

การยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้โดยมี ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

นิพนธ์ บัวบาน¹, ทรงพร หาญสันติ² และ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ³

Received: April 1, 2022

Revised: November 4, 2022

Accepted: November 10, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT 2) เพื่อศึกษาความสำเร็จของระบบสารสนเทศของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT 4) เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้งานของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT 5) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน 6) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่มีต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย จำนวน 450 คน ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยด้วยวิธีการสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่า 1) การยอมรับเทคโนโลยี ในด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน 2) ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ในด้าน คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ และคุณภาพการบริการส่งผลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน 3) ความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลทางตรงต่อความตั้งใจใช้ 4) การยอมรับเทคโนโลยีในด้าน การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน 5) ความสำเร็จของระบบสารสนเทศในด้าน คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ และคุณภาพการบริการส่งผลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, ความตั้งใจใช้, ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน, ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ

¹ นิสิตปริญญาโท, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (ผู้รับผิดชอบบทความ, Email: nipon.bua@ku.th)

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ภาควิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Email: fbusspha@ku.ac.th)

³ รองศาสตราจารย์, ภาควิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Email: fbuscjc@ku.ac.th)

Technology Acceptance and Information System Success Affecting Intention to Use with User's Satisfaction as a Mediator: A Case Study of Krungthai NEXT application

Nipon Buaban¹, Songporn Hansanti² and Chuenjit Changchenkit³

Received: April 1, 2022

Revised: November 4, 2022

Accepted: November 10, 2022

Abstract

The purposes of this research were to study 1) to study technology acceptance of Krungthai NEXT application 2) to study information system success of Krungthai NEXT application 3) to study user's satisfaction of Krungthai NEXT application 4) to study intention to use of Krungthai NEXT application 5) to study technology acceptance toward intention to use of Krungthai NEXT application with user's satisfaction as the mediator and 6) to study information system success toward intention to use of Krungthai NEXT application with user's satisfaction as the mediator. This research collected 450 samples from Those who use mobile banking services by Krungthai NEXT application of Krung Thai Bank. The questionnaires were used to conduct the survey. The data were analyzed by descriptive statistics including frequencies, means, percentages and standard deviations. The study found 1) technology acceptance included the Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use which have direct effect the user's satisfaction 2) information system success included the Information System Success, Information Quality, and Service Quality which have direct effect the user's satisfaction 3) user's satisfaction which has direct effect the Intention to Use 4) technology acceptance included the Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use which have indirect effect the Intention to Use with user's satisfaction as a mediator 5) information system success included the Information System Success, Information Quality, and Service Quality which have indirect effect the Intention to Use with user's satisfaction as a mediator at statistically significant 0.001

Keywords: Information Quality, Intention to Use, Technology Acceptance, User Satisfaction

¹ Student in Master of Business Administration, Faculty of Business Administration, Kasetsart University
(Corresponding author, Email: nipon.bua@ku.th)

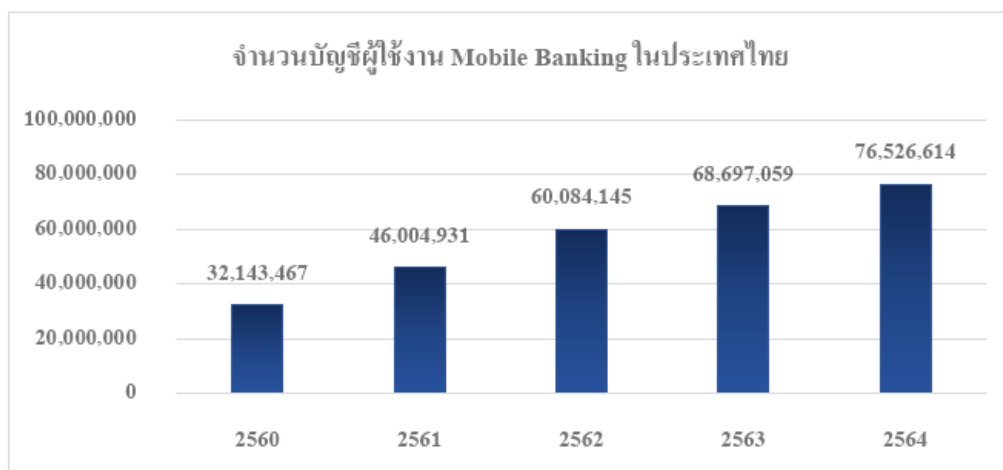
² Assistant Professor, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Kasetsart University
(Email: fbusspha@ku.ac.th)

³ Associate Professor, Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Kasetsart University
(Email: fbuscjc@ku.ac.th)

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลกำลังทำให้สังคมโลกเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด มีการติดต่อเชื่อมโยงอย่างไร้พรมแดนโดยการใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร การโทรคมนาคม ที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางเชื่อมโยงไปในทุกพื้นที่ และสามารถส่งผ่านข้อมูลได้อย่างรวดเร็วอย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลแบบเต็มตัว (ปิยศักดิ์ มานะสันต์, 2560) ส่งผลให้ภาคธุรกิจนั้นได้มีการนำเทคโนโลยี เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี วิถีชีวิต และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้คนในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด -19 ที่ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ จำเป็นต้องทำผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้เทคโนโลยีการให้บริการธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบดิจิทัลมีการเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจบริการในรูปแบบดิจิทัลในช่วงเวลา 2564 ถึง 2566 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10.5 ต่อปี (ธนศมัทธนาลัย, 2564)

ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จึงมีการปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัลโดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการให้บริการกับลูกค้าเพื่อนำเสนอบริการที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของลูกค้าและความต้องการของลูกค้าโดยการนำเสนอการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบระบบออนไลน์ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือ “Mobile Banking” เป็นการให้บริการของธนาคารที่ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ให้กับลูกค้าที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินที่ไหนก็ได้ขอแค่มีอินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือ จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า มีผู้ใช้งาน Mobile Banking เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ปี 2560-2564) และยังคงมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จำนวนบัญชีผู้ใช้งาน Mobile Banking ในประเทศ

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2564)

การแพร่ระบาดของโควิด -19 ส่งผลให้มีผู้ใช้งาน Mobile Banking เพิ่มขึ้นเนื่องจากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้คนที่มีความกังวลในการออกไปใช้ชีวิตข้างนอก จากผลการสำรวจการใช้งาน Mobile Banking ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด -19 พบว่า จำนวนการใช้งาน Mobile Banking อยู่ที่ 19 ครั้งต่อสัปดาห์และมีจำนวนผู้ใช้งานเพิ่มมากขึ้นกว่า 53% โดยที่สินค้าที่นิยมซื้อโดยการชำระผ่าน Mobile Banking ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมมากที่สุดที่ 57% รองลงมาเป็นสินค้าอุปโภค 37% และสุดท้ายเป็นสินค้าแฟชั่นอยู่ที่ 24% จึงส่งผลให้ภาคธุรกิจต่าง ๆ มีการปรับตัวเข้าสู่โลกออนไลน์มี

การทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จึงทำให้การทำธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางออนไลน์กลายเป็นทางเลือกหลักที่สามารถตอบโจทย์ให้กับทุกภาคส่วนสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา สะดวกปลอดภัย โดยมีรูปแบบการชำระเงินที่หลากหลาย และยังช่วยให้ภาครัฐสามารถจ่ายสวัสดิการในการช่วยเหลือให้แก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564)

ธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารที่มีส่วนร่วมกับภาครัฐในการช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด -19 ผ่านโครงการช่วยเหลือต่าง ๆ และยังให้บริการแอปพลิเคชันทางการเงินในมือถือโดยใช้ชื่อว่า “Krungthai NEXT” โดยในปี 2563 มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทยจำนวน 10 ล้านคน ซึ่งรองจากธนาคารกรุงเทพ ที่มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Bualuang M bank 10 ล้านคน ธนาคารไทยพาณิชย์ที่มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน SCB EASY 12 ล้านคน และธนาคารกสิกรไทยที่มีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน K PLUS 13 ล้านคน (“แบงก์ติดสปีด”, 2564) ธนาคารกรุงไทยจึงให้ความสำคัญในการพัฒนาการคุณภาพระบบของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เพื่อให้สามารถให้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความหลากหลายครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการและเป็นประโยชน์ให้กับผู้ใช้งานเพื่อที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการรายเก่าและรายใหม่ให้หันมาทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มากขึ้น

จากข้อมูลจำนวนผู้ใช้งาน Mobile Banking ในประเทศไทยที่มีจำนวนผู้ใช้งานสูงขึ้นในทุกปีและยังคงมีแนวโน้มในการเพิ่มขึ้นจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด -19 จึงทำให้การยอมรับการบริการโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้งานในปัจจุบันและผู้ใช้งานรายใหม่ยังคงมีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยทำการศึกษายอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่านเพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นและปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้งานที่เลือกใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในการทำธุรกรรมทางการเงินและเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับธนาคารกรุงไทยสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ให้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้นซึ่งอาจจะส่งผลให้มีผู้ใช้บริการรายใหม่หันมาใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น ซึ่งจะสามารถเพิ่มจำนวนผู้ใช้งานให้มากขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย

ทบทวนวรรณกรรม

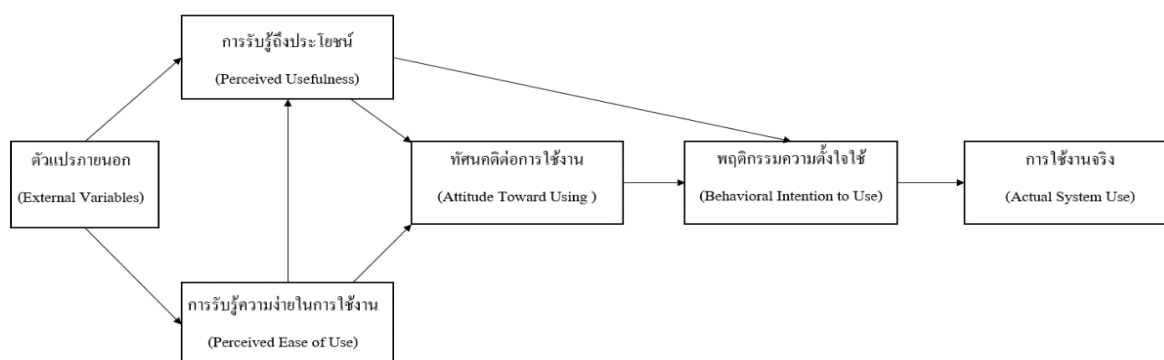
การยอมรับเทคโนโลยี

เป็นทฤษฎีที่ถูกคิดค้นโดย Fred D. Davis ในปี 1989 ซึ่งเป็นแบบจำลองการยอมรับของผู้ใช้เทคโนโลยี ที่ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เพื่อใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลในการยอมรับและใช้เทคโนโลยีโดยทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี จะประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยหลักที่ใช้ในการอธิบายถึงการยอมรับและใช้เทคโนโลยีของบุคคล (Alshammari & Rosli, 2020) และหนึ่งตัวแปรภายนอก ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) ตัวแปรภายนอก (External Variables) เป็นปัจจัยจากภายนอกที่เข้ามามีส่วนในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีให้กับแต่ละบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน ประสบการณ์ พฤติกรรมทางสังคม และคุณภาพระบบ เป็นต้นโดยที่ตัวแปรภายนอกเป็นอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีโดยผ่านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้งาน และการรับรู้

ความง่ายในการใช้งาน (Park & Park, 2020) 2) การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceive Usefulness) ความรู้สึกของผู้ใช้งานเทคโนโลยีที่เชื่อว่าการใช้งานเทคโนโลยีนั้นจะเป็นประโยชน์ในการช่วยในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับบุคคลนั้น 3) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความรู้สึกของผู้ใช้งานเทคโนโลยีที่เชื่อว่าเทคโนโลยีที่ใช้นั้นจะต้องใช้ความพยายามน้อยโดยที่ขั้นตอนการใช้งานต้องมีความง่ายในการใช้งาน นอกจากนี้การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยี ยังส่งผลต่อการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี อีกด้วย กล่าวคือ การที่บุคคลรับรู้ถึงความง่ายในการใช้เทคโนโลยีจะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความต้องการที่จะทดลองใช้เทคโนโลยี และเมื่อได้มีการสัมผัสการใช้เทคโนโลยีนั้นแล้ว บุคคลนั้นก็จะเห็นถึงประโยชน์ที่ได้จากการใช้เทคโนโลยีนั้น (ภฤณะ สมรบรรลพ, 2563) 4) ทศคติในการใช้เทคโนโลยี (Attitude Toward Using) คือ ความรู้สึก ความคิด และมุมมองในเชิงที่ดีหรือไม่ดีในการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ในการใช้เทคโนโลยี 5) พฤติกรรมความตั้งใจใช้ (Behavioral Intention to Use) คือ การที่บุคคลมีความยืนยันว่าจะทำการใช้เทคโนโลยีซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ใช้งานเทคโนโลยีที่จะแสดงออกถึงความชอบ ความเต็มใจและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีโดยสามารถอธิบายได้ว่า การที่เทคโนโลยีนั้นสามารถช่วยในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้กับผู้ใช้งานผู้ใช้งานก็จะเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้จากเทคโนโลยี (Khoi, 2020) และการที่เทคโนโลยีมีการใช้งานที่ง่ายโดยที่ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องมีความสามารถเฉพาะด้านหรือได้รับการสอนจากผู้เชี่ยวชาญ (ณรงค์เกียรติ อ่ำบุญ, 2563) ส่งผลให้ผู้ใช้เทคโนโลยีเกิดการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานจนทำให้เกิดทัศนคติที่ดีในการใช้เทคโนโลยีจนนำไปสู่พฤติกรรมความตั้งใจใช้เทคโนโลยีและนำเทคโนโลยีไปใช้งานจริงต่อไป (Nusairat et al., 2021) ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1): การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้



ภาพที่ 2 โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

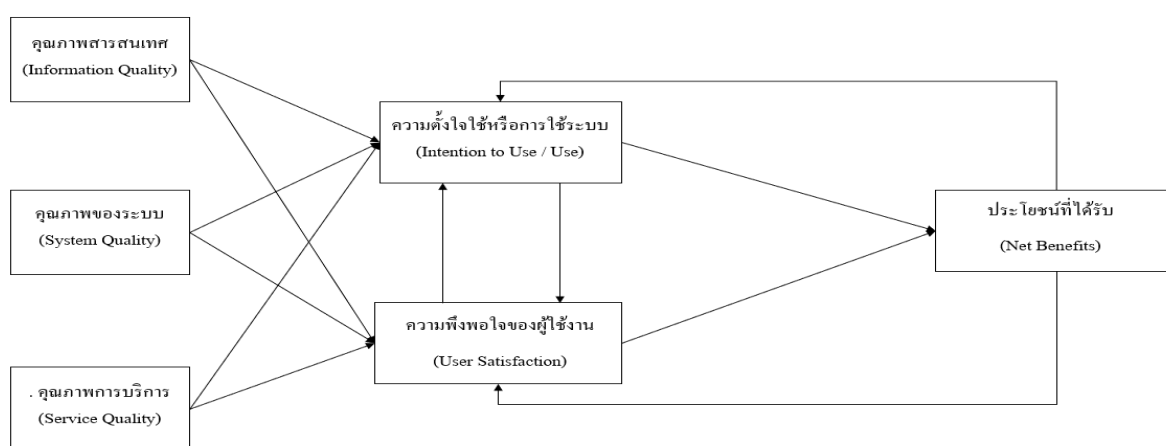
ที่มา: Alshammari and Rosli (2020)

ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ

เป็นทฤษฎีถูกคิดค้นโดย William H. DeLone และ Epharim R. McLean ในปีในปี 2003 เพื่อใช้ประเมินความสำเร็จหรือล้มเหลวของระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันซึ่งได้รับความนิยมในการนำมาประเมินความสำเร็จของระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วย 6 ปัจจัย (Yakubu & Dasuki, 2018) ได้แก่ 1) คุณภาพสารสนเทศ (Information Quality) คือ ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ ประมวลผลเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสามารถนำมาใช้ตามความต้องการหรือความคาดหวังของผู้ใช้งานได้ โดยที่ข้อมูลนั้นจะต้องมีความครบถ้วนสมบูรณ์ มีการ

อัพเดทข้อมูลอยู่ตลอดเวลาและมีความถูกต้องน่าเชื่อถือ 2) คุณภาพของระบบ (System Quality) คือ ประสิทธิภาพและความสามารถในการดำเนินงานของระบบในการรวบรวม จัดการ จัดเก็บ ประมวลผลและการนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานโดยที่ระบบจะต้องมีความรวดเร็ว มีความง่ายแก่การใช้งาน และมีฟังก์ชันที่หลากหลาย 3) คุณภาพการบริการ (Service Quality) คือ การบริการของผู้ให้บริการที่สามารถตอบสนองกับต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการได้รับโดยที่ผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหา มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหา และมีการให้บริการอย่างเท่าเทียม 4) ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User Satisfaction) คือ ความชอบหรือ ความพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันที่ให้บริการโดยที่แอปพลิเคชันนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของผู้ใช้งานได้ 5) ความตั้งใจใช้หรือการใช้ระบบ (Intention to Use / Use) คือ เป็นความตั้งใจในการใช้งานของผู้ใช้งานระบบหรือแอปพลิเคชัน และ 6) ประโยชน์ที่ได้รับ (Net Benefits) คือ ผลลัพธ์ที่เกิดจากประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งานระบบหรือแอปพลิเคชันไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของงานได้เพิ่มมากขึ้นหรือการช่วยในการอำนวยความสะดวก โดยที่ปัจจัยคุณภาพสารสนเทศ คุณภาพของระบบ และ คุณภาพบริการจัดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และความตั้งใจใช้หรือการใช้ระบบ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การที่คุณภาพสารสนเทศของแอปพลิเคชันในการนำเสนอข้อมูลที่มีความถูกต้องความครบถ้วนสมบูรณ์ ตรงเวลา และมีการอัพเดทข้อมูลอยู่ตลอดเวลา (ธีรภาวิษฐ์ พึ่งเมือง, 2559) คุณภาพของระบบ มีระบบการทำงานที่ใช้งานง่าย มีการตอบสนองที่รวดเร็ว มีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย มีการรักษาความปลอดภัยในการใช้งาน และคุณภาพบริการที่มีพนักงานที่มีความพร้อมความสามารถ และความเต็มใจในการช่วยเหลือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น จะส่งผลให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันเกิดความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชันและนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชันต่อไป (Ali et al., 2021) ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 2 (H2): ความสำเร็จของระบบสารสนเทศส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน



ภาพที่ 3 แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information System Success Model: IS Success Model)

ที่มา: Yakubu and Dasuki (2018)

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หมายถึง ความชอบ ความพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันที่ให้บริการซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้งานกับผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้งานระบบ (Yakubu & Dasuki, 2018) โดยความพึงพอใจของผู้ใช้งานจะเกิดจากการที่ระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันนั้นสามารถ

ตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังของผู้ใช้งานได้โดยที่แอปพลิเคชันนั้นจะต้องมีความรวดเร็วในการตอบสนอง มีจำนวนฟังก์ชันในการให้บริการที่หลากหลาย มีการออกแบบที่มีความสวยงามทันสมัย และมีขั้นตอนที่ง่ายในการใช้งาน มีการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลผู้ใช้งาน มีความเสถียรภาพและความพร้อมในการใช้งาน มีการประมวลผลและตอบสนองที่รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงระบบได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ มีพนักงานที่มีความพร้อมความสามารถ และความเต็มใจในการช่วยเหลือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยที่ความพึงพอใจจะเป็นปัจจัยสำคัญในนำไปสู่ความตั้งใจใช้งานของผู้ใช้งานอย่างแท้จริง (El-Ebiary et al., 2020) ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 3 (H3): ความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจใช้

ความตั้งใจใช้

การที่บุคคลหนึ่งแสดงออกถึงความเต็มใจ ความพยายาม และความพร้อมในการใช้บริการระบบสารสนเทศ หรือ แอปพลิเคชัน ซึ่งเกิดจากการคิด พิจารณา และตัดสินใจโดยอาศัย ประสบการณ์ ทักษะ และความรู้ ผ่านการแสดงออกทางพฤติกรรมในการเลือกที่จะใช้บริการระบบสารสนเทศ หรือแอปพลิเคชันนั้นเป็นตัวเลือกแรก (Omar et al., 2021) โดยที่ความตั้งใจใช้จะเป็นปัจจัยที่กำหนดว่าผู้ใช้งานจะตัดสินใจใช้งานระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันนั้นหรือไม่โดยที่ความตั้งใจใช้นั้นเป็นการแสดงออกถึงความจงรักภักดีที่ผู้ใช้งานมีต่อระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันนั้นซึ่งสามารถสังเกตหรือวัดได้จากการแสดงพฤติกรรมของบุคคลด้วยกัน 4 มิติ (กษิตศ พันธ์ารีย์, 2562) ดังต่อไปนี้ 1. ความตั้งใจใช้ (Intention to Use) การที่บุคคลนั้นเลือกใช้บริการระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันนั้นเป็นอันดับแรก 2. พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth Communications) การที่บุคคลนั้นมีการพูดถึง แนะนำ และบอกต่อเกี่ยวกับด้านที่ดีของระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชัน 3. ความอ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitivity) การที่บุคคลนั้นไม่มีปัญหาเมื่อ ระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันนั้นมีการคิดค่าบริการ หรือ มีการปรับขึ้นราคาการให้บริการ 4. พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior) การที่บุคคลนั้นได้มีการร้องเรียนกับผู้ให้บริการระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันนั้นเมื่อระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันนั้นเกิดปัญหาในการใช้งานหรือให้บริการ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของระบบสารสนเทศหรือแอปพลิเคชันได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 (H4): การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 5 (H5): ความสำเร็จของระบบสารสนเทศส่งผลต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย และด้วยประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ (Memon et al., 2020) ที่เสนอว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรที่ขนาด 15-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ที่ต้องการศึกษา ในงานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 30 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะอยู่ที่ 450-600 ชุด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 450 ชุด และ

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ โมบายแบงก์กึ่งผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทยโดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน โดยมีลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 41 ข้อ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งได้เป็น 6 ส่วน

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT หรือไม่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ รู้จักแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ได้อย่างไร จำนวนครั้งที่ใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT และใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในด้านใดมากที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน จำนวน 4 ข้อ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จำนวน 4 ข้อ แหล่งที่มาของคำถามได้ประยุกต์มาจากงานวิจัยของ Khoi (2020) และ ณรงค์เกียรติ์ อ่ำบุญ (2563)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของระบบสารสนเทศในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT จำนวน 13 ข้อ ได้แก่ คุณภาพสารสนเทศ จำนวน 4 ข้อ คุณภาพระบบ จำนวน 5 ข้อ และคุณภาพการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ แหล่งที่มาของคำถามได้ประยุกต์มาจากงานวิจัยของ Yakubu and Dasuki (2018)

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT จำนวน 5 ข้อ แหล่งที่มาของคำถามได้ประยุกต์มาจากงานวิจัยของ (El-Ebiary et al., 2020)

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT จำนวน 4 ข้อ แหล่งที่มาของคำถามได้ประยุกต์มาจากงานวิจัยของ (Omar et al., 2021) และ กษิตติ์ พันธารีย์ (2562)

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง และความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยในด้านความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้กับผู้เชี่ยวชาญได้ทำการพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความสอดคล้องของเนื้อหา ตลอดจนมีการแก้ไขปรับปรุงการใช้ภาษาและเนื้อหาที่เหมาะสมสามารถสื่อความหมายได้เที่ยงตรงที่สุด และในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยใช้ค่าเลือกใช้วิธีการวัดสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา และ จิตา วานิชย์บัญชา, 2559) โดยจะนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของตัวแปรแต่ละตัวอยู่ระหว่าง 0.843-0.966 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยกันจาก 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยแหล่งข้อมูลทุติยภูมิจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีและเอกสารต่าง ๆ ที่มี

เนื้อหาเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ความตั้งใจใช้ บริการโมบายแบงก์กิ้ง และข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย ซึ่งมาจากหนังสือ บทความ งานวิจัยระดับวิทยานิพนธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ และสืบค้นจากระบบสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนแหล่งข้อมูลปฐมภูมิผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทยจำนวน 450 ชุด โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 ถึงวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2565

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ด้วยกัน 2 องค์ประกอบ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยสถิติเชิงพรรณนาผู้วิจัยจะใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาโดยนำมาอธิบายหรือบรรยายลักษณะของตัวแปรที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาโดยทำการแปลงข้อมูลให้เข้าใจได้ง่ายในรูปแบบของ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนของสถิติเชิงอนุมานจะใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งเป็นโมเดลที่เกิดจากการรวมหลักการของสถิติวิเคราะห์เชิงเส้น 2 ประเภท เข้ากันไว้ด้วยกัน ได้แก่ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยใช้หลักการของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกันกับการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) ประกอบด้วย 2 โมเดล 1. โมเดลการวัด (Measurement Model) เป็นโมเดลที่ระบุความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variation) กับตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) 2. โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) เป็นโมเดลเชิงสาเหตุสามารถหาได้ทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรภายนอก (Exogenous Variable) ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรอิสระ กับตัวแปรภายใน (Endogenous Variable) ที่สามารถเป็นได้ทั้งตัวแปรคนกลาง (Mediating Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามออนไลน์จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 450 คน ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 254 คน (ร้อยละ 56) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 124 คน (ร้อยละ 40) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 306 คน (ร้อยละ 68) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 145 คน (ร้อยละ 32) โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 20,001-30,000 บาท จำนวน 167 คน (ร้อยละ 37) มีสถานภาพโสด จำนวน 230 คน (ร้อยละ 51)

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 6-10 ครั้ง/เดือน จำนวน 129 คน (ร้อยละ 29) โดยที่รู้จักแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ผ่านทางพนักงานธนาคารกรุงไทย จำนวน 247 คน (ร้อยละ 55) โดยมีระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT 2 ปีขึ้นไป จำนวน 208 คน (ร้อยละ 46) และมีลักษณะการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในด้านการโอนเงินระหว่างบัญชีมากที่สุด จำนวน 400 คน (ร้อยละ 89)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน	4.21	0.61	รับรู้มากที่สุด
การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.13	0.57	รับรู้มาก
รวมการยอมรับเทคโนโลยี	4.17	0.52	รับรู้มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้การยอมรับเทคโนโลยีอยู่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมาเป็นการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสำเร็จของระบบสารสนเทศในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของความสำเร็จของระบบสารสนเทศในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
คุณภาพสารสนเทศ	4.02	0.68	ระดับความคิดเห็นมาก
คุณภาพระบบ	3.96	0.72	ระดับความคิดเห็นมาก
คุณภาพการให้บริการ	3.96	0.74	ระดับความคิดเห็นมาก
รวมความสำเร็จของระบบสารสนเทศ	3.97	0.66	ระดับความคิดเห็นมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในความสำเร็จของระบบสารสนเทศอยู่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในคุณภาพสารสนเทศมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และมีความคิดเห็นในคุณภาพระบบและคุณภาพการให้บริการที่เท่ากัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

ความพึงพอใจในการใช้งาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
พึงพอใจกับฟังก์ชันในการให้บริการที่หลากหลาย	4.35	0.69	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
พึงพอใจในขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินที่ง่าย	4.34	0.76	ระดับความพึงพอใจมาก
พึงพอใจกับการรักษาความปลอดภัย	4.20	0.78	ระดับความพึงพอใจมาก
พึงพอใจในรูปแบบการให้บริการที่สวยงามทันสมัย	4.26	0.77	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
พึงพอใจกับประโยชน์ที่ได้รับ	4.29	0.73	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
รวมความพึงพอใจในการใช้งาน	4.29	0.57	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT อยู่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจกับฟังก์ชันในการให้บริการที่หลากหลายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.35 รองลงมาเป็นความพึงพอใจในขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินที่ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ถัดมาเป็นความพึงพอใจกับประโยชน์ที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ถัดมาเป็นความพึงพอใจในรูปแบบการให้บริการที่สวยงามทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และสุดท้ายเป็นความพึงพอใจกับการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

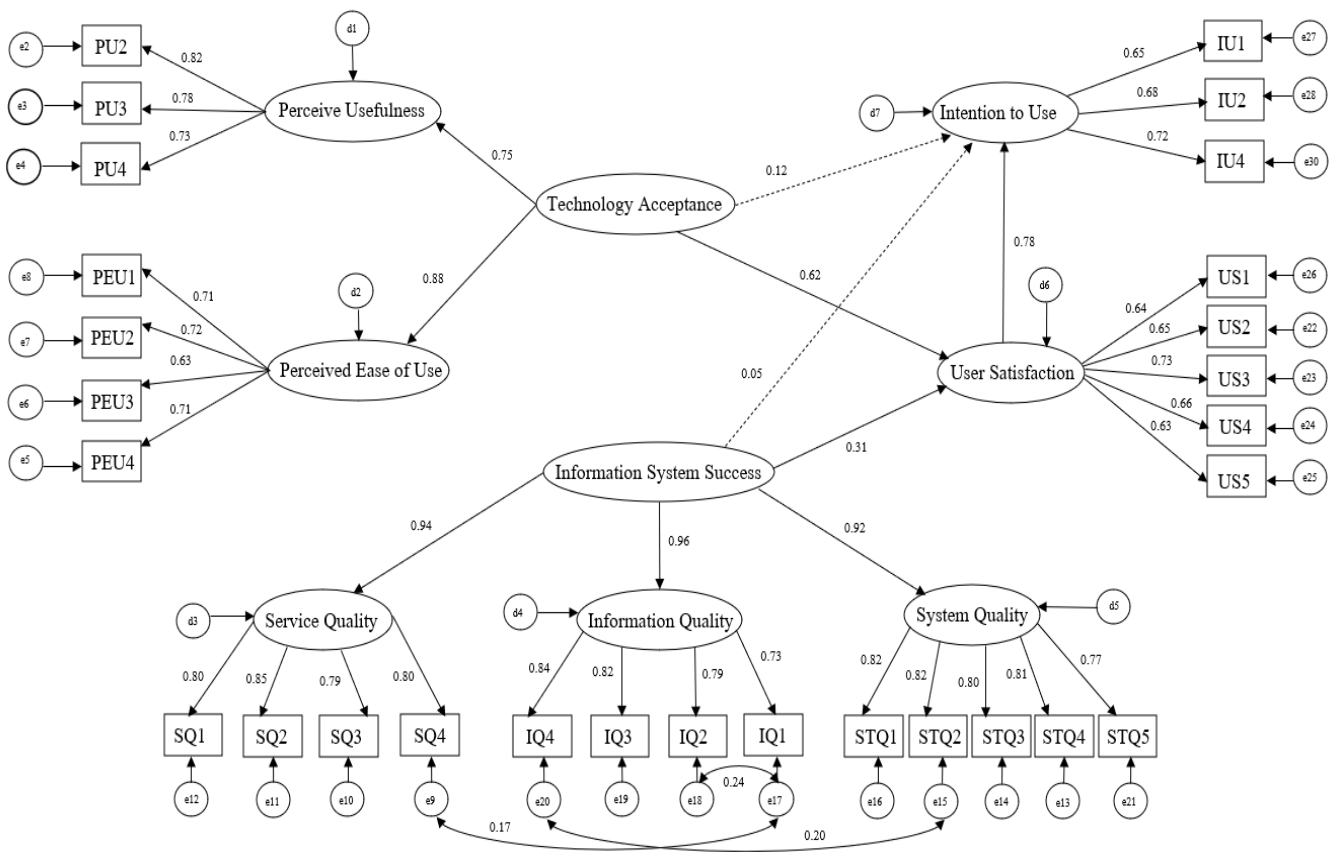
ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

ความตั้งใจใช้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความตั้งใจใช้
มีความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เป็นตัวเลือกแรก	4.17	0.82	ระดับความตั้งใจใช้มาก
มีการแนะนำให้กับคนที่รู้จัก ได้รู้จักและมาใช้งานกับแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT	4.07	0.80	ระดับความตั้งใจใช้มาก
มีความตั้งใจใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT แม้ว่าในอนาคตจะมีการคิดค่าบริการต่าง ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน	3.93	0.87	ระดับความตั้งใจใช้มาก
มีความเต็มใจในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านทางแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT	4.14	0.78	ระดับความตั้งใจใช้มาก
รวมความตั้งใจใช้	4.08	0.63	ระดับความตั้งใจใช้มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT อยู่มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เป็นตัวเลือกแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมามีความเต็มใจในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านทางแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ถัดมาเป็นการแนะนำให้กับคนที่รู้จัก ได้รู้จักและมาใช้งานกับแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และสุดท้ายมีความตั้งใจใช้บริการผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT แม้ว่าในอนาคตจะมีการคิดค่าบริการต่าง ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

สมการโครงสร้างของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งโดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน กรณี ศึกษาแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทยเพื่อทำการตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องของโมเดลสมการโครงสร้างผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลสมการโครงสร้าง (Model Modification) เพื่อให้โมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) สามารถสรุปผลได้ดังภาพที่ 4 และตารางที่ 5



ภาพที่ 4 แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 5 ผลการประเมินความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์ในการพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
CMIN/DF	≤ 3 (Hair et al., 2010)	2.520	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	≤ 0.08 (Kline, 2010)	0.058	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90 (Byrne, 2010)	0.889	ต่ำกว่าเกณฑ์
CFI	≥ 0.90 (Kline, 2010)	0.931	ผ่านเกณฑ์
IFI	≥ 0.90 (Hair et al., 2010)	0.931	ผ่านเกณฑ์
TLI	≥ 0.90 (Hair et al., 2010)	0.922	ผ่านเกณฑ์
PGFI	> 0.50 (Hair et al., 2010)	0.738	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 5 ค่า CMIN/DF เท่ากับ 2.520 ค่าดัชนี RMSEA เท่ากับ 0.058 ถัดมาค่าดัชนี ดัชนี CFI เท่ากับ 0.931 ถัดมาค่าดัชนี IFI เท่ากับ 0.931 ถัดมาค่าดัชนี TLI เท่ากับ 0.922 และค่าดัชนี PGFI เท่ากับ 0.738 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ยกเว้นดัชนี GFI มีค่าเท่ากับ 0.889 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดเล็กน้อยซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ถ้าค่าดัชนี GFI มีค่ามากกว่า 0.800 (Cheng, 2011) แสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวมของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม และสมมติฐานการวิจัยดังตารางที่ 6 และตารางที่ 7

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตาม

ตัวแปรสาเหตุ	ผลกระทบ	ตัวแปรผล	
		ความพึงพอใจของ ผู้ใช้งาน	ความตั้งใจใช้
การยอมรับเทคโนโลยี	SDE	0.623***	0.117
	SIE	0.000	0.483***
	STE	0.623***	0.600
ความสำเร็จของระบบ สารสนเทศ	SDE	0.311***	0.051
	SIE	0.000	0.241***
	STE	0.311***	0.292
ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	SDE	-	0.775***
	SIE	-	0.000
	STE	-	0.775***

หมายเหตุ: SDE = Standardized Direct Effect, SIE = Standardized Indirect Effect, STE = Standardized Total Effect

ตารางที่ 7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	คำอธิบาย	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง	p-value	ผลกระทบ	สรุปผล
H1	การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	0.62	<0.001	ทางตรง	ยอมรับสมมติฐาน
H2	ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	0.31	<0.001	ทางตรง	ยอมรับสมมติฐาน
H3	ความพึงพอใจของผู้ใช้งานส่งผลต่อ ความตั้งใจใช้	0.78	<0.001	ทางตรง	ยอมรับสมมติฐาน
H4	การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อ ความตั้งใจใช้ โดยมีความพึงพอใจ ของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน	0.62, 0.78	<0.001	ทางอ้อม	ยอมรับสมมติฐาน
H5	ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ โดยมีความ พึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปร ส่งผ่าน	0.31, 0.78	<0.001	ทางอ้อม	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

1. การยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ (Metlo et al., 2021) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในประเทศปากีสถาน ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ และความสะดวกในการใช้งาน มีอิทธิพลอย่างมากต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในประเทศปากีสถาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Leon (2019) ซึ่งได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งในกลุ่มลูกค้ารายย่อยโดยมีการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการจากสาขาย่อยของธนาคารสากลจำนวน 212 คน จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความสะดวกในการใช้งาน นั้นมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง กล่าวได้ว่าการที่แอปพลิเคชันมีความเรียบง่าย ใช้งานง่าย และสามารถให้ประโยชน์แก่การทำธุรกรรมทางการเงินแก่ผู้ใช้บริการจะส่งผลต่อความตั้งใจใช้

2. ความสำเร็จของระบบสารสนเทศ ได้แก่ คุณภาพสารสนเทศ คุณภาพระบบ และคุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ Ghobakhloo and Fathi (2019) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบบจำลองความสำเร็จของโมบายแบงก์กิ้ง (IS Success Model) เพื่อใช้ในการทดสอบความสำเร็จของบริการโมบายแบงก์กิ้ง ผลการศึกษา พบว่า ความสำเร็จของการใช้โมบายแบงก์กิ้งนั้นมาจากทัศนคติที่ดี ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และความไว้วางใจหลังการใช้งานโดยปัจจัยในด้านคุณภาพระบบและคุณภาพสารสนเทศส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานและความไว้วางใจหลังการใช้งาน

3. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีผลต่อความตั้งใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิกา ลักษณะศิริวัตร (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และคุณภาพระบบ ต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ การกลับมาซื้อซ้ำ และการบอกต่อของลูกค้าที่จองที่พักผ่านผู้ให้บริการเว็บไซต์ในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า การที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อระบบการจองที่พักแล้วจะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการจองที่พักผ่านเว็บไซต์ในอนาคตต่อไป

4. การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้ โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านโดยที่ความพึงพอใจของผู้ใช้งานทำหน้าที่เป็น Complete mediation หรือ Full mediation คือ การที่ตัวแปรต้นมีผลต่อตัวแปรส่งผ่านเพียงอย่างเดียวโดยที่ตัวแปรต้นไม่มีผลต่อตัวแปรตาม (ยูริ ผลพันธุ์, 2561) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khasawneh and Alqurran (2019) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของผู้ใช้บริการในการยอมรับและใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอิสลามในประเทศจอร์แดน จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลการยอมรับและตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารอิสลามในประเทศจอร์แดนก็คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ซึ่งมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้บริการของผู้ใช้บริการโดยมีความพึงพอใจหรือทัศนคติที่ดีของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านกล่าวคือเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ว่าแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งมีประโยชน์และมีความง่ายในการใช้งานก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจหรือทัศนคติที่ดีแก่ผู้ใช้งานซึ่งจะเป็นตัวแปรที่ผ่านที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับและความตั้งใจในการใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

5. ความสำเร็จของระบบสารสนเทศมีผลต่อความตั้งใจใช้ โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านโดยที่ความพึงพอใจของผู้ใช้งานทำหน้าที่ Complete mediation หรือ Full mediation คือ การที่ตัวแปรต้นมีผลต่อตัวแปรส่งผ่านเพียงอย่างเดียวโดยที่ตัวแปรต้นไม่มีผลต่อตัวแปรตาม (ยูริ ผลพันธุ์, 2561) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความสำเร็จของระบบสารสนเทศมีผลต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Koloseni (2021) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การรับรู้การใช้งานของผู้ใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งจากผลกระทบจากปัจจัยระบบสารสนเทศ และลักษณะบุคลิกภาพของผู้ใช้ในประเทศแทนซาเนีย ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพของระบบ และคุณภาพการบริการส่งผลต่อการใช้งานของผู้ใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรส่งผ่าน จากการศึกษาพบว่า การที่แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง มีระบบการใช้งานที่ง่าย โดยที่ระบบสามารถช่วยในการหาข้อมูลทางการเงินได้ตรงตามต้องการ มีฟังก์ชันการทำงานที่หลากหลาย และมีผู้ให้บริการที่รับผิดชอบ มีความรู้ และยินดีให้บริการแก่ผู้ใช้งานเมื่อประสบปัญหา ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง และความพึงพอใจของผู้ใช้งานจะเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความตั้งใจใช้หรือการใช้งานแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้ง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้งานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 20,001-30,000 บาท มีสถานภาพโสด มีการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 6-10 ครั้ง/เดือน โดยที่รู้จักแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ผ่านทางพนักงานธนาคารกรุงไทย มีระยะเวลาในการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT 2 ปีขึ้นไป และมีลักษณะการใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในด้านการโอนเงินระหว่างบัญชี มากที่สุด

2. ผลจากการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในภาพรวมการยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยในแต่ละส่วนของการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาในด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

3. ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของระบบสารสนเทศของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของระบบสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยในแต่ละส่วนของความสำเร็จของระบบสารสนเทศ พบว่า ในด้านคุณภาพสารสนเทศมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาในด้านคุณภาพระบบ และในด้านคุณภาพการให้บริการ

4. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถาม พบว่า ความพึงพอใจกับฟังก์ชันในการให้บริการที่หลากหลายมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาเป็นความพึงพอใจในขั้นตอนการทำธุรกรรมทางการเงินที่ง่าย ถัดมาคือ ความพึงพอใจกับประโยชน์ที่ได้รับจากแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ถัดมาคือ ความพึงพอใจในรูปแบบการให้บริการของแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ที่มีความสวยงามและทันสมัย และสุดท้ายคือ ความพึงพอใจกับการรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลส่วนตัวจากแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

5. ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในภาพรวมอยู่ในระดับความตั้งใจใช้มาก ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อคำถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เป็นตัวเลือกแรก รองลงมา คือความเต็มใจในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านทางแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ถัดมาคือ มีการแนะนำให้กับคนที่รู้จัก เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือ แฟน ได้รู้จักและมาใช้งานกับแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ และสุดท้ายคือ มีความตั้งใจใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT อย่างต่อเนื่องแม้ว่าในอนาคตจะมีการคิดค่าบริการต่าง ๆ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

6. ผลการตรวจสอบผลกระทบ พบว่า อิทธิพลทางตรงของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีค่าเท่ากับ 0.623 โดยไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ดังนั้น อิทธิพลรวมจึงมีค่าเท่ากับ 0.623 อิทธิพลทางอ้อมของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านมีค่าเท่ากับ 0.483 โดยมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้มีค่าเท่ากับ 0.117 อย่างไม่มีนัยสำคัญ ดังนั้น อิทธิพลรวมจึงมีค่าเท่ากับ 0.600 อิทธิพลทางตรงของความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีค่าเท่ากับ 0.311 โดยไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ดังนั้น อิทธิพลรวมจึงมีค่าเท่ากับ 0.311 อิทธิพลทางอ้อมของความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่มีต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่านมีค่าเท่ากับ 0.241 โดยมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจใช้มีค่าเท่ากับ 0.051 อย่างไม่มีนัยสำคัญ ดังนั้น อิทธิพลรวมจึงมีค่าเท่ากับ 0.292 อิทธิพลทางตรงของความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อความตั้งใจใช้มีค่าเท่ากับ 0.775 โดยไม่มีอิทธิพลทางอ้อม ดังนั้น อิทธิพลรวมจึงมีค่าเท่ากับ 0.775

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการศึกษาปัจจัยในการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยที่สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ธนาคารกรุงไทยควรให้ความสำคัญคือการทำให้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มีขั้นตอนการใช้งานที่ง่ายโดยที่ผู้ที่ใช้งานเริ่มแรกนั้นสามารถที่จะเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานเริ่มแรกได้ด้วยตัวผู้ใช้งานเอง มีการใช้ภาษาที่ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจและปฏิบัติตามได้ด้วยตัวผู้ใช้งานเอง รวมไปถึงการออกแบบฟังก์ชันการทำงานที่สามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ที่สะดวกและง่ายแก่การใช้งาน ถัดมาจะเป็นการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ โดยที่แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT สามารถที่จะช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกและสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา โดยสามารถที่จะลดค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกิดจากการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ และสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในการไปใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางธนาคารโดยตรง

2. จากการศึกษาปัจจัยในด้านความสำเร็จของระบบสารสนเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสารสนเทศ โดยที่การนำเสนอข้อมูลในแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT จะต้องนำเสนอข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้รวดเร็ว ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยที่ข้อมูลนั้นจะต้องมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องแม่นยำ ถัดมาในการให้คุณภาพการให้บริการของพนักงานของธนาคารกรุงไทย ธนาคารกรุงไทยจะต้องมีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความเต็มใจในการให้บริการความช่วยเหลือให้กับผู้ใช้งานด้วยความเสมอภาค โดยสามารถให้คำปรึกษาและมีทักษะในแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และในด้านคุณภาพคุณภาพของระบบ แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT จะต้องมีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา มีฟังก์ชันในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย มีการออกแบบเมนูการให้บริการต่าง ๆ ที่ทันสมัย มีการประมวลผลและการตอบสนองที่รวดเร็ว และมีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงหรือป้องกันข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลทางการเงินของผู้ใช้งาน

3. การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ธนาคารกรุงไทยควรสร้างการรับรู้ให้กับผู้ใช้งานได้รับรู้ถึง ขั้นตอนการใช้งานที่ง่าย การใช้ภาษาที่สามารถเข้าใจและปฏิบัติตามได้ด้วยตัวผู้ใช้งานเอง การออกแบบฟังก์ชันการทำงานที่สามารถเข้าถึงการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ที่สะดวกและง่ายแก่การใช้งาน การทำให้ผู้ใช้งานสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกและสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา โดยที่ลดค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ที่เกิดจากการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ และสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางในการไปใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านทางธนาคารโดยตรง และแอปพลิเคชันจะต้องนำเสนอข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้รวดเร็ว

ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยที่ข้อมูลนั้นจะต้องมีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องแม่นยำ มีความพร้อมในการให้บริการตลอดเวลา มีฟังก์ชันในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลาย มีการออกแบบเมนูการให้บริการต่าง ๆ ที่ทันสมัย มีการประมวลผลและการตอบสนองที่รวดเร็ว และมีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงหรือป้องกันข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งาน และมีพนักงานที่มีความเต็มใจในการให้บริการความช่วยเหลือให้กับผู้ใช้งานที่เกิดปัญหาด้วยความเสมอภาค โดยสามารถให้คำปรึกษาและมีทักษะในแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว จะส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT โดยที่ความพึงพอใจจะเป็นตัวแปรส่งผ่านที่นำไปสู่ความเต็มใจและตั้งใจแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับงานวิจัยนี้ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยทำการศึกษาแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย เท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันได้มีบริการโมบายแบงก์กิ้งผ่านแอปพลิเคชันของธนาคารอื่น ๆ อีกมาก ดังนั้นในอนาคตผู้ที่ต้องการที่จะทำการศึกษาต่อสามารถศึกษาแยกย่อยไปในแต่ละธนาคารอื่นได้ เพื่อจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น
2. สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เท่านั้น ในครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เพื่อจะได้ทราบถึงข้อมูลและสามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์และพัฒนาให้กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการหันมาใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มากขึ้น รวมทั้งยังสามารถขยายฐานผู้ให้บริการได้มากขึ้น
3. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กับกลุ่มลูกค้าที่เคยใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย เพราะจะสามารถทำให้ทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้งานอย่างละเอียดลึกซึ้งรวมถึงได้รับคำแนะนำติชมหรือความคิดเห็นใหม่ ๆ เพื่อนำมาแก้ไขและพัฒนาแอปพลิเคชันให้ดียิ่งขึ้น
4. สำหรับงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่จำกัดเฉพาะในการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ของธนาคารกรุงไทย ทั้งนี้หากสามารถที่จะขยายการศึกษไปยังกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ก็จะสามารถที่จะช่วยให้ทราบถึงความคิดเห็นที่อาจจะแตกต่างออกไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ สมรบรรสุท. (2563). *การยอมรับและการตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือระยะยาวในเขตกรุงเทพมหานคร* [สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยมหิดล. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3850>
- กษิตศ พันธ์ารีย์. (2562). *การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อแฟนเพจเฟซบุ๊ก “อยุธยา กินอะไรดี By Wongnai” ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* [สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4641>
- กัลยา วานิชย์บัญชา และ ฐิตา วานิชย์บัญชา. (2559). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 27). โรงพิมพ์สามลดา.
- ชนิกา ลักขณาศิริวัตร. (2560). *อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา และคุณภาพระบบ ต่อการใช้งาน ความพึงพอใจ การกลับมาซื้อซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าที่จองที่พักผ่านผู้ให้บริการเว็บไซต์ในประเทศไทย* [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3405>

- ณรงค์เกียรติ์ อำบุญ. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการและปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ Application MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสินในกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4866>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564, 30 พฤษภาคม). ข้อมูลธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking. https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=949&language=TH
- ธีรภาวิษฐ์ พึ่งเมือง. (2559). การยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษา เทคโนโลยีพร้อมเพย์ [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:90561
- ธนศ มหัทธนาลัย. (2564, 13 กันยายน). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์. วิจัยกรุงศรี. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/digital-software/IO/io-digital-software-21>
- แบงก์ดีดีสปีด “โมบายแบงก์” รองรับผู้ใช้งานธุรกรรม พุ่งก้าวกระโดด. (2564, 5 พฤษภาคม). ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์. <https://www.prachachat.net/finance/news-659420>
- ปิยศักดิ์ มานะสันต์. (2560, 18 มกราคม). จาก New Normal สู่โลกยุค 4.0. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/640062>
- ยุวรี ผลพันธ์. (2561). บทบาทการส่งผ่านของตัวแปร: หลักการและการนำไปใช้. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian, 11(3), 3433-3441.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564, 18 พฤษภาคม). โควิดระลอก 3 ดันยอดใช้งาน Mobile Banking และ E-Wallet โต. <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Mobile-Banking-FB-18-05-21.aspx>
- Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., Ismael, N. B., Hamza, P. A., Aziz, H. M., Sabir, B. Y., Sorguli, S., & Anwar, G. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, 5(3), 14-28. <https://doi.org/10.22161/ijeem.5.3.2>
- Alshammari, S. H., & Rosli, M. S. (2020). A Review of Technology Acceptance Models and Theories. *Innovative Teaching and Learning Journal*, 4(2), 12-22.
- Byrne, B. M. (2010). *Structural Equation Modeling with Amos: Basic Concepts, Applications, and Programming* (2nd ed.). Taylor and Francis Group.
- Cheng, S. (2011). Comparisons of Competing Models between Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty. *International Journal of Business and Social Science*, 2(10), 149-166.
- El-Ebiary, Y. A. B., Abu-Ulbeh, W., Ebrahim, H. M., Yusoff, M. H., Almandeel, S., & Pandey, B. (2020). Extending the Information Systems Success Model with Transformational Leadership and Compatibility. *Test Engineering and Management*, 83, 17110-17117.

- Ghobakhloo, M., & Fathi, M. (2019). Modeling the Success of Application-Based Mobile Banking. *Economies*, 7(4), 114. <https://doi.org/10.3390/economies7040114>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson.
- Khasawneh, M., & Alqurran, T. A. A. (2019). Factors Influencing Consumers' Intention to Adopt and Use Mobile Banking Applications in Jordanian Islamic Banks. *European Journal of Scientific Research*, 152(4), 384-393.
- Khoi, B. H. (2020). Technology Acceptance Model in the Managing Information System. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12, 869-876. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12SP7/20202177>
- Kline, R. B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (3rd ed.). Guilford Press.
- Koloseni, D. N. (2021). User Perceptions of Mobile Banking Apps in Tanzania: Impact of Information Systems (IS) Factors and Customer Personality Traits. *The African Journal of Information and Communication*, 28, 1-26. <https://doi.org/10.23962/10539/32214>
- Leon, M. V. (2019). Factors influencing behavioural intention to use mobile banking among retail banking clients. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3(2), 118-137. <https://doi.org/10.25139/jsk.v3i2.1469>
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample Size for Survey Research: Review and Recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2). [https://doi.org/10.47263/JASEM.4\(2\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.4(2)01)
- Metlo, M. Y., Hussain, N., Saqib, G., Phulpoto, K., & Abro, S. (2021). Impact of Mobile Banking on Customers' Satisfaction. *International Journal of Management*, 12(1), 1263-1271.
- Nusairat, N. M., Abdellatif, H., Al-Gasawneh, J. A., Akhorshaideh, A. H. O., Aloqool, A., Rabah, S., & Ahmad, A. M. K. (2021). Determinants of behavioral intentions to use mobile healthcare applications in Jordan. *International Journal of Data and Network Science*, 5, (547-556). <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.8.013>
- Omar, K., Razali, M. K. A. M., Samsudin, H., Halim, M. A. S. A., Manaf, N. A., Kamaruddin, S. N. A. A., & Saputra, J. (2021). *The Moderating Role of Training on Personality and Behaviour Intention to Participate among Nature Tourist Guides* [Paper presentation]. Proceedings of the 11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Singapore, Singapore, 3316-3324. <https://doi.org/10.46254/AN11.20210005>
- Park, E. S., & Park, M. S. (2020). Factors of the Technology Acceptance Model for Construction IT. *Applied Sciences*, 10(22), 8299. <https://doi.org/10.3390/app10228299>

Yakubu, M. N., & Dasuki, S. I. (2018). Assessing eLearning Systems Success in Nigeria: An Application of the DeLone and McLean Information Systems Success Model. *Journal of Information Technology Education*, 17, 182-203. <https://doi.org/10.28945/4077>