

การสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo
ของลูกค้านานาชาติออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี *

CREATING A FORECAST EQUATION FOR THE ADOPTION OF MYMO
APPLICATION OF THE GOVERNMENT SAVING BANK CUSTOMERS
AT SAM CHUK BRANCH, SUPHANBURI PROVINCE

๒๐๒๑ ♦ ๖๖๖๖

ลัดดาวัลย์ ลำราญ, โสริยา สุภาพล, อัครินทร์ ศรีสุข

Laddawan Someran, Soraya Supaphol, Oatcharin Srisuk

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Corresponding Author E-mail: laddawan.s@rmutsb.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ทักษะคติ พฤติกรรม และการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo (2) ทักษะคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo และ (3) สร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกลึก ด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านเป้าหมาย ด้านความพร้อม ด้านสถานการณ์ ด้านการแปลความหมาย ด้านการตอบสนอง และด้านผลลัพธ์ที่ตามมา ส่งผลต่อส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: ทักษะคิดต่อการใช้เทคโนโลยี; พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี; การยอมรับใช้แอปพลิเคชัน

* Received October 14, 2021; Revised November 6, 2021; Accepted November 6, 2021

Abstract

Objectives of the research article were to study: 1) the attitude towards information technology usage, the information technology application behaviors, and the adoption of MyMo application, 2) the attitude towards information technology usage and the information technology application behaviors that affected the adoption of MyMo application, and 3) to create the forecast equation for the adoption of MyMo application of Government saving bank customers at Samchuk branch, Suphanburi Province. The samples were 400 customers of Government Savings Bank at Sam Chuk Branch in Suphanburi Province who used the MyMo application. They were selected by an accidental sampling technique. A questionnaire was used as a tool to collect data.

The statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mean and standard deviation. Multiple regression analysis was also used to analyze the data. The research results were found that the respondents had overall opinions on the attitude towards technology usage, the information technology application behaviors, and the adoption of the MyMo application by the Government Savings Bank were at a high level. The results of the hypothesis testing revealed that the attitude towards the use of information technology, including knowledge, affection, and behavior, affected the adoption of the MyMo application by the Government Savings Bank. The information technology application behaviors, namely: goals, readiness, situations, and interpretations, affected the adoption of the MyMo application by Government Savings Bank customers at a statistically significant level of 0.05.

Keywords: Attitude towards information technology usage; Information technology application behaviors; Adoption of application

บทนำ

ในปัจจุบันระบบการทำธุรกรรมทางการเงินของประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคดิจิทัล ซึ่งถือว่ามี ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ ที่ต้องการทำธุรกรรมการเงินด้วยความ สะดวกและรวดเร็ว ทำให้ผู้ให้บริการอย่างสถาบันการเงินได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการ ชำระเงินซึ่งจากเดิมที่ต้องใช้บริการหน้าเคาเตอร์ธนาคารหรือตู้ ATM ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลง ทางด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้เกิดช่องทางในการ ให้บริการทางการเงินมากมาย เช่น การทำธุรกรรมการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การทำ

ธุรกรรมผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ต โดยการใช้แอปพลิเคชัน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถที่จะโอนเงินหรือชำระค่าบริการต่าง ๆ ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือแท็บเล็ตได้ตลอดเวลา ส่งผลให้ผู้ใช้บริการต้องมีการปรับตัวในการทำธุรกรรมการเงินเพิ่มขึ้น อีกทั้งการให้บริการทางการเงิน โดยผ่านเทคโนโลยีสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐทางด้านเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ที่ต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้มีประสิทธิภาพและยังช่วยเพิ่มผลงานด้วยการใช้เวลาในการดำเนินงานที่น้อยลง โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศได้ จึงได้มุ่งเน้นให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกิจกรรม รวมถึงกระบวนการทางเศรษฐกิจและสังคมของทุกภาคส่วน

บทบาทของเทคโนโลยีไม่ได้จำกัดอยู่ที่ระดับของธุรกิจเท่านั้นแต่ได้แผ่ขยายเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไป การเพิ่มขึ้นของจำนวนธุรกรรมทางการเงินที่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือมือถือโดยตรงมีอยู่เป็นจำนวนมากและเพิ่มขึ้นอย่างไม่หยุดยั้ง ไม่ว่าจะเป็นรับชำระค่าสินค้าหรือบริการ โดยโอนเงินเข้าบัญชีธนาคาร หลังจากตกลงซื้อสินค้าหรือบริการ การตัดค่าใช้จ่ายโดยตรงจากบัญชีบัตรเครดิต บัตรเครดิต แม้แต่การนำเงินเข้ากระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ก่อนที่จะทำการหักชำระค่าสินค้าหรือบริการต่อไป ซึ่งธุรกรรมที่เกิดขึ้นดังกล่าวล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับบริการของธนาคารพาณิชย์ ทั้งนี้ จากรายงานข้อมูลการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ยอดการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อออนไลน์ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2558 - 2562 แสดงให้เห็นถึงช่องทางการใช้บริการออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และ ผ่านทางโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ของลูกค้าที่เปิดบัญชีมาเพื่อใช้บริการทางออนไลน์มีปริมาณเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี และจำนวนการทำธุรกรรมในการชำระเงินผ่านบริการธนาคารผ่าน Mobile Banking ที่เติบโตจาก 2.8 ร้อยล้านรายการในปี พ.ศ. 2561 เป็น 5.7 ร้อยล้าน รายการในปี พ.ศ. 2562 ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ในปี พ.ศ.2562 การทำธุรกรรมชำระเงินผ่านบริการธนาคารผ่าน Mobile Banking มีจำนวนบัญชีผู้ใช้กว่า 1 ล้านบัญชีมูลค่า กว่า 7 แสนล้านบาทต่อมาในปี พ.ศ. 2562 การทำธุรกรรมชำระเงินผ่านบริการธนาคาร ผ่าน Mobile Banking มีจำนวนบัญชีผู้ใช้งานกว่า 6 ล้านบัญชี มูลค่ากว่า 1 พันล้านบาท ช่วงภายใน 1 ปี มีอัตราการเติบโตของบัญชี ถึง 6 เท่า เห็นได้ว่าคนไทยมีการเปลี่ยนพฤติกรรมมาทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking และ แท็บเล็ต มากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

สถาบันการเงินทุกสถาบันได้เพิ่มบริการต่าง ๆ ผ่านทางโลก Cyber เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเข้าไปใช้บริการผ่านเครือข่ายออนไลน์ เช่น การให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) และโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) เป็นต้น ซึ่งลักษณะการให้บริการในประเทศไทย มี 2 ลักษณะ คือ (1) เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และ (2) เพื่อการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารโดยไม่ต้องเสียเวลาไปที่ธนาคาร การทำธุรกรรม

ทางการเงินผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone) ในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะสะดวกและรวดเร็ว

ธนาคารออมสิน เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไปที่ประกอบไปด้วย กลุ่มเด็ก กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มคนทำงานใหม่ กลุ่มลูกค้าภาครัฐ กลุ่มข้าราชการ กลุ่มฐานราก กลุ่มลูกค้าตามนโยบายรัฐ และกลุ่มสุดท้ายจะเป็นกลุ่มธุรกิจและสินเชื่อภาครัฐ ธุรกิจขนาดใหญ่และกลุ่มรัฐวิสาหกิจ ซึ่งถือว่าเป็นมีฐานลูกค้าที่กว้างมาก ธนาคารออมสินจึงมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน MyMo โดยการศึกษาทัศนคติการใช้งาน และพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า เพื่อให้ได้แนวทางการสร้างการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสินให้มากขึ้น ผลกระทบคือจะทำให้มีลูกค้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo มากขึ้น ลูกค้าจะได้รับความสะดวกรวดเร็วในการบริการมากขึ้นด้วย และเนื่องจากคณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่า อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอำเภอที่มีความหลากหลายของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคารออมสิน ซึ่งประกอบด้วย โรงเรียน มหาวิทยาลัย หน่วยงานราชการ โรงงาน โรงสี และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี คือ ตลาดสามชุกร้อยปี ที่มีพ่อค้าแม่ค้าและนักท่องเที่ยวมากมาย ทำให้มีลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการจำนวนมากที่ทำการผลิตและจำหน่ายสินค้าหลากหลาย จึงเป็นเป็นบริบทที่น่าสนใจในการศึกษา

การสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธนาคารออมสิน ในการนำผลการวิจัยไปใช้พัฒนาแอปพลิเคชัน ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และลูกค้าจะได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ อีกทั้งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินและเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
- 3). เพื่อสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ และมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับงานวิจัยนี้ คือ ลูกค้าของธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ W.G. Cochran ผู้วิจัยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 และได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างประมาณ 385 คน และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ การศึกษาในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกณฑ์การให้คะแนนในส่วน of แบบสอบถามส่วนที่ 2 – 4 แบบสอบถามมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับความคิดเห็น คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1) และการแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็นในแต่ละด้าน ดังนี้ 4.50-5.00 (เห็นด้วยมากที่สุด) 3.50-4.49 (เห็นด้วยมาก) 2.50-3.49 (เห็นด้วยปานกลาง) 1.50-2.49 (เห็นด้วยน้อย) และ 1.00-1.49 (เห็นด้วยน้อยที่สุด) (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทำโดย (1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยพิจารณาจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม และวัตถุประสงค์ (Item objective congruence index: IOC) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.50 และ (2) ตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาทุกด้านอยู่ระหว่าง 0.72 - 0.91 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ได้มีค่ามากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) ดังนั้น แบบสอบถามชุดนี้จึงมีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อมั่นจึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยได้

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และมีแอปพลิเคชัน Mymo ในโทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smartphone)

4) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ทัศนคติต่อการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศในภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมาไปหาน้อย ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านพฤติกรรม รองลงมา คือ ด้านความรู้สึก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ด้านความรู้ ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมาไปหาน้อย ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านสถานการณ์ รองลงมา คือ ด้านผลลัพธ์ที่ตามมา ด้านปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง ด้านความพร้อม ด้านการตอบสนอง ด้านการแปลความหมาย และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านเป้าหมาย ตามลำดับ

การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo โดยภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าสูงสุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การทดสอบสมมติฐานที่ 1: ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณเส้นตรง (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter โดยมีการทดสอบเงื่อนไข คือ การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.33 - 0.45 (r น้อยกว่า 0.80) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) และ ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.72 - 0.80 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ระหว่าง 1.24

– 1.38 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ จึงนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้านาคารอมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ	การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน			t	Sig.
	MyMo		β		
	B	SE			
ค่าคงที่ (a)	2.23	0.19	-	12.13	0.00
ด้านความรู้	0.14	0.04	0.17	3.46	0.00*
ด้านความรู้สึก	0.11	0.03	0.15	3.03	0.00*
ด้านพฤติกรรม	0.22	0.03	0.29	5.99	0.00*
Adjust R Square = 0.23 R Square = 0.24 R = 0.49 Durbin-Watson = 1.61					

Adjust R Square = 0.23 R Square = 0.24 R = 0.49 Durbin-Watson = 1.61

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้านาคารอมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยตัวแปรทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้ง 3 ด้าน ร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 23.00 โดยพิจารณาจากค่า Adjust R Square เท่ากับ 0.23 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

การทดสอบสมมติฐานที่ 2: พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้านาคารอมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณเส้นตรง (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter โดยมีการทดสอบเงื่อนไข คือ การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.11 - 0.41 (r น้อยกว่า 0.80) (กลยา วาณิชยบัญชา, 2550) และค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.69 - 0.85 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor อยู่ระหว่าง 1.17 - 1.43 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity หรือไม่เกิดสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ จึงนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านนครออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี สารสนเทศ	การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo			t	Sig.
	B	SE	β		
ค่าคงที่ (a)	1.49	0.26	-	5.65	0.00
ด้านเป้าหมาย	0.13	0.04	0.16	3.12	0.00*
ด้านความพร้อม	0.11	0.04	0.13	2.85	0.01*
ด้านสถานการณ์	0.12	0.03	0.18	3.88	0.00*
ด้านการแปลความหมาย	0.16	0.04	0.16	3.38	0.00*
ด้านการตอบสนอง	0.07	0.03	0.09	2.01	0.04*
ด้านผลลัพธ์ที่ตามมา	0.08	0.03	0.10	2.12	0.03*
ด้านปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง	-0.01	0.03	0.02	-0.47	0.63

Adjust R Square = 0.25 R Square = 0.26 R = 0.51 Durbin-Watson = 1.61

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านเป้าหมาย ด้านความพร้อม ด้านสถานการณ์ ด้านการแปลความหมาย ด้านการตอบสนอง และด้านผลลัพธ์ที่ตามมาส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านนครออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วน ด้านปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง ไม่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านนครออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยตัวแปรพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศทั้ง 6 ด้าน รวมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 25.00 โดยพิจารณาจากค่า Adjust R Square เท่ากับ 0.25 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

3) สมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านนครออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษาผู้วิจัยสามารถสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านนครออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เป็น 2 สมการ ดังนี้

1) ทศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านนครออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถสร้างสมการ ดังนี้

$$Z_y = 0.17 (\text{ด้านความรู้}) + 0.15 (\text{ด้านความรู้สึก}) + 0.29 (\text{ด้านพฤติกรรม})$$

2) พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าย่านนครออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถสร้างสมการ ดังนี้

$$Z_y = 0.16 (\text{ด้านเป้าหมาย}) + 0.13 (\text{ด้านความพร้อม}) + 0.18 (\text{ด้านสถานการณ์}) + 0.16 (\text{ด้านการแปลความหมาย}) + 0.09 (\text{ด้านการตอบสนอง}) + 0.10 (\text{ด้านผลลัพธ์ที่ตามมา})$$

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลนี้ผู้วิจัยนำเสนอตามสมมติฐานการวิจัย 2 ข้อ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

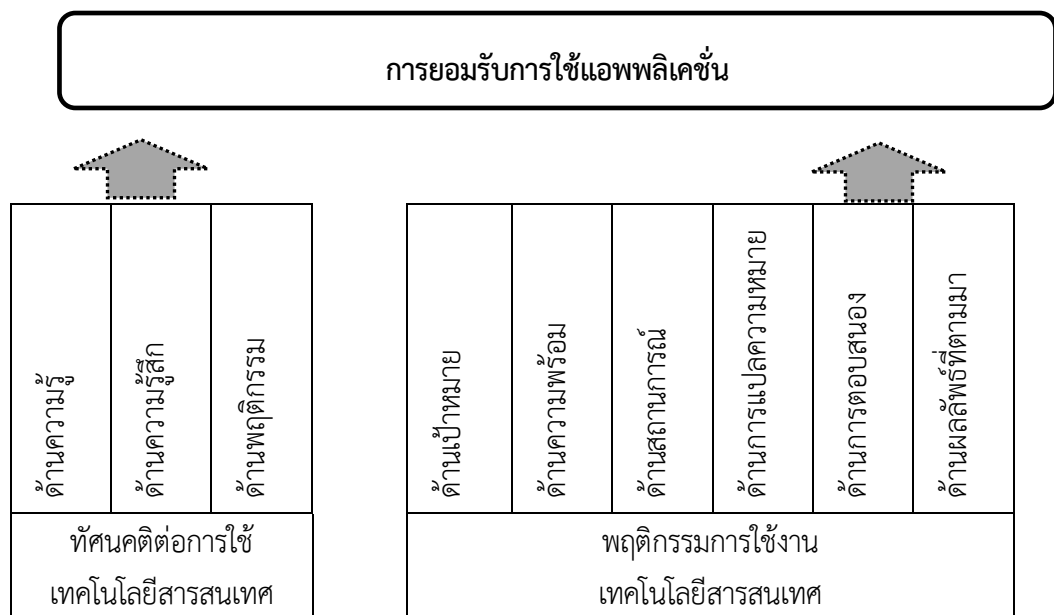
สมมติฐานที่ 1: ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างน้อย 1 ตัวแปรส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทักษะการใช้เทคโนโลยี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึกรู้สึก และด้านพฤติกรรม ส่งผลต่อการยอมรับการใช้ MyMo สอดคล้องกับผลงานการวิจัย จักรพงษ์ สีสานาศรี (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทักษะที่มีต่อการทำธุรกรรมส่งผลต่อความตั้งใจการใช้งาน และส่งผลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ คุณิตา เทพวงศ์ (2559) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ทักษะที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพในเขตจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวัดน์ วงศ์ธงชัย และกาญจนา สุคันธสิริกุล (2557) ได้ศึกษา ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติ ของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย พบว่า ปัจจัยการรับรู้มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชำนาญ เงินดี และ หทัยชนก วนิตรกุล (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินด้วย QR Code ร้านมนต์นมสด สาขาเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินด้วย QR Code ร้านมนต์นมสด สาขาเชียงใหม่ ประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายของการใช้งานระบบ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานระบบ ความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานระบบ QR Code ทั้งนี้มีสาเหตุจาก ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานพนักงานของธนาคารออมสินว่าจะสามารถให้คำแนะนำ ให้ความรู้ และช่วยแก้ปัญหาในการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo แก่ผู้ใช้บริการได้เมื่อลูกค้าต้องการ เพราะธนาคารออมสินเป็นธนาคารเพื่อประชาชน กระจายสาขาให้บริการเกือบทุกอำเภอทั่วประเทศ จึงทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อแอปพลิเคชัน MyMo มีความชอบและมีความพึงพอใจในการใช้งาน อีกทั้ง ลูกค้ามีความยินดีที่จะให้ข้อเสนอแนะกับธนาคารเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชัน MyMo ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ลูกค้าที่มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้อินเทอร์เน็ต จะมีแนวโน้มในการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ด้วย

สมมติฐานที่ 2: พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างน้อย 1 ตัวแปร ส่งผลต่อการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านเป้าหมาย ด้านความพร้อม ด้านสถานการณ์ ด้านการแปลความหมาย ด้านการตอบสนอง และ

ด้านผลลัพธ์ที่ตามมา ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันการยอมรับการใช้ MyMo สอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ ธัญมาศ ทองมูลเล็ก และปรีชา วิจิตรธรรมรส (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสังคมไทย การศึกษาครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสังคมไทย ลูกค้ายกใช้แอปพลิเคชัน MyMo คิดว่าแอปพลิเคชัน MyMo สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตามความคาดหวัง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกสถานการณ์ อีกทั้ง สามารถใช้งานได้ง่ายมองเห็นได้ชัดเจน ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับการใช้สายตา ทำให้ใช้งานได้ง่าย ทำรายการผิดพลาดน้อย จนทำให้มีความพึงพอใจทุกครั้งที่ใช้ใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo จากเหตุผลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าพฤติกรรมการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของลูกค้าส่งผลต่อการยอมรับการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยเรื่อง การสร้างสมการพยากรณ์การยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้องค์ความรู้ซึ่งสามารถแสดงได้ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการองค์ความรู้การสร้างการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน

จากภาพที่ 1 การศึกษานี้ได้ค้นพบองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการปรับกลยุทธ์ขององค์กรในการสร้างการยอมรับการใช้แอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการ โดยการในการจัดทำกลยุทธ์ ผู้บริหารควร

ให้ความสำคัญกับตัวแปรทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม รวมถึงการให้ความสำคัญกับตัวแปรพฤติกรรมใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ใช้บริการทุกด้าน ได้แก่ ด้านเป้าหมาย ด้านความพร้อม ด้านสถานการณ์ ด้านการแปลความหมาย ด้านการตอบสนอง และด้านผลลัพธ์ที่ตามมา เนื่องจากทั้งสองตัวแปรส่งผลเชิงบวกต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน MyMo ของลูกค้าธนาคารออมสิน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ด้านความรู้ ธนาคารฯ ควรมีพนักงานให้คำแนะนำการใช้บริการแอปพลิเคชันกับลูกค้า เนื่องจากลูกค้าบางรายไม่มีความรู้เกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชัน
2. ด้านความรู้สึก ธนาคารฯ ควรปรับปรุงแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับการใช้งานของลูกค้าของธนาคารออมสินทุกกลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า และเกษตรกร เป็นต้น
3. ด้านพฤติกรรม ธนาคารฯ ควรสำรวจทัศนคติของลูกค้าเพื่อหาแนวทางการปรับปรุงประสิทธิภาพแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
4. ด้านเป้าหมาย ธนาคารฯ ควรปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีการใช้งานที่ง่ายขึ้น ไม่ซับซ้อน พร้อมใช้ได้ตลอดเวลา เพื่อสะดวกต่อการใช้งานของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามที่คาดหวังไว้
5. ด้านสถานการณ์ ธนาคารฯ ควรมีการแจ้งเตือนลูกค้าล่วงหน้า หากระบบมีการปรับปรุงหรือพัฒนา เพื่อให้ลูกค้าได้วางแผนการทำธุรกรรมล่วงหน้า และไม่เกิดปัญหาความไม่พึงพอใจตามมาในภายหลัง
6. ด้านการแปลความหมาย ธนาคารฯ ควรมีการชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ เช่น วิธีการใช้งาน ขั้นตอนการเข้าระบบ เป็นต้น ให้ลูกค้าได้ทราบรายละเอียดอย่างชัดเจน และเข้าใจง่าย สามารถเข้าใจให้ลูกค้าใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo
7. ด้านความพร้อม ธนาคารฯ ควรประชาสัมพันธ์และจูงใจการใช้แอปพลิเคชันกับกลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์ในการใช้แอปพลิเคชันอื่น ๆ เพราะลูกค้ากลุ่มนี้มีความพร้อมและจะเข้าใจแอปพลิเคชันได้ง่าย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษา ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน MyMo เพื่อนำผลไปพัฒนาและปรับปรุงแอปพลิเคชันให้ดีขึ้น เพื่อให้ตอบสนองต่อการใช้งานแอปพลิเคชันของผู้ใช้งาน
2. ควรมีการขยายขอบเขตในการศึกษาให้ครอบคลุมธนาคารออมสินสาขาอื่น ๆ หรือธนาคารอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการศึกษาและวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในทัศนคติต่อการใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน

3. ควรมีการศึกษารูปแบบของวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ผลของทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการยอมรับการใช้แอปพลิเคชัน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คุณิตา เทพวงศ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชัน Bualuang mBanking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ ในเขตจังหวัดชลบุรี. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*. 2(1), 1-9.
- จักรพงษ์ ลีลาธนาศิริ. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนสมาร์ตโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จิรวัดณ์ วงศ์ธงชัย และกาญจนา สิริกุล. (2557). ปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีบาร์โค้ดสองมิติ ของผู้ใช้งานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย. *Suranaree J. Soc. Sci*, 8(1), 37-54.
- ชำนาญ เงินดี และหทัยชนก วนิศกุล. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับระบบการชำระเงินด้วย QR Code ร้านมนต์นมสด สาขาเชียงใหม่. *วารสาร AL-NUR บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยฟาฏอนี*, 14(27), 170.
- ธนาคารออมสิน (2563). *ข้อมูลธนาคารออมสิน*. สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://www.gsb.or.th/personal/personals/>.
- ธัญมาศ ทองมูลเล็ก และปรีชา วิจิตรธรรมรส. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ในสังคมไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 5(2), 114-124.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

