

พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB
ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่



ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2561

พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB
ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่



กวีพล การเจริญดี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB
ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

กวีพล การเจริญดี

การค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา มณีพันธ์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเถลิง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเถลิง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายกวีพล การเจริญดี
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา มณีพันธ์

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MYMO BY GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-test และ One-way ANOVA

จากการศึกษา พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างในบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนที่ 20,001-25,000 บาท ข้อมูลด้านพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือระบบปฏิบัติการ Android โดยมีช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) โดยมีความถี่ในการใช้งานจำนวนมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าคือ ความสะดวกในการใช้บริการ ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินคือการโอนเงิน โดยทราบข้อมูลการให้บริการจากการแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร กลุ่มผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความคิดเห็นในปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน MyMo by GSB โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้านพบว่า ด้านอิทธิพลของสังคมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความคาดหวังในความพยายามตามลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านประชากรศาสตร์ที่มีเพศ และอาชีพ ที่มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ และอาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของ

ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มี อายุ สถานะภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ส่วนด้านพฤติกรรมของ ผู้ใช้บริการพบว่า ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ การตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการ และแหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการ ที่มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่า ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ การ ตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการ และแหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการ ยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน ส่วนระบบปฏิบัติการของผู้ใช้บริการ และประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการ ที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ระบบปฏิบัติการของผู้ใช้บริการ และประเภทการทำธุรกรรมทางการเงิน ของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน



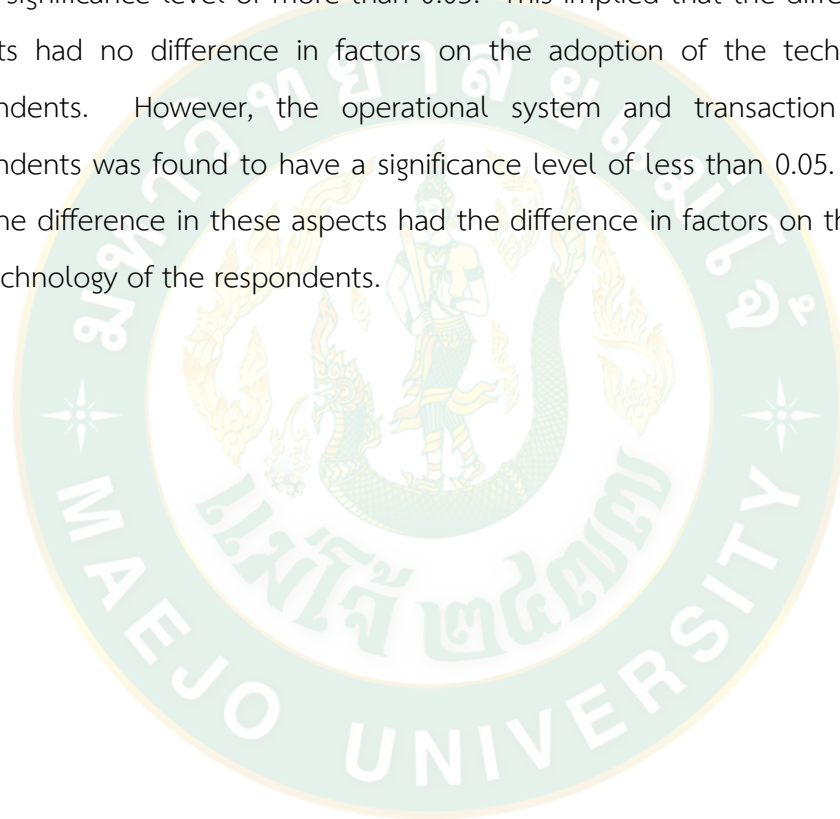
Title	CLIENT BEHAVIORS AND ACCEPTANCE OF MYMO BY GSB APPLICATIONSERVICE PROVIDED BY THE GOVERNMENT SAVINGS BANKIN MUNAG DISTRICT, CHIANGMAI PROVINCE
Author	Mr.Kaweepol Kancharoendee
Degree	Master of Business Administration in Business Administration
Advisor Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Pattarika Maneepun

ABSTRACT

The objectives of this quantitative study were to investigate: 1) client behaviors and acceptance of MYMO by GSB application service provided by the Government Savings Bank in Muang district, Chiangmai province and 2) personal factors effecting the behaviors and acceptance of the clients. A set of questionnaires was used for data collection administered with a sample group of 400 clients obtained by purposive sampling. Obtained data were analyzed by using descriptive statistics i.e. frequency, percentage, mean, and standard deviation. Besides, t-test and One-way ANOVA were employed in this study.

