information Technology and Management*, 18(4), 305-330.
- Bagozzi, R. P., Gopinath, M., & Nyer, P. U. (1999). The role of emotions in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(2), 184-206.
- Benazic, D. (2023). PERCEIVED MOBILE BANKING SERVICE QUALITY BY USERS IN CROATIA. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 93-103.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- C.C, S., & Prathap, S. K. (2020). Continuance adoption of mobile-based payments in Covid-19 context: an integrated framework of health belief model and expectation confirmation model. *International Journal of Pervasive Computing and Communications*, 16(4), 351-369.
- Chiu, W., Cho, H., & Chi, C. G. (2021). Consumers' continuance intention to use fitness and health apps: an integration of the expectation–confirmation model and investment model. *Information Technology & People*, 34(3), 978-998.
- Cooil, B., Keiningham, T., Aksoy, L., & Hsu, M. (2007). A Longitudinal Analysis of Customer Satisfaction and Share of Wallet: Investigating the Moderating Effect of Customer Characteristics. *Journal of Marketing American Marketing Association ISSN*, 71, 67-83.
- Cronin, J. J. (2003). Looking back to see forward in services marketing: some ideas to consider. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(5), 332-337.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Dabholkar, P. A. (1996). Consumer evaluations of new technology-based self-service options: An investigation of alternative models of service quality. *International Journal of Research in Marketing*, 13(1), 29-51.

- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Delone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *J. of Management Information Systems*, 19, 9-30.
- Ezzi, S. (2014). A Theoretical Model for Internet Banking: Beyond Perceived Usefulness and Ease of Use. *Archives of Business Research*, 2, 31-46.
- Gefen, D., & Straub, D. (2003). Managing User Trust in B2C e-Services. *E-service Journal - e Serv J*, 2, 7-24.
- Hallowell, R. (1996). The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, 7(4), 27-42.
- Inan, D. I., Hidayanto, A. N., Juita, R., Soemawilaga, F. F., Melinda, F., Puspaciantya, P., & Amalia, Y. (2023). Service quality and self-determination theory towards continuance usage intention of mobile banking. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(2), 303-328.
- Izogo, E. E. (2016). Structural equation test of relationship quality. *International Journal of Emerging Markets*, 11(3), 374-394.
- Jiang, J., Klein, G., & Carr, C. (2002). Measuring information system service quality: SERVQUAL from the other side. *MIS Quarterly*, 26, 145-166.
- Kesharwani, A., & Singh Bisht, S. (2012). The impact of trust and perceived risk on internet banking adoption in India. *International Journal of Bank Marketing*, 30(4), 303-322.
- Kumar, V., Petersen, J. A., & Leone, R. P. (2007). How valuable is word of mouth?. *Harvard business review*, 85(10), 139.
- Lacap, J. P., & Alfonso, K. J. (2022). The Mediating Role of Patient Loyalty on the Relationship Between Satisfaction on Physical Environment and Intention to Recommend. *Asia-Pacific Social Science Review*, 22(2).
- Lai, P. C. (2016). Design and Security impact on consumers' intention to use single platform E-payment. *Interdisciplinary Information Sciences*, 22, 111-122.

- Lai, P. C., & Ahmad, Z. (2015). Consumers Intention to Use a Single Platform E-Payment System: A Study Among Malaysian Internet and Mobile Banking Users. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20, 1-13.
- Lai, P. C., & Lim, C. S. (2019). The Effects of Efficiency, Design and Enjoyment on Single Platform E-payment. *Research in Business and Management*, 6, 19.
- Lee, M.-C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130-141.
- Lin, C. S., Wu, S., & Tsai, R. J. (2005). Integrating perceived playfulness into expectation-confirmation model for web portal context. *Information & Management*, 42(5), 683-693.
- Liu, X., He, M., Gao, F., & Xie, P. (2008). An empirical study of online shopping customer satisfaction in China: a holistic perspective. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(11), 919-940.
- Lyytinen, K., & Hirschheim, R. (1988). Information Systems Failures – a Survey and Classification of the Empirical Literature. *Oxford Surveys in Information Technology*, 4, 257-309.
- Maria Correia Loureiro, S., Rüdiger Kaufmann, H., & Rabino, S. (2014). Intentions to use and recommend to others: an empirical study of online banking practices in Portugal and Austria. *Online Information Review*, 38(2), 186-208.
- Mbawuni, J., & Nimako, S. G. (2016). Direct and indirect effects of perceived usefulness of loans on clients' intention to recommend financial service providers. *International Journal of Financial Services Management*, 8(4), 333-349.
- Mir, R. A., Rameez, R., & Tahir, N. (2023). Measuring Internet banking service quality: an empirical evidence. *The TQM Journal*, 35(2), 492-518.
- Mkpojiogu, E. O., Hashim, N. L., & Adamu, R. (2016). Observed demographic differentials in user perceived satisfaction on the usability of mobile banking applications.
- Mutambik, I. (2023). Customer Experience in Open Banking and How It Affects Loyalty Intention: A Study from Saudi Arabia. *Sustainability*, 15(14), 10867.

- Nguyen, H. V., Vu, T. D., Nguyen, B. K., Nguyen, T. M. N., Do, B., & Nguyen, N. (2022). Evaluating the impact of e-service quality on customer intention to use video teller machine services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 167.
- Nguyen, O. T. (2020). Factors affecting the intention to use digital banking in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 303-310.
- Oghuma, A. P., Libaque-Saenz, C. F., Wong, S. F., & Chang, Y. (2016). An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging. *Telematics and Informatics*, 33(1), 34-47.
- Olaru, D., Purchase, S., & Peterson, N. (2008). From customer value to repurchase intentions and recommendations. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23(8), 554-565.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Orehovački, T., Blašković, L., & Kurevija, M. (2023). Evaluating the Perceived Quality of Mobile Banking Applications in Croatia: An Empirical Study. *Future Internet*, 15(1), 8.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Rabaa'i, A. A., & AlMaati, S. (2021). Exploring the determinants of users' continuance intention to use mobile banking services in Kuwait: Extending the expectation-confirmation model. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 31(2), 141-184.
- Rahi, S., Alghizzawi, M., & Ngah, A. H. (2023). Factors influence user's intention to continue use of e-banking during COVID-19 pandemic: the nexus between self-determination and expectation confirmation model. *EuroMed Journal of Business*, 18(3), 380-396.
- Rahi, S., Othman Mansour, M. M., Alharafsheh, M., & Alghizzawi, M. (2021). The post-adoption behavior of internet banking users through the eyes of self-determination theory and expectation confirmation model. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1874-1892.

- Reichheld, F. F. (2003). The one number you need to grow. *Harvard business review*, 81(12), 46-55.
- Routray, S., Khurana, R., Payal, R., & Gupta, R. (2019). A move towards cashless economy: A case of continuous usage of mobile wallets in India. *Theoretical Economics Letters*, 9(04), 1152.
- Rust, R. T., Zahorik, A. J., & Keiningham, T. L. (1995). Return on quality (ROQ): Making service quality financially accountable. *Journal of Marketing*, 59(2), 58-70.
- Sarkam, N. A., Razi, N. F. M., Mohammad, N. H., Jamil, N. I., & Kurniawati, L. (2022). Attitudes, security, and perceived ease of use influence the consumers' decision to use an e-payment system. *System*, 12(3), 357-368.
- Schultze, U. (2003). Complementing Self-Serve Technology with Service Relationships The Customer Perspective. *E-Service*, 3(1), 7-31.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). Theoretical framework in theoretical framework and hypothesis development. *Research methods for business: A skill building approach*, 80, 13-25.
- Shao, Z., Li, X., Guo, Y., & Zhang, L. (2020). Influence of service quality in sharing economy: Understanding customers' continuance intention of bicycle sharing. *Electronic Commerce Research and Applications*, 40, 100944.
- Sharma, G., & Malviya, S. (2011). Exploring the dimensions of mobile banking service quality. *Review of Business and Technology research*, 4(1), 187-196.
- Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, 58(8), 1675-1697.
- Wang, T., Lin, C. L., & Su, Y. S. (2021). Continuance intention of university students and online learning during the COVID-19 pandemic: A modified expectation confirmation model perspective. *Sustainability*, 13(8), 4586.
- Wang, Y.-S., & Liao, Y.-W. (2008). Assessing eGovernment systems success: A validation of the DeLone and McLean model of information systems success. *Government Information Quarterly*, 25(4), 717-733.

- Wulfert, T. (2019). Mobile app service quality dimensions and requirements for mobile shopping companion apps. *Junior Management Science*, 4(3), 339-391.
- Yavas, U., Bilgin, Z., & Shemwell, D. J. (1997). Service quality in the banking sector in an emerging economy: a consumer survey. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 217-223.
- Yoon, C. (2010). Antecedents of customer satisfaction with online banking in China: The effects of experience. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1296-1304.
- Yu, Y. S., Luo, M., & Zhu, D. H. (2018). The Effect of Quality Attributes on Visiting Consumers' Patronage Intentions of Green Restaurants. *Sustainability*, 10(4), 1187.
- Zeithaml, V. A. (2000). Service quality, profitability, and the economic worth of customers: what we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28, 67-85.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

Proceedings

- Hartono, I. K., Della, T. K., & Kawi, Y. A. (2021, July). Determinants factor affecting user continuance usage and intention to recommend of mobile telemedicine. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 794, No. 1, p. 012079). IOP Publishing.
- Kumar, N., Singh, M., Upreti, K., & Mohan, D. (2022). Blockchain adoption intention in higher education: role of trust, perceived security and privacy in technology adoption model. In *Proceedings of International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems: ICETIS 2021 (Volume 1)* (pp. 303-313). Springer International Publishing.
- Lin, J., Xiao, S., & Cao, Y. (2010). Predicting and explaining the adoption of mobile banking. In *Proceedings of the Annual Conference of China Institute of Communications* (pp. 421-424). Guangzhou: SCI.

Electronic Media

Pradhan, D. (2024, February 14). *What is mobile banking and how does it work?*.

Forbes. <https://www.forbes.com/advisor/in/banking/what-is-mobile-banking/>





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

Information Sheet & Consent Form

เพื่อให้เป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัยในคน แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล สำหรับการวิจัยและสถิติ และประโยชน์ของตัวท่านเอง โปรดอ่านเอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย และการให้ความยินยอมเพื่อการศึกษาวิจัย ดังลิงก์แนบ (ใส่ลิงก์เอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย ที่เป็น pdf ใส่ไว้ใน Google Drive ที่ผู้ตอบทุกคนเข้าถึงได้) ก่อนพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับการเข้าร่วมการวิจัย

หากท่านได้อ่านเอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย และการให้ความยินยอมเพื่อการศึกษาวิจัยข้างต้นอย่างครบถ้วนแล้ว ท่านให้ความยินยอมในการเก็บข้อมูลของท่านเพื่อการศึกษาวิจัย และมีความยินดีที่จะเข้าร่วมการวิจัย ตัดสินใจจะเข้าร่วมในโครงการวิจัย โปรดกด Next มิฉะนั้นโปรดปฏิเสธการทำแบบสอบถาม

ท่านได้อ่านเอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย และการให้ความยินยอมเพื่อการศึกษาวิจัยข้างต้นอย่างครบถ้วนแล้ว

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำการค้นคว้าอิสระของโครงการปริญญาโท ระบบสารสนเทศ เพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย

เอกสารชี้แจงข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

ชื่อโครงการ: ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ

ชื่อผู้วิจัย: ธนกฤต ตระกูลกิจเจริญ

ที่อยู่: โครงการปริญญาโท (MSMIS) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ท่าพระจันทร์) เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200

e-mail: thanakrit-tra65@tbs.tu.ac.th

เรียน ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทุกท่าน

ท่านได้รับเชิญให้เข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้เนื่องจากท่านเป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ขอให้ท่านอ่านเอกสารฉบับนี้อย่างถี่ถ้วน เพื่อให้ท่านได้ทราบถึงเหตุผลและรายละเอียดของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ท่านสามารถขอคำแนะนำในการเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้จากครอบครัว เพื่อน ของท่านได้ ท่านมีเวลาอย่างเพียงพอในการตัดสินใจโดยอิสระ ถ้าท่านตัดสินใจแล้วว่า จะเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ ขอให้ท่านลงนามในเอกสารแสดงความยินยอมของโครงการวิจัยนี้

1. เหตุที่ต้องทำวิจัยและเหตุผลที่ต้องการศึกษาในคน: เนื่องจากผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาและเก็บข้อมูลจากผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลและสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ: เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่องของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์

3. ประโยชน์ที่อาสาสมัครจะได้รับ: ผู้ตอบแบบสอบถามจะได้ให้ข้อมูลและความคิดเห็นจากการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อธนาคารจะได้นำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ เพื่อให้ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการให้กับผู้ใช้งานให้ดียิ่งขึ้น

4. จำนวนผู้เข้าร่วมการวิจัยทั้งสิ้น: ประมาณ 220 คน

5. ระยะเวลาที่จะทำวิจัยทั้งสิ้น (เดือน มกราคม ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567)

6. หากท่านตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะขอให้ท่านตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน จำนวน 54 ข้อ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จีเอชบี ออล เจน อย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัย/ความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค การรับรู้ประโยชน์ การยืนยันความคาดหวัง ความพึงพอใจ ความตั้งใจในการใช้งานต่อ และความตั้งใจที่จะแนะนำ

ส่วนที่ 3 คำถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ อาชีพ และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง

โดยใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 15 นาที และจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

7. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามผู้วิจัยจะใช้รหัสแทนชื่อและข้อมูลส่วนตัวของท่านในการบันทึกแบบสอบถาม และจะดำเนินการทำลายข้อมูลตลอดจนข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่าน 12 เดือนภายหลังการเขียนเล่มวิจัย และ/หรือตีพิมพ์ผลการวิจัยทั้งหมดเสร็จสิ้น

8. ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นเมื่อเข้าร่วมการวิจัย ท่านอาจรู้สึกอึดอัด หรืออาจรู้สึกไม่สบายใจ อยู่บ้างกับบางคำถาม ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามเหล่านั้นได้ รวมถึงท่านมีสิทธิ์ถอนตัวออกจาก โครงการนี้เมื่อใดก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า และการไม่เข้าร่วมวิจัยหรือถอนตัวออกจาก โครงการวิจัยนี้ จะไม่มีผลกระทบ

9. ข้อมูลส่วนตัวของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นรายบุคคล แต่จะ รายงานผลการวิจัยเป็นข้อมูลส่วนรวม ผู้ที่มีสิทธิ์เข้าถึงข้อมูลของท่านจะมีเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ และคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ เท่านั้น

10. หากมีข้อมูลใหม่ที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย นักวิจัยจะแจ้งให้ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยทราบ

11. การวิจัยครั้งนี้ท่านจะไม่ได้รับค่าตอบแทนและไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น

หากท่านมีข้อสงสัยที่จะสอบถามเกี่ยวกับการวิจัยนี้ ท่านสามารถติดต่อไปยัง นายธนกฤต ตรีตระกูลกิจเจริญ อีเมลล์ thanakrit-tra65@tbs.tu.ac.th ได้ตลอดเวลา

สิทธิ์ของผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัย ท่านจะมีสิทธิ์ดังต่อไปนี้

1. ท่านจะได้รับทราบถึงลักษณะและวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

2. ท่านจะได้รับการอธิบายถึงความเสี่ยงและความไม่สบายที่จะได้รับจากการวิจัย

3. ท่านจะได้รับการอธิบายถึงประโยชน์ที่ท่านอาจจะได้รับจากการวิจัย

4. ท่านจะมีโอกาสได้ซักถามเกี่ยวกับงานวิจัยหรือขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

5. ท่านจะได้รับทราบว่า การยินยอมเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้ ท่านสามารถขอถอนตัวจาก โครงการเมื่อไรก็ได้ โดยผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัยสามารถขอถอนตัวจากโครงการโดยไม่ได้รับ ผลกระทบ

6. ท่านจะได้รับสำเนาเอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัยและเอกสารใบยินยอม

7. ท่านมีสิทธิ์ในการตัดสินใจว่าจะเข้าร่วมในโครงการวิจัยหรือไม่ก็ได้ โดยปราศจากการใช้ อิทธิพลบังคับข่มขู่ หรือการหลอกลวง

หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย

ข้าพเจ้าขอทำหนังสือนี้ไว้ต่อหน้าหัวหน้าโครงการเพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่า

ข้อ 1. ก่อนลงนามในหนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัยนี้ ข้าพเจ้าได้รับการอธิบาย จากผู้วิจัยให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย กิจกรรมการวิจัย ความเสี่ยง รวมทั้งประโยชน์ที่อาจ เกิดขึ้นจากการวิจัยอย่างละเอียด และมีความเข้าใจดีแล้ว

ข้อ 2 ผู้วิจัยรับรองว่าจะตอบคำถามต่าง ๆ ที่ข้าพเจ้าสงสัยด้วยความเต็มใจ ไม่ปิดบัง ซ่อนเร้น จนข้าพเจ้าพอใจ

ข้อ 3 ข้าพเจ้าเข้าร่วมโครงการวิจัยนี้โดยสมัครใจ และข้าพเจ้ามีสิทธิที่จะบอกเลิกการเข้าร่วมในโครงการวิจัยนี้เมื่อใดก็ได้ และการบอกเลิกการเข้าร่วมวิจัยนี้จะไม่มีผลกระทบต่อสิทธิที่ข้าพเจ้าจะพึงได้รับต่อไป

ข้อ 4 ผู้วิจัยรับรองว่า จะเก็บข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าเป็นความลับ และจะเปิดเผยได้เฉพาะในรูปที่เป็นสรุปผลการวิจัย การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับตัวข้าพเจ้าต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกระทำได้เฉพาะกรณีจำเป็นด้วยเหตุผลทางวิชาการเท่านั้น

ข้อ 5 ผู้วิจัยรับรองว่า หากมีข้อมูลเพิ่มเติมที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา ข้าพเจ้าจะได้รับการแจ้งให้ทราบทันทีโดยไม่ปิดบัง ซ่อนเร้น

ข้อ 6 ข้าพเจ้าเข้าใจว่าการเข้าเป็นส่วนหนึ่งในการวิจัย จะต้องเข้าเกี่ยวข้องกับการตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน จำนวน 54 ข้อ

ข้อ 7 ข้าพเจ้าเข้าใจแล้วว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บรวบรวมไปนั้น หากสามารถระบุตัวตนข้าพเจ้าได้ เช่น ชื่อนามสกุล หรือที่อยู่ จะไม่ถูกเปิดเผยไปยังผู้อื่นนอกจากสมาชิกในงานศึกษาวิจัย

ข้อ 8 ข้าพเจ้านุญาตให้ข้อมูลของข้าพเจ้า ซึ่งข้าพเจ้าให้ไว้ได้วันนี้ สามารถเก็บไว้ที่ผู้วิจัย เพื่อสามารถนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยหรือการเรียนรู้ในอนาคตได้

ข้าพเจ้าได้อ่านข้อความข้างต้นแล้วมีความเข้าใจดีทุกประการ และได้ลงนามในใบยินยอมนี้ด้วยความเต็มใจ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องว่าง []

1. ปัจจุบัน ท่านเป็นผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

[] ใช่

[] ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน จีเอสพี ออล เจน อย่างต่อเนื่อง

คำชี้แจง: โปรดเลือกคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุด

แบ่งเป็น 5 ระดับคะแนน ดังนี้

5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 4 = เห็นด้วย, 3 = ปานกลาง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
การตอบสนอง (Responsiveness)						
1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ให้การตอบกลับที่รวดเร็วหากธุรกรรมของท่านไม่สำเร็จ (เช่น ไม่สามารถดำเนินการได้ โปรดติดต่อสาขา)					
2	หากมีข้อผิดพลาด หรือไม่สามารถทำรายการได้ แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน จะแก้ไขให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว (เช่น การคืนเงินกลับเข้าบัญชี หรือการปิดและเปิดแอปพลิเคชันใหม่โดยอัตโนมัติ)					
3	ท่านคิดว่าธนาคารจะแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การแจ้งเตือนผู้ใช้งาน การปิดปรับปรุงระบบ หรือการอัปเดตเวอร์ชัน)					
4	ท่านคิดว่าธนาคารจะสามารถแนะนำได้ว่าต้องทำอะไร หากธุรกรรมของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ทำไม่สำเร็จ					
ข้อมูล (Information)						
1	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน มีประโยชน์					
2	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน สามารถเข้าใจได้ง่าย					
3	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน น่าสนใจ					
4	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน เชื่อถือได้					
5	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน มีความครบถ้วนสมบูรณ์					

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Security and Privacy)						
1	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลบัญชีของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี					
2	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเงินในบัญชีธนาคารของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี					
3	ท่านคิดว่าท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างปลอดภัย โดยปราศจากความกังวล					
4	ท่านคิดว่าธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี					
5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของฉันทับบุคคลอื่น					
การออกแบบ (Design)						
1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่เป็นระเบียบ					
2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย					
3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่น่าใช้งาน					
4	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความสวยงาม					
5	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้รับการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญมาเป็นอย่างดี					

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
ประสิทธิภาพ (Performance)						
1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงกับความต้องการของท่าน					
2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน แสดงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง					
3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ					
4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถปรับแต่งหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของท่านได้ (เช่น การตั้งค่ารายการโปรด การจัดการบัญชี การตั้งค่าวงเงิน เป็นต้น)					
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (Technical Reliability)						
1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค (เช่น ระบบมีความเสถียร)					
2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมให้สำเร็จได้ตามที่ท่านต้องการ					
3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมได้ถูกต้อง					
4	ท่านคิดว่าธนาคารจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดทางเทคนิคทุกประเภท (เช่น ระบบล่ม แอปพลิเคชันไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ แอปพลิเคชันไม่แจ้งเตือนหรือแจ้งเตือนไม่ถูกต้อง หรือการหักเงินจากบัญชีผิดจากที่ระบุ เป็นต้น) ระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน					
5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถใช้งานได้ตามปกติ ตลอดเวลา					

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness)						
1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการเงินของท่าน (เช่น การโอนเงิน การรับเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการรายรับรายจ่าย)					
2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน					
3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยให้ท่านเข้าถึงบริการที่หลากหลาย					
4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันของท่าน					
การยืนยันความคาดหวัง (Confirmation)						
1	การใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของท่าน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้					
2	ท่านคิดว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้					
3	ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้					
ความพึงพอใจ (Satisfaction)						
1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน					
2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน					
3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน					

ข้อ	คำถาม	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (Continuance Usage Intention)						
1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ					
2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ในชีวิตประจำวันเสมอ					
3	ท่านวางแผนที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส					
4	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไปแทนการใช้บริการทางการเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)					
ความตั้งใจที่จะแนะนำ (Intention to Recommend)						
1	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับคนรอบข้าง					
2	ท่านจะพูดในแง่ดีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับผู้อื่น					
3	ท่านจะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน หากมีคนขอคำแนะนำจากท่าน					
4	ฉันจะสนับสนุนให้เพื่อนและครอบครัวของท่านให้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องว่าง []

1. เพศ

[] ชาย

[] หญิง

2. อายุ

[] 20-30 ปี

[] 31-40 ปี

[] 41-50 ปี

[] 51-60 ปี

[] มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

[] ต่ำกว่าปริญญาตรี

[] ปริญญาตรี

[] ปริญญาโท

[] สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ
- นักเรียน/นักศึกษา เจ้าของกิจการ
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน อื่นๆ (โปรดระบุ)
5. ความถี่ในการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน
- 1 – 5 ครั้ง/สัปดาห์ 6 - 10 ครั้ง/สัปดาห์
- 11 – 15 ครั้ง/สัปดาห์ มากกว่า 16 ครั้ง/สัปดาห์
6. ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ท่านใช้บริการในปัจจุบัน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- เงินฝาก
- สินเชื่อ
- สลากออมทรัพย์
7. วัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน ของท่าน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ลดปัญหาในการเดินทางไปสาขาของธนาคาร
- ไม่ต้องรอคิวรับบริการ
- สามารถทำธุรกรรมได้ง่ายด้วยตนเอง
- ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรม
- ต้องการใช้เทคโนโลยีทางการเงิน
- ทำธุรกรรมที่ไม่สามารถทำได้ที่สาขาของธนาคาร
8. ธุรกรรมทางการเงินที่ท่านใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี
- การโอนเงิน
- การชำระเงินกู้
- การขอใบเสร็จรับเงินชำระหนี้เงินกู้
- การเปิดบัญชีเงินฝาก
- การซื้อและตรวจรางวัลสลากออมทรัพย์
- การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ
- การตรวจสอบรายการเดินบัญชี
- การขอสินเชื่อ

9. ธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ที่ท่านต้องการให้ธนาคารอาคารสงเคราะห์พัฒนาและปรับปรุง (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- การตรวจสอบยอดเงินและความเคลื่อนไหวในบัญชี
 - การโอนเงิน
 - การชำระเงินกู้
 - การขอใบเสร็จรับเงินชำระหนี้เงินกู้
 - การเปิดบัญชีเงินฝาก
 - การซื้อและตรวจรางวัลสลากออมทรัพย์
 - การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการ
 - การตรวจสอบรายการเดินบัญชี
 - การขอสินเชื่อ
 - อื่นๆ (โปรดระบุ)
10. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน จากธนาคารอาคารสงเคราะห์ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- การประชาสัมพันธ์โดยเจ้าหน้าที่ของธนาคาร
 - เว็บไซต์ของธนาคาร
 - สื่อสิ่งพิมพ์
 - รายการโทรทัศน์หรือวิทยุ
 - สื่อสังคมออนไลน์ของธนาคาร
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ภาคผนวก ข
ผลการสอบทานการกระจายของข้อมูล

ตารางที่ ข.1

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
RES1	275	-0.005	0.147	-1.018	0.293
RES2	275	0.000	0.147	-1.033	0.293
RES3	275	-0.011	0.147	-1.032	0.293
RES4	275	-0.016	0.147	-1.018	0.293

ตารางที่ ข.2

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยข้อมูล

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
INFO1	275	-0.119	0.147	-0.525	0.293
INFO2	275	-0.115	0.147	-0.529	0.293
INFO3	275	-0.101	0.147	-0.492	0.293
INFO4	275	-0.105	0.147	-0.489	0.293
INFO5	275	-0.126	0.147	-0.542	0.293

ตารางที่ ข.3

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
SP1	275	-0.129	0.147	-0.464	0.293
SP2	275	-0.129	0.147	-0.464	0.293
SP3	275	-0.154	0.147	-0.509	0.293
SP4	275	-0.057	0.147	-0.292	0.293
SP5	275	-0.108	0.147	-0.436	0.293

ตารางที่ ข.4

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการออกแบบ

	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
DES1	275	-0.503	0.147	0.866	0.293
DES2	275	-0.463	0.147	1.414	0.293
DES3	275	-0.454	0.147	1.686	0.293
DES4	275	-0.459	0.147	2.465	0.293
DES5	275	-0.454	0.147	1.686	0.293

ตารางที่ ข.5

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ

	N	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
PERF1	275	-0.115	0.147	-0.529	0.293
PERF2	275	-0.117	0.147	-0.550	0.293
PERF3	275	-0.095	0.147	-0.473	0.293
PERF4	275	-0.103	0.147	-0.515	0.293

ตารางที่ ข.6

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
TR1	275	-0.077	0.147	-0.359	0.293
TR2	275	-0.086	0.147	-0.377	0.293
TR3	275	-0.109	0.147	-0.434	0.293
TR4	275	0.076	0.147	-0.234	0.293
TR5	275	-0.051	0.147	-0.297	0.293

ตารางที่ ข.7

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
PU1	275	0.177	0.147	0.251	0.293
PU2	275	0.093	0.147	-0.136	0.293
PU3	275	-0.021	0.147	-0.309	0.293
PU4	275	-0.023	0.147	-0.270	0.293

ตารางที่ ข.8

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
CF1	275	-.011	0.147	-.217	0.293
CF2	275	-.018	0.147	-.278	0.293
CF3	275	.081	0.147	-.118	0.293

ตารางที่ ข.9

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
SAT1	275	-.008	0.147	-.637	0.293
SAT2	275	-.069	0.147	-.404	0.293
SAT3	275	-.229	0.147	-.791	0.293

ตารางที่ ข.10

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการทำงานต่อ

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
CI1	275	.053	0.147	-.197	0.293
CI2	275	.081	0.147	-.118	0.293
CI3	275	-.217	0.147	-.596	0.293
CI4	275	.112	0.147	-.475	0.293

ตารางที่ ข.11

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

	N Statistic	Skewness		Kurtosis	
		Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
RI1	275	.024	0.147	-.307	0.293
RI2	275	-.119	0.147	-.449	0.293
RI3	275	-.026	0.147	-.372	0.293
RI4	275	-.033	0.147	-.359	0.293

ภาคผนวก ค

การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity)

ตารางที่ ค.1

การวิเคราะห์องค์ประกอบ Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.830
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	11855.794
	df	496
	Sig.	<.001

ตารางที่ ค.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
RES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน ให้การตอบกลับที่รวดเร็วหากธุรกรรมของท่านไม่สำเร็จ (เช่น ไม่สามารถดำเนินการได้ โปรดติดต่อสาขา)				.970		
RES2	หากมีข้อผิดพลาด หรือไม่สามารถทำรายการได้ แอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน จะแก้ไขให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว (เช่น การคืนเงินกลับเข้าบัญชี หรือการปิดและเปิดแอปพลิเคชันใหม่โดยอัตโนมัติ)				.963		
RES3	ท่านคิดว่าธนาคารจะแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน ได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การแจ้งเตือนผู้ใช้งาน การปิดปรับปรุงระบบ หรือการอัปเดตเวอร์ชัน)				.968		

ตารางที่ ค.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
RES4	ท่านคิดว่าธนาคารจะสามารถแนะนำได้ว่าต้องทำอะไร หากธุรกรรมของท่านในแอปพลิเคชันจีเอชบี ออล เจน ทำไม่สำเร็จ				.959		
INFO1	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	.951					
INFO2	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถเข้าใจได้ง่าย	.956					
INFO3	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน น่าสนใจ	.958					
INFO4	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เชื่อถือได้	.956					
INFO5	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความครบถ้วนสมบูรณ์	.940					
SP1	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลบัญชีของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี		.942				
SP2	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเงินในบัญชีธนาคารของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี		.954				

ตารางที่ ค.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
SP3	ท่านคิดว่าท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างปลอดภัย โดยปราศจากความกังวล		.953				
SP4	ท่านคิดว่าธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี		.918				
SP5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของฉันทับบุคคลอื่น		.929				
DES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่เป็นระเบียบ (เช่น รายการธุรกรรม เมนูการจัดวางไอคอน ฯลฯ)						.612
DES2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย						.696
DES3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่หน้าใช้งาน						.712
DES4	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว ฟอนต์ ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความสวยงาม						.696

ตารางที่ ค.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
DES5	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้รับการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญมาเป็นอย่างดี						.673
PERF1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีรายการธุรกรรมทางการเงินที่ครบถ้วน และตรงกับความต้องการของท่าน			.940			
PERF2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน แสดงข้อมูลต่าง ๆ ได้ อย่างถูกต้อง			.949			
PERF3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ			.960			
PERF4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถปรับแต่งหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของท่านได้ (เช่น การตั้งค่ารายการโปรด การจัดการบัญชี การตั้งค่าวงเงิน เป็นต้น)			.958			
TR1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค (เช่น ระบบมีความเสถียร)					.592	
TR2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมให้สำเร็จได้ตามที่ท่านต้องการ					.687	

ตารางที่ ค.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
TR3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรม ได้ถูกต้อง					.639	
TR4	ท่านคิดว่าธนาคารจะรับผิดชอบ ต่อความผิดพลาดทางเทคนิคทุก ประเภท (เช่น ระบบล่ม แอปพลิเคชันไม่สามารถใช้งาน ได้ตามปกติ แอปพลิเคชันไม่ แจ้งเตือนหรือแจ้งเตือนไม่ ถูกต้อง หรือการหักเงินจาก บัญชีผิดจากที่ระบุ เป็นต้น) ระหว่างการทำธุรกรรมทางการ เงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน					.655	
TR5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถใช้งานได้ ตามปกติ ตลอดเวลา					.655	
Eigenvalue		8.350	3.990	3.367	2.742	2.206	1.485
Variance (%)		29.822	14.252	12.027	9.793	7.878	5.305

ตารางที่ ค.3

การวิเคราะห์องค์ประกอบตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง
(Expectation – Confirmation Model: ECM)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.845
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2270.593
	df	91
	Sig.	.000

ตารางที่ ค.4

การจัดกลุ่มของตัวแปรตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง
(Expectation – Confirmation Model: ECM)

ตัววัด		1	2	3	4
PU1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการเงินของท่าน (เช่น การโอนเงิน การรับเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการรายรับรายจ่าย)	.837			
PU2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	.891			
PU3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วย让您เข้าถึงบริการที่หลากหลาย	.698			
PU4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันของท่าน	.898			
CF1	การใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของท่านเป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้			.570	
CF2	ท่านคิดว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้			.870	
CF3	ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้			.881	
SAT1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน				.764
SAT2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน				.706
SAT3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน				.662

ตารางที่ ค.4

การจัดกลุ่มของตัวแปรตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง
(Expectation – Confirmation Model: ECM) (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4
CI1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจนต่อ		.865		
CI2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ใน ชีวิตประจำวันเสมอ		.585		
CI3	ท่านวางแผนที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส		.899		
CI4	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไปแทนการใช้บริการทางการเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)		.881		
Eigenvalue		5.526	1.846	1.527	1.166
Variance (%)		39.473	13.185	10.909	8.331

ตารางที่ ค.5

การวิเคราะห์หองค์ประกอบตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.820
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1569.691
	df	55
	Sig.	.000

ตารางที่ ค.6

การจัดกลุ่มของตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

ตัววัด		1	2	3
SAT1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน			.646
SAT2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน			.740
SAT3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน			.754
CI1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ	.887		
CI2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ใน ชีวิตประจำวันเสมอ	.650		
CI3	ท่านวางแผนที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส	.900		
CI4	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไป แทนการใช้บริการทางการเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)	.889		
RI1	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับคนรอบข้าง		.908	
RI2	ท่านจะพูดในแง่ดีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับผู้อื่น		.592	
RI3	ท่านจะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน หากมีคน ขอคำแนะนำจากท่าน		.896	
RI4	ฉันจะสนับสนุนให้เพื่อนและครอบครัวของท่านให้ใช้งาน แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน		.675	
Eigenvalue		4.517	1.930	0.994
Variance (%)		41.065	17.550	9.033

ภาคผนวก ง

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha)

ตารางที่ ง.1

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง

Cronbach's Alpha	N of Items
0.990	4

ตารางที่ ง.2

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้การตอบกลับที่รวดเร็วหากธุรกรรมของท่านไม่สำเร็จ (เช่น ไม่สามารถดำเนินการได้ โปรดติดต่อสาขา)	0.979	0.984
RES2	หากมีข้อผิดพลาด หรือไม่สามารถทำรายการได้ แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน จะแก้ไขให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว (เช่น การคืนเงินกลับเข้าบัญชี หรือการปิดและเปิดแอปพลิเคชันใหม่โดยอัตโนมัติ)	0.970	0.987
RES3	ท่านคิดว่าธนาคารจะแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การแจ้งเตือนผู้ใช้งาน การปิดปรับปรุงระบบ หรือการอัปเดตเวอร์ชัน)	0.969	0.987
RES4	ท่านคิดว่าธนาคารจะสามารถแนะนำได้ว่าต้องทำอะไร หากธุรกรรมของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทำไม่สำเร็จ	0.973	0.986

ตารางที่ ง.3

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยข้อมูล

Cronbach's Alpha	N of Items
0.991	5

ตารางที่ ง.4

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยข้อมูล

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
INFO1	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	0.978	0.987
INFO2	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถเข้าใจได้ง่าย	0.972	0.988
INFO3	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน น่าสนใจ	0.978	0.987
INFO4	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เชื่อถือได้	0.968	0.989
INFO5	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความครบถ้วนสมบูรณ์	0.962	0.990

ตารางที่ ง.5

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

Cronbach's Alpha	N of Items
0.986	5

ตารางที่ ง.6

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SP1	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลบัญชีของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	0.970	0.981
SP2	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเงินในบัญชีธนาคารของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	0.974	0.980
SP3	ท่านคิดว่าท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างปลอดภัย โดยปราศจากความกังวล	0.973	0.980
SP4	ท่านคิดว่าธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	0.918	0.988
SP5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของฉันทับบุคคลอื่น	0.954	0.983

ตารางที่ ง.7

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการออกแบบ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.707	5

ตารางที่ ง.8

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการออกแบบ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่เป็นระเบียบ (เช่น รายการธุรกรรม เมนู การจัดวางไอคอน ฯลฯ)	0.408	0.684
DES2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย	0.494	0.646
DES3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีการออกแบบที่น่าใช้งาน	0.509	0.640
DES4	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความสวยงาม	0.476	0.655
DES5	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้รับการออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญมาเป็นอย่างดี	0.439	0.669

ตารางที่ ง.9

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.991	4

ตารางที่ ง.10

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERF1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีรายการธุรกรรมทางการเงินที่ครบถ้วน และตรงกับความต้องการของท่าน	0.960	0.992
PERF2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน แสดงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	0.977	0.987
PERF3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ	0.981	0.986
PERF4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถปรับแต่งหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของท่านได้ (เช่น การตั้งค่ารายการโปรด การจัดการบัญชี การตั้งค่าวงเงิน เป็นต้น)	0.985	0.985

ตารางที่ ง.11

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค

Cronbach's Alpha	N of Items
0.714	5

ตารางที่ ง.12

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TR1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค (เช่น ระบบมีความเสถียร)	0.375	0.704
TR2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมให้สำเร็จได้ตามที่ท่านต้องการ	0.524	0.644
TR3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมได้ถูกต้อง	0.520	0.646
TR4	ท่านคิดว่าธนาคารจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดทางเทคนิคทุกประเภท (เช่น ระบบล่ม แอปพลิเคชันไม่สามารถใช้งานได้ ตามปกติ แอปพลิเคชันไม่แจ้งเตือนหรือแจ้งเตือนไม่ถูกต้อง หรือการหักเงินจากบัญชีผิดจากที่ระบุ เป็นต้น) ระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.486	0.661
TR5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถใช้งานได้ตามปกติ ตลอดเวลา	0.457	0.672

ตารางที่ ง.13

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์

Cronbach's Alpha	N of Items
0.903	4

ตารางที่ ง.14

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PU1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการเงินของท่าน (เช่น การโอนเงิน การรับเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการรายรับรายจ่าย)	0.766	0.881
PU2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	0.878	0.840
PU3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยให้ท่านเข้าถึงบริการที่หลากหลาย	0.639	0.926
PU4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันของท่าน	0.863	0.844

ตารางที่ ง.15

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง

Cronbach's Alpha	N of Items
0.748	3

ตารางที่ ง.16

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CF1	การใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของท่าน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	0.368	0.890
CF2	ท่านคิดว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	0.697	0.516
CF3	ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	0.699	0.520

ตารางที่ ง.17

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.628	3

ตารางที่ ง.18

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SAT1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.413	0.564
SAT2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.492	0.455

ตารางที่ ง.18

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ (ต่อ)

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SAT3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.419	0.568

ตารางที่ ง.19

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.880	4

ตารางที่ ง.20

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการใช้งานต่อ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CI1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ	0.831	0.811
CI2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ในชีวิตประจำวันเสมอ	0.556	0.912
CI3	ท่านวางแผนที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส	0.770	0.836
CI4	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไปแทนการใช้บริการทางการเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)	0.828	0.814

ตารางที่ ง.21

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.826	4

ตารางที่ ง.22

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RI1	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับคนรอบข้าง	0.792	0.717
RI2	ท่านจะพูดในแง่ดีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับผู้อื่น	0.517	0.843
RI3	ท่านจะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน หากมีคนขอคำแนะนำจากท่าน	0.756	0.733
RI4	ฉันจะสนับสนุนให้เพื่อนและครอบครัวของท่านให้ใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.566	0.819

ภาคผนวก จ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละปัจจัย

ตารางที่ จ.1

สรุปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ตัวแปร	RES	INFO	SP	DES	PERF	TR	PU	CF	SAT	CI	RI
RES	1.000										
INFO	.099	1.000									
SP	.166**	.322**	1.000								
DES	.040	-.075	.083	1.000							
PERF	.229**	.221**	.345**	.019	1.000						
TR	.314**	.386**	.321**	-.062	.326**	1.000					
PU	.291**	.315**	.365**	.018	.245**	.436**	1.000				
CF	.199**	.261**	.337**	.061	.202**	.471**	.355**	1.000			
SAT	.340**	.354**	.372**	-.045	.411**	.553**	.439**	.360**	1.000		
CI	.275**	.364**	.411**	-.014	.336**	.496**	.438**	.379**	.369**	1.000	
RI	.231**	.279**	.301**	.083	.366**	.474**	.390**	.389**	.517**	.360**	1.000

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

ตารางที่ จ.2

ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค และการยืนยันความคาดหวัง

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
การตอบสนอง (RES)	0.797	1.255
ข้อมูล (INFO)	0.757	1.321
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (SP)	0.970	1.031
การออกแบบ (DES)	0.826	1.210
ประสิทธิภาพ (PERF)	0.658	1.519
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (TR)	0.732	1.366
การยืนยันความคาดหวัง (CF)	0.797	1.255

ตารางที่ จ.3

ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรการตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
การตอบสนอง (RES)	0.878	1.139
ข้อมูล (INFO)	0.798	1.254
ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (SP)	0.785	1.274
การออกแบบ (DES)	0.975	1.026
ประสิทธิภาพ (PERF)	0.813	1.230
ความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (TR)	0.718	1.393

ตารางที่ จ.4

ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ และการยืนยัน ความคาดหวัง

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	0.874	1.144
การยืนยันความคาดหวัง (CF)	0.874	1.144

ตารางที่ จ.5

ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
การรับรู้ประโยชน์ (PU)	0.807	1.239
ความพึงพอใจ (SAT)	0.807	1.239

ตารางที่ จ.6

ผลการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรความพึงพอใจ และความตั้งใจ
ในการใช้งานต่อ

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ความพึงพอใจ (SAT)	0.864	1.158
ความตั้งใจในการใช้งานต่อ (CI)	0.864	1.158



ภาคผนวก ฉ
ผลการตรวจสอบความเที่ยงแบบสอบถาม (Pretest)

ตารางที่ ฉ.1

การวิเคราะห์องค์ประกอบ Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.520
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	674.228
	df	231
	Sig.	.000

ตารางที่ ฉ.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
RES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ให้การตอบกลับที่รวดเร็วหากธุรกรรมของท่านไม่สำเร็จ (เช่น ไม่สามารถดำเนินการได้ โปรดติดต่อสาขา)			.581			
RES2	หากมีข้อผิดพลาด หรือไม่ สามารถทำรายการได้ แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน จะแก้ไขให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว (เช่น การคืนเงินกลับเข้าบัญชี หรือการปิดและเปิดแอปพลิเคชันใหม่โดยอัตโนมัติ)			.813			
RES3	ท่านคิดว่าธนาคารจะแก้ไข ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การแจ้งเตือน ผู้ใช้งาน การปิดปรับปรุงระบบ หรือการอัปเดตเวอร์ชัน)			.890			

ตารางที่ จ.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
RES4	ท่านคิดว่าธนาคารจะสามารถแนะนำได้ว่าต้องทำอะไร หากธุรกรรมของท่านในแอปพลิเคชันจีเอชบี ออล เจน ทำไม่สำเร็จ			.929			
INFO2	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถเข้าใจได้ง่าย						.890
INFO3	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน น่าสนใจ						.863
INFO5	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความครบถ้วนสมบูรณ์						.761
SP1	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลบัญชีของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	.968					
SP2	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเงินในบัญชีธนาคารของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	.913					
SP3	ท่านคิดว่าท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างปลอดภัย โดยปราศจากความกังวล	.813					

ตารางที่ จ.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
SP4	ท่านคิดว่าธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเจน เป็นอย่างดี	.888					
SP5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเจน ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของฉันทับบุคคลอื่น	.917					
DES2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเจน มีการออกแบบให้ใช้งานง่าย				.860		
DES3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเจน มีการออกแบบที่น่าใช้งาน				.951		
DES4	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเจน มีความสวยงาม				.878		
PERF2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเจน แสดงข้อมูลต่าง ๆ ได้ถูกต้อง					.909	
PERF3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออลเจน ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ					.727	

ตารางที่ จ.2

การจัดกลุ่มของตัวแปร Mobile App Service Quality (MASQ) จำนวน 6 ตัวแปร (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4	5	6
PERF4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถปรับแต่งหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของท่านได้ (เช่น การตั้งค่ารายการโปรด การจัดการบัญชี การตั้งค่าวงเงิน เป็นต้น)					.908	
TR1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค (เช่น ระบบมีความเสถียร)		.721				
TR2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมให้สำเร็จได้ตามที่ท่านต้องการ		.931				
TR4	ท่านคิดว่าธนาคารจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดทางเทคนิคทุกประเภท (เช่น ระบบล่ม แอปพลิเคชันไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ แอปพลิเคชันไม่แจ้งเตือนหรือแจ้งเตือนไม่ถูกต้อง หรือการหักเงินจากบัญชีผิดจากที่ระบุ เป็นต้น) ระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน		.939				
TR5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถใช้งานได้ตามปกติ ตลอดเวลา		.918				
Eigenvalue		5.273	3.844	3.422	2.543	1.960	1.493
Variance (%)		23.969	17.472	15.556	11.559	8.909	6.787

ตารางที่ ๓.3

การวิเคราะห์องค์ประกอบตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง
(Expectation – Confirmation Model: ECM)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.569
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	441.826
	df	78
	Sig.	.000

ตารางที่ ๓.4

การจัดกลุ่มของตัวแปรตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง
(Expectation – Confirmation Model: ECM)

ตัววัด		1	2	3	4
PU1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสซี ออล เจน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการเงินของท่าน (เช่น การโอนเงิน การรับเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการรายรับรายจ่าย)	.951			
PU2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสซี ออล เจน ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	.939			
PU3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสซี ออล เจน ช่วยให้ท่านเข้าถึงบริการที่หลากหลาย	.869			
PU4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสซี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันของท่าน	.814			
CF1	การใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอสซี ออล เจน ของท่าน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้		.965		

ตารางที่ ๑.4

การจัดกลุ่มของตัวแปรตามแบบจำลองความคาดหวังและการยอมรับการใช้งานต่อเนื่อง
(Expectation – Confirmation Model: ECM) (ต่อ)

ตัววัด		1	2	3	4
CF2	ท่านคิดว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและ ความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือ ทางเทคนิค ของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้		.945		
CF3	ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจาก การใช้แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้		.916		
SAT1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงิน บนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน			.975	
SAT2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน			.944	
SAT3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน			.879	
CI1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ				.941
CI2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ในชีวิตประจำวันเสมอ				.883
CI4	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไปแทนการใช้บริการทาง การเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)				.868
Eigenvalue		4.217	3.382	2.291	1.566
Variance (%)		32.437	26.019	17.623	12.042

ตารางที่ ๑.5

การวิเคราะห์องค์ประกอบตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.560
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	276.098
	df	36
	Sig.	.000

ตารางที่ ๑.6

การจัดกลุ่มของตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะแนะนำ

ตัววัด		1	2	3
SAT1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	.969		
SAT2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	.920		
SAT3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	.917		
CI1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ		.864	
CI2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ในชีวิตประจำวันเสมอ		.953	
CI4	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อไป แทนการใช้บริการทางการเงินอื่น (เช่น ตู้เอทีเอ็ม)		.855	
RI1	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับคนรอบข้าง			.937
RI2	ท่านจะพูดในแง่ดีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับผู้อื่น			.871
RI3	ท่านจะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน หากมีคนขอคำแนะนำจากท่าน			.843
Eigenvalue		4.427	1.842	1.598
Variance (%)		49.185	20.465	17.757

ตารางที่ ฉ.7

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง

Cronbach's Alpha	N of Items
0.806	4

ตารางที่ ฉ.8

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการตอบสนอง

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RES1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ให้การตอบกลับที่รวดเร็วหากธุรกรรมของท่านไม่สำเร็จ (เช่น ไม่สามารถดำเนินการได้ โปรดติดต่อสาขา)	0.460	0.894
RES2	หากมีข้อผิดพลาด หรือไม่สามารถทำรายการได้ แอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน จะแก้ไขให้ถูกต้องอย่างรวดเร็ว (เช่น การคืนเงินกลับเข้าบัญชี หรือการปิดและเปิดแอปพลิเคชันใหม่โดยอัตโนมัติ)	0.758	0.710
RES3	ท่านคิดว่าธนาคารจะแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ได้อย่างรวดเร็ว (เช่น การแจ้งเตือนผู้ใช้งาน การปิดปรับปรุงระบบ หรือการอัปเดตเวอร์ชัน)	0.679	0.733
RES4	ท่านคิดว่าธนาคารจะสามารถแนะนำได้ว่าต้องทำอะไร หากธุรกรรมของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอสบี ออล เจน ทำไม่สำเร็จ	0.758	0.710

ตารางที่ ฉ.9

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยข้อมูล

Cronbach's Alpha	N of Items
0.820	3

ตารางที่ ฉ.10

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยข้อมูล

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
INFO2	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน สามารถเข้าใจได้ง่าย	0.812	0.647
INFO3	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน น่าสนใจ	0.659	0.780
INFO5	ท่านคิดว่าข้อมูลหรือคำแนะนำในการใช้แอปพลิเคชัน จีเอชพี ออล เจน มีความครบถ้วนสมบูรณ์	0.642	0.854

ตารางที่ ฉ.11

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

Cronbach's Alpha	N of Items
0.945	5

ตารางที่ ๑.12

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SP1	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยข้อมูลบัญชีของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	0.966	0.912
SP2	ท่านคิดว่าธนาคารมีการรักษาความปลอดภัยเงินในบัญชีธนาคารของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	0.867	0.930
SP3	ท่านคิดว่าท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ได้อย่างปลอดภัย โดยปราศจากความกังวล	0.706	0.956
SP4	ท่านคิดว่าธนาคารมีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของท่านในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นอย่างดี	0.853	0.935
SP5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินของฉันทับบุคคลอื่น	0.883	0.927

ตารางที่ ๑.13

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการออกแบบ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.933	3

ตารางที่ จ.14

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการออกแบบ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DES2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มี การออกแบบให้ใช้งานง่าย	0.879	0.890
DES3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มี การออกแบบที่นำใช้งาน	0.879	0.890
DES4	ท่านคิดว่าการออกแบบ (เช่น สี ภาพเคลื่อนไหว พื้นหลัง ฯลฯ) ในแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีความสวยงาม	0.830	0.929

ตารางที่ จ.15

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.851	3

ตารางที่ จ.16

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERF2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน แสดงข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง	0.854	0.664
PERF3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพสม่ำเสมอ	0.614	0.897

ตารางที่ ฉ.16

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยประสิทธิภาพ (ต่อ)

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PERF4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน สามารถปรับแต่งหรือปรับเปลี่ยนการทำงาน เพื่อตอบสนองความต้องการของท่านได้ (เช่น การตั้งค่ารายการโปรด การจัดการบัญชี การตั้งค่าวงเงิน เป็นต้น)	0.711	0.801

ตารางที่ ฉ.17

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค

Cronbach's Alpha	N of Items
0.919	4

ตารางที่ ฉ.18

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TR1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน มีความน่าเชื่อถือด้านเทคนิค (เช่น ระบบมีความเสถียร)	0.638	0.948
TR2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอสพี ออล เจน สามารถทำธุรกรรมให้สำเร็จได้ตามที่ท่านต้องการ	0.873	0.873

ตารางที่ ฉ.18

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความน่าเชื่อถือทางเทคนิค (ต่อ)

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TR4	ท่านคิดว่าธนาคารจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดทางเทคนิคทุกประเภท (เช่น ระบบล่ม แอปพลิเคชันไม่สามารถใช้งานได้ตามปกติ แอปพลิเคชันไม่แจ้งเตือนหรือแจ้งเตือนไม่ถูกต้อง หรือการหักเงินจากบัญชีผิดจากที่ระบุ เป็นต้น) ระหว่างการทำธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.873	0.873
TR5	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน สามารถใช้งานได้ตามปกติ ตลอดเวลา	0.879	0.871

ตารางที่ ฉ.19

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์

Cronbach's Alpha	N of Items
0.928	4

ตารางที่ ฉ.20

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PU1	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านการเงินของท่าน (เช่น การโอนเงิน การรับเงิน การชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการรายรับรายจ่าย)	0.933	0.872

ตารางที่ จ.20

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ (ต่อ)

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PU2	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินของท่าน	0.778	0.923
PU3	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ช่วยให้ท่านเข้าถึงบริการที่หลากหลาย	0.876	0.891
PU4	ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน มีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินในชีวิตประจำวันของท่าน	0.746	0.934

ตารางที่ จ.21

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง

Cronbach's Alpha	N of Items
0.935	3

ตารางที่ จ.22

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CF1	การใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ของท่าน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	0.794	0.960

ตารางที่ จ.22

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยการยืนยันความคาดหวัง (ต่อ)

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CF2	ท่านคิดว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ได้แก่ การตอบสนอง ข้อมูล ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว การออกแบบ ประสิทธิภาพ และความน่าเชื่อถือทางเทคนิค ของแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	0.859	0.911
CF3	ท่านคิดว่าประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการใช้ แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน เป็นไปตามที่ท่านคาดหวังไว้	0.950	0.837

ตารางที่ จ.23

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.957	3

ตารางที่ จ.24

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความพึงพอใจ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SAT1	ท่านพึงพอใจเมื่อทำธุรกรรมทางการเงินบน แอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.974	0.889
SAT2	ท่านมีความสุขกับการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.895	0.951
SAT3	ท่านพอใจกับการให้บริการแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน	0.872	0.964

ตารางที่ ฉ.25

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการทำงานต่อ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.911	3

ตารางที่ ฉ.26

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจในการทำงานต่อ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CI1	ท่านตั้งใจที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ต่อ	0.974	0.889
CI2	ท่านจะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ในชีวิตประจำวันเสมอ	0.895	0.951
CI3	ท่านวางแผนที่จะใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน ทุกครั้งเมื่อมีโอกาส	0.872	0.964

ตารางที่ ฉ.27

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาชของกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

Cronbach's Alpha	N of Items
0.895	3

ตารางที่ ฉ.28

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RI1	ท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำการใช้งานแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับคนรอบข้าง	0.889	0.764

ตารางที่ จ.28

ตัวแปรในกลุ่มปัจจัยความตั้งใจที่จะแนะนำ (ต่อ)

	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RI2	ท่านจะพูดในแง่ดีเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน กับผู้อื่น	0.747	0.891
RI3	ท่านจะแนะนำแอปพลิเคชัน จีเอชบี ออล เจน หากมีคนขอคำแนะนำจากท่าน	0.752	0.886