Results of the study revealed that most of the respondents were female, 31-40 years old, single, bachelor's degree holders, private company employees, and their an average monthly income was 20,001-25,000 baht. Regarding data on behaviors, it was found that most of the respondents used the application on a mobile phone (Android) and the transaction was done through mobile application. They used it for more than 10 times per month and they decided to use the service because it was convenient particularly on money transfer. The perceived the service through suggestions of the bank staff. The respondents had a high level of opinions about the adoption of MYMO by GSB application technology. Based on its details, social influence was the factor found most, followed by the expectation in efficiency, convenience, and attention, respectively. For the hypothesis testing, it was found that sex and occupation had a

significance level of more than 0.05. This implied that the difference in sex and occupation had no difference in the adoption of the technology of the respondents. However, age, marital status, educational attainment, and monthly income had a significance level of less than 0.05. This denoted that there was the difference in factors on the adoption of the technology of the respondents. Regarding behaviors of the respondents, it was found that transaction channel, frequency in service using, decision-making on service using, and perception source of service users had a significance level of more than 0.05. This implied that the difference in these aspects had no difference in factors on the adoption of the technology of the respondents. However, the operational system and transaction type of the respondents was found to have a significance level of less than 0.05. This denoted that the difference in these aspects had the difference in factors on the adoption of the technology of the respondents.



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นผลงานที่ผู้วิจัยได้ทุ่มเทความตั้งใจ สติปัญญา กำลังกายและกำลังใจจนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์ คำแนะนำและความช่วยเหลือจากบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบพระคุณท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภทริกา มณีพันธ์ ที่ให้ความกรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริดา ศรีนฤวรรณ ที่ให้ความกรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมในการทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ และได้สละเวลาอันมีค่าให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจสอบแก้ไข ตลอดจนจนถึงให้ความดูแลและเอาใจใส่เป็นอย่างดี รวมทั้งคณาจารย์ในหลักสูตรทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษามาจนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ธนาคารออมสินภาค 8 (เชียงใหม่) นายวรพงษ์ วีระเดช ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารศูนย์ธุรกิจลูกค้า SMEs 8 นางสาวนิภาพร เขียนธรรม ตำแหน่ง พนักงานธุรกิจสัมพันธ์ลูกค้า SMEs 7 และผู้กรอกแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์สถานที่ในการเก็บข้อมูล คำแนะนำ และให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อพิชัยภัทร์ การเจริญดี คุณแม่วนิดา การเจริญดี และครอบครัว ที่ให้การเลี้ยงดูอบรม ส่งเสริมการศึกษา เป็นกำลังใจ ให้การสนับสนุนทั้งในด้านการเรียนและดำเนินชีวิต ให้คำปรึกษา จนทำให้ผู้จัดทำโครงการประสบความสำเร็จในการเรียน จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

กวีพล การเจริญดี

เมษายน 2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
สมมติฐานงานวิจัย	10
ขอบเขตในการวิจัย	10
นิยามศัพท์.....	11
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	12
ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ.....	15
บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB.....	21
รายละเอียดองค์กร	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
กรอบแนวคิด.....	36
บทที่ 3 ระเบียบงานวิจัย.....	37
สถานที่ดำเนินการศึกษา.....	37

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	39
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	40
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	41
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	42
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของ ธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	42
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออม สิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่.....	45
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่.....	48
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ.....	49
ด้านความคาดหวังในความพยายาม.....	51
ด้านอิทธิพลของสังคม.....	52
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก.....	54
การทดสอบสมมติฐาน	56
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ	94
สรุปผล	94
สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	96
อภิปรายผล.....	98
ข้อเสนอแนะ	99
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	100
บรรณานุกรม.....	101

ภาคผนวก.....	103
ภาคผนวก ก แบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ใน เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่.....	104
ประวัติผู้วิจัย.....	110



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	แสดงการเปรียบเทียบความสามารถของแอปพลิเคชันของแต่ละธนาคาร 7
2	แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามวิธีการตั้งคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม (7Os) 14
3	แสดงปัจจัยหลักที่อ้างอิงมาจากทฤษฎีการยอมรับทั้ง 8 ทฤษฎี 20
4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า 42
5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำแนกตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ 45
6	ระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน ตามความคิดเห็นลูกค้าเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ แสดงโดยภาพรวม 48
7	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 49
8	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านความคาดหวังในความพยายาม 51
9	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านอิทธิพลของสังคม 52
10	จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก 54
11	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามเพศ 56

12	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามอายุ.....	57
13	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ.....	59
14	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านความคาดหวังในความพยายาม.....	60
15	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านอิทธิพลของสังคม	61
16	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก.....	62
17	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามสถานภาพ	63
18	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม.....	64
19	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม	65
20	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก.....	66
21	แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระดับการศึกษา	67

- 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระบบปฏิบัติการ 79
- 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามช่องทางธุรกรรมทางการเงิน 80
- 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ 81
- 35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม 83
- 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม 84
- 37 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก 85
- 38 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามการตัดสินใจให้บริการ 86
- 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างการตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม 87
- 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามประเภทการทำธุรกรรมทางการเงิน ... 88
- 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ 90
- 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม 91

43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน
MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามประเภทแหล่งที่รู้จักบริการ..... 92



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การเติบโตของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในจังหวัดเชียงใหม่.....	3
2	จำนวนบัญชีผู้ใช้บริการการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ระหว่างปี 2555 – 2559	4
3	จำนวนปริมาณรายการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile banking ระหว่างปี 2555 – 2559	5
4	จำนวนมูลค่ารายการการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking ระหว่างปี 2555 – 2559	6
5	แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจของ	17
6	ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี	19
7	แบบจำลองเชิงวัตถุระบบบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Mobile Banking ตามโมเดลUML (Unified Modeling Language)	24
8	ขั้นตอนการลงทะเบียนใช้งาน	25
9	ขั้นตอนการตรวจสอบยอดเงิน	26
10	ขั้นตอนเพิ่มบัญชีติดต่อ	27
11	ขั้นตอนโอนเงิน	28
12	ขั้นตอนการชำระค่าสินค้าและบริการ	29
13	ขั้นตอนการเติมเงิน	30
14	กรอบแนวคิด	36

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทและความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนเป็นอย่างมาก ตลอดจนแทรกซึมเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการดำเนินชีวิตและเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เป็นอย่างมาก ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา และการเมือง การพัฒนาเทคโนโลยีมีที่มาอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นทุกวันนี้ช่วยอำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ ให้น้อยลงเทคโนโลยีที่ช่วยให้เราสามารถรับรู้ข่าวสารได้ทันที และเป็นที่ยอมรับในทุกสังคมทุกเพศทุกวัยในขณะนี้ก็คือ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต และสังคมเครือข่าย (Social Network) สื่อออนไลน์ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในด้านต่างๆ รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินซึ่งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในโลกการเงินได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ตลอดเวลา รวดเร็ว และสะดวกสบาย ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น

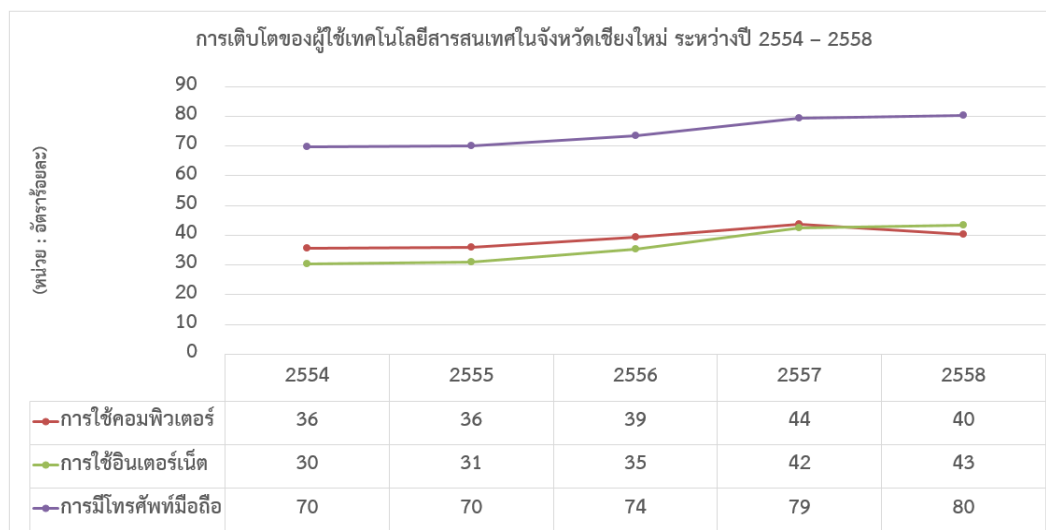
ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (สพธอ.) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่าคนไทยออนไลน์ผ่านมือถือทุกช่วงเวลาโดยจากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 (Thailand Internet User Profile 2016) ที่ผ่านมาได้ทำเก็บสถิติจากผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559 โดยแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ Gen z (น้อยกว่า 17 ปี), Gen y (17-36 ปี), Gen x (37-52 ปี), และ Baby Boomer (53 ปีขึ้นไป) จากผลสำรวจพบว่า Gen Y เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดถึง 53.2 ชั่วโมง/สัปดาห์ (เฉลี่ยแล้วกลุ่มคน Gen Y ท่องอินเทอร์เน็ตวันละเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน) ในส่วนกลุ่ม Baby Boomer (53 ปีขึ้นไป) มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตที่ต่ำสุดถึง 31.8 ชั่วโมง/สัปดาห์ แต่มีอัตราที่สูงขึ้นอย่างน่าสนใจ ทั้งนี้อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีหลากหลาย แต่ผลการสำรวจนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมของคนไทยที่ใช้สมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกช่วงเวลา ซึ่งคนไทยใช้งานโทรศัพท์มือถือในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต 85.5% มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานโดยเฉลี่ย 6.2 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งทั้งจำนวนผู้ใช้งานและจำนวนชั่วโมงการใช้งานของปีนี้สูงกว่าปีที่แล้ว

โดยในปี 2558 มีจำนวนผู้ใช้งาน 82.1% และมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 5.7 ชั่วโมงต่อวันเท่านั้น รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ (PC) และคอมพิวเตอร์พกพา (Laptop, Notebook) ตามลำดับ (EDTA สพรอ., 2559)

จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (Use of Mobile Banking and Internet Banking) เมื่อปลายปี 2016 ระบุว่ามียูสเซอร์ใช้บริการผ่านช่องทาง Internet Banking ในประเทศไทยจำนวน 15,095,696 บัญชี จากเดิม 11,901,117 บัญชี เพิ่มขึ้นจำนวน 3,194,579 บัญชี และมียอดทำธุรกรรมเฉลี่ยรวม 2,475 พันล้านบาทต่อเดือน ส่วนมียูสเซอร์ใช้บริการผ่านช่องทาง Mobile Banking ในประเทศไทยจำนวน 20,883,147 บัญชี จากเดิม 13,918,815 บัญชี เพิ่มขึ้นจำนวน 6,964,332 บัญชี และมีจำนวนการทำธุรกรรมเฉลี่ยต่อเดือนผ่าน Mobile Banking 17.53 ล้านครั้งต่อเดือน เป็นเงินเฉลี่ยรวม 447 พันล้านบาทต่อเดือน ในแง่ของ Mobile Banking Application เราเริ่มที่จะเห็นธนาคารต่างๆเริ่มที่จะพัฒนา Mobile Application ให้บริการแก่ลูกค้ามากขึ้น ทั้งบน iPhone (IOS) หรือ Android อาทิเช่น K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย SCB Easy ของธนาคารไทยพาณิชย์ KTB Netbank ของธนาคารกรุงไทย และ MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน นอกจากนี้หลายๆธนาคารก็ให้บริการ Mobile Web เช่น m.scbeasy.com ของธนาคารไทยพาณิชย์ที่สามารถใช้บริการผ่าน Mobile Browser ได้ ในแง่ของการชำระเงินผ่านอุปกรณ์มือถือ นอกจากการให้บริการผ่าน SMS, Mobile Web หรือ Mobile Application แล้ว อุปกรณ์สมาร์ตโฟนยังมีรูปแบบการชำระผ่านเทคโนโลยีใหม่เช่น NFC แต่จากการสำรวจของ “มาสเตอร์การ์ด” (Mastercard Global Destination Cities Index) พบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ในเอเชียยังใช้ช่องทางการชำระเงินบนโมบายผ่าน Mobile Banking Apps ซึ่งมีผู้ที่เคยชำระผ่านช่องทางนี้ถึง 45% นอกจากนี้ยังเป็น In-Social-Networking-App Shopping 34% ขณะที่การชำระผ่าน SMS/MMS เป็น 31% ส่วน Mobile NFC ยังมีผู้ที่เคยชำระทางช่องทางนี้เพียง 25% แต่ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 70.3% สนใจที่จะชำระผ่านระบบ NFC ในอนาคต

กระแสของเทคโนโลยีได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงและแทรกซึมในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คนในปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะวงการธุรกิจและการเงินธนาคาร สถาบันการเงินหลายแห่งหันมาให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกสบายสำหรับการทำธุรกรรมทางการเงินให้กับลูกค้าของตน ในรูปแบบของ Internet Banking Application และ Mobile Application ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินต้องผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ หรือ Tablet เช่น บริการโอนเงิน สอบถามยอดเงิน เป็นต้น เพื่อตอบสนองการให้บริการที่สามารถทำได้ด้วยตนเอง ที่สะดวกสบาย รวดเร็ว และไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง นอกไปจากนี้ยังได้มีการพัฒนา Application ของธนาคารที่ใช้บน Smart Phone หรือ Mobile Application ออกมาให้บริการแข่งขันกันอย่างแพร่หลาย

จากรายงานข้อมูลการเติบโตของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี 2554 – 2558 พบว่ายอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

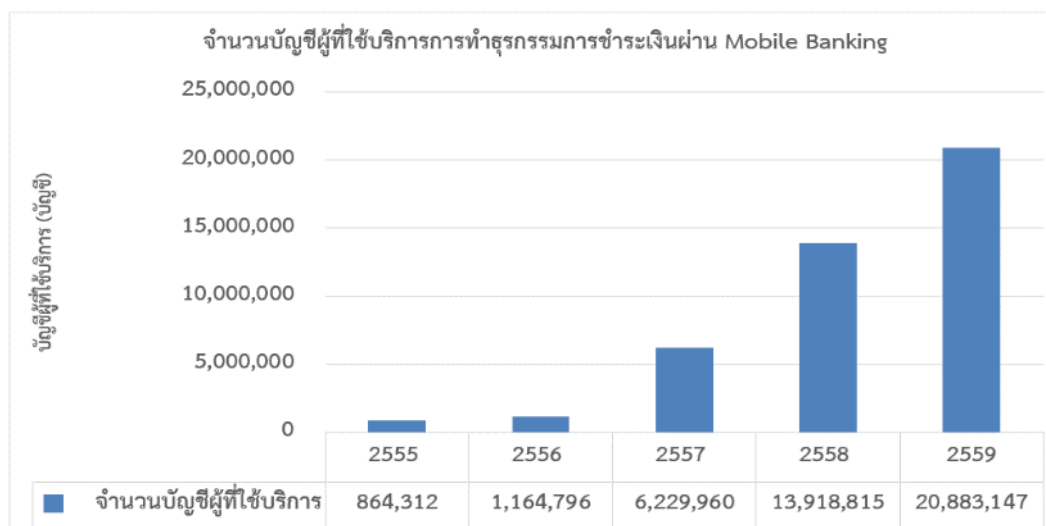


ภาพที่ 1 การเติบโตของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี 2554 – 2558

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559)

จากภาพที่ 1 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559) แสดงการเติบโตของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี 2554 – 2558 จะเห็นได้ว่าการใช้งานคอมพิวเตอร์ และการใช้งาน Internet มีอัตราการเพิ่มขึ้น ในทิศทางเดียวกันและมีปริมาณน้อยกว่าการใช้งานโทรศัพท์มือถืออย่างเห็นได้ชัดโดยข้อมูลการใช้คอมพิวเตอร์ในปี 2554 ถึงปี 2557 มีอัตราผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 22 ส่วนข้อมูลการใช้คอมพิวเตอร์ในปี 2558 มีจำนวนร้อยละ 40 ซึ่งน้อยกว่าปี 2558 อยู่จำนวนร้อยละ 4 เกิดจากผู้บริโภคหันมาใช้โทรศัพท์มือถือมากขึ้น และข้อมูลการใช้ Internet ในปี 2554 ถึง ปี 2558 มีอัตราผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 43 แต่สำหรับการใช้งานโทรศัพท์มือถือได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยมีการใช้งานสูงตั้งแต่ปี 2554 มีจำนวนมากถึงร้อยละ 70 และได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนผู้ใช้งานในปี 2558 จำนวนร้อยละ 80 จากสถิติของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า แนวโน้มการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) มีจำนวนบัญชีที่ใช้บริการมีจำนวนเพิ่มขึ้น

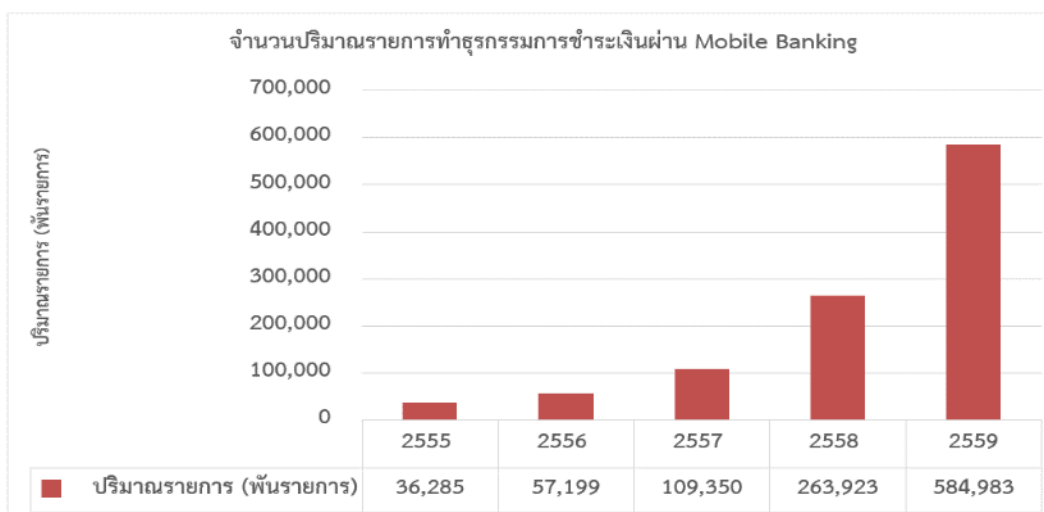
จากรายงานข้อมูลการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่ายอดการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 จำนวนบัญชีผู้ใช้บริการการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking
ระหว่างปี 2555 – 2559

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560)

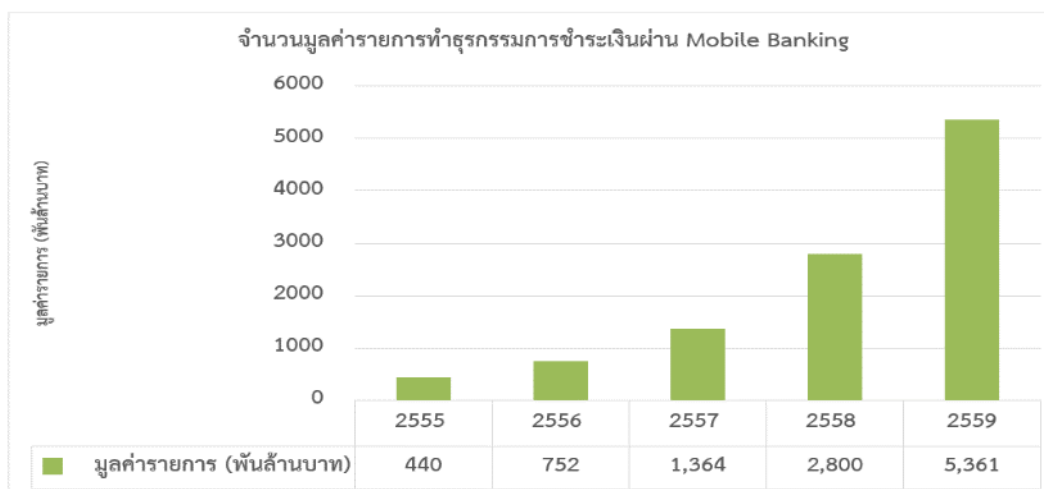
จากภาพที่ 2 ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) แสดงจำนวนบัญชีผู้ใช้บริการการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ระหว่างปี 2555 – 2559 พบว่าระหว่างปี 2555 ถึง 2559 จำนวนบัญชีผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากเดิมในปี 2558 มีจำนวน 13,918,815 บัญชี เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 20,883,147 บัญชี (เพิ่มขึ้น 6,964,332 บัญชี) ในปี 2558 เนื่องจากผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด



ภาพที่ 3 จำนวนปริมาณรายการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile banking
ระหว่างปี 2555 – 2559

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560)

จากภาพที่ 3 ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) แสดงจำนวนปริมาณรายการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน Mobile Banking ระหว่างปี 2555 – 2559 พบว่าปริมาณรายการที่ทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) ระหว่างปี 2555 และ 2556 มีการใช้งานอยู่ปริมาณที่น้อยเนื่องจากการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ยังไม่ได้รับความนิยม โดยในปี 2555 มีจำนวน 36,285 พันรายการ และในปี 2556 มีจำนวน 57,199 พันรายการ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 57 หรือ 20,914 พันรายการ และตั้งแต่ปี 2557 จะเห็นได้ว่าปริมาณรายการที่ทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) เพิ่มขึ้นเป็นเท่าตัว เนื่องจากหลายๆ ธนาคารได้มีการปรับปรุงประสิทธิภาพของการให้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) ประกอบกับการใช้งานสมาร์ทโฟน (Smart Phone) ที่มีการขยายตัวอย่างมาก ส่งผลให้ปริมาณรายการที่ทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) เพิ่มมากขึ้น โดยในปี 2558 มีจำนวน 263,923 พันรายการ และในปี 2559 มีจำนวน 584,983 พันรายการ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 122 หรือ 321,060 พันรายการ



ภาพที่ 4 จำนวนมูลค่ารายการการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking ระหว่างปี 2555 – 2559

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560)

จากภาพที่ 4 ธนาคารแห่งประเทศไทย (2560) แสดงจำนวนมูลค่ารายการการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking ระหว่างปี 2555 – 2559 จะเห็นได้ว่า ในปี 2555 และ 2556 มูลค่ารายการการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking มีมูลค่าน้อย โดยมีมูลค่ารายการ 440 พันล้านบาท ในปี 2555 และ 752 พันล้านบาท ในปี 2556 และมูลค่าได้มีการปรับตัวสูงขึ้นในปี 2557 และ 2558 โดยมีมูลค่ารายการเป็น 1,364 พันล้านบาท และ 2,800 พันล้านบาท ตามลำดับ ทั้งนี้ในปี 2559 มีการขยายตัวอย่างมากโดยมูลค่ารายการสูงถึง 5,361 พันล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 91.46 จากปี 2558

ด้านธนาคารออมสิน (อังกฤษ: Government Savings Bank; ชื่อย่อ: GSB) มีสถานะรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง เป็นธนาคารเพื่อลูกค้ารายย่อย เน้นการให้สินเชื่อเพื่อพัฒนาชนบท พัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย โดยมีรูปแบบของสินเชื่อและชนิดการฝากเงินรายย่อยมากมาย อีกทั้งยังสร้างเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มชุมชน โครงการธนาคารเพื่อประชาชน โดยให้สินเชื่อระยะสั้นแก่ผู้ประกอบการรายย่อย (ให้ประชาชนมาเป็นหนี้ในระบบ ที่สามารถตรวจสอบได้ และการเก็บดอกเบี้ยตามความเป็นจริง) เป็นช่องทางการรับและจ่ายเงินกู้ จากโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง อีกทั้งยังลงทุนในการพัฒนาประเทศ ของหน่วยงานรัฐบาลและรัฐวิสาหกิจ ให้บริการรูปแบบเงินฝากที่หลากหลาย เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย รวมทั้งมีการให้บริการตามหลักศาสนาอิสลาม ปัจจุบันมีจำนวนสาขาทั้งหมด 1,039 แห่งทั่วประเทศ และเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ธนาคารออมสินได้เปิดตัวการให้บริการโหมบายแบงก์กิ้ง เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่บนโทรศัพท์มือถือ






และแท็บเล็ต ประสบการณ์ใหม่ของการทำธุรกรรมทางการเงินที่ให้ธนาคารอยู่กับคุณทุกที่ทุกเวลา และครบทุกบัญชีใน App เดียว การให้บริการธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารออมสินนี้มีชื่อว่า “MyMo by GSB” เป็นการให้บริการธุรกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ของออมสินยุคใหม่โดยเป็นบริการที่ทำให้ธนาคารออมสินมีบริการ Digital Banking ที่ครบวงจร นอกเหนือไปจากอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่ได้เปิดให้บริการไปแล้ว (ธนาคารออมสิน, 2558)

ระบบบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) ของธนาคารออมสินได้ถูกเปิดตัวขึ้นในงานมหกรรมการเงินครั้งที่ 15 โดยให้ชื่อว่า “MyMo by GSB” - My Money My Mobile เนื่องด้วยเล็งเห็นถึงแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยนิยมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค MyMo by GSB เป็นช่องทางที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการเข้าถึงบริการทางการเงินได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องเดินทางไปใช้บริการที่ธนาคารออมสินสาขา และสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่ต้องรอรับบริการจากที่เคาร์เตอร์ธนาคาร ตลอดจนยังสามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลหลังจากทำรายการ ประการสุดท้ายความปลอดภัย คือ จะต้องมีการยืนยันตัวตน (Verify) ผ่านหมายเลขโทรศัพท์ก่อนใช้บริการ, มีการใส่รหัสเพื่อเข้าสู่ระบบ (Passcode) และระบบการแจ้งเตือน (Notification) ความเคลื่อนไหวของบัญชีแบบทันที (Real-time) จึงส่งผลธนาคารหลายรายมีการพัฒนาระบบบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) กันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด และเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้เพิ่มขึ้น จึงเป็นเหตุให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดในการเพิ่มส่วนแบ่งของตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) โดยการพัฒนาความสามารถให้มีความหลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ ดังตารางเปรียบเทียบความสามารถของบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) ของธนาคารต่างๆ ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบความสามารถของแอปพลิเคชันของแต่ละธนาคาร

รายละเอียดบริการ						
ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ดูรายการเดินบัญชีย้อนหลัง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
โอนเงินภายในธนาคารและต่างธนาคาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายละเอียดบริการ						
จ่ายบิลด้วย Barcode	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ใช้งานได้ทุกที่ ผ่าน 3G/4G และ WIFI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
โอนเงินผ่านเบอร์โทรศัพท์มือถือ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เลือก Theme ได้ตาม Lifestyle					✓	✓
ครบทุกบัญชีใน App เดียว						✓
แจ้งเตือนผ่าน Application Push Notification					✓	✓
ดูรายการเดินบัญชีย้อนหลังสูงสุด 5 ปี						✓
บริการสลากออมสินพิเศษ						✓
กดเงินสดโดยไม่ต้องใช้บัตร						✓

ที่มา: ธนาคารออมสิน (2560)

จากตารางที่ 1 ธนาคารออมสิน (2560) จะเห็นได้ว่าธนาคารหลายรายมีการพัฒนาศักยภาพของบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Financial Service) อย่างเห็นได้ชัดเจนโดยความสามารถพื้นฐานคือการตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ, ตรวจสอบ statement, การโอนเงินภายในธนาคารและต่างธนาคารและการจ่ายบิลด้วย Barcode สำหรับความสามารถในการโอนเงินผ่านหมายเลขโทรศัพท์นั้นมีให้บริการ 3 ราย คือบริการ Bualuang M Banking ของธนาคารกรุงเทพ , K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน สำหรับการปรับเปลี่ยน Theme ได้ตาม Lifestyle นั้นสามารถทำรายการผ่านบริการ K-Mobile Banking Plus ของธนาคารกสิกรไทย และบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน นอกจากนี้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินสร้างความแตกต่างโดยการเพิ่มสามารถรวมทุกบัญชีใน App เดียว,

แจ้งเตือนผ่าน Application Push Notification, ดูรายการเดินบัญชีย้อนหลังสูงสุด 5 ปี, ใช้งานได้ทุกที่ทั่วโลกผ่าน 3G และ Wifi และบริการสลากออมสินพิเศษ ถ้าสุดสามารถกดเงินสดผ่านบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน

ทั้งนี้ธนาคารออมสินได้มีเป้าหมายในการทำให้จำนวนผู้สมัครใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาความสามารถใหม่เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อจะได้ทราบและเข้าใจถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และระดับการยอมรับ ของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB และนำผลการศึกษาดังกล่าวมาเป็นข้อมูลให้กับธนาคารออมสิน เพื่อนำไปวางแผนกำหนดกลยุทธ์ และพัฒนาระบบการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับสถานะการแข่งขันในด้านบริการได้อย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่
3. เพื่อเป็นแนวทางในการนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน
4. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของระบบ MyMo by GSB ให้สอดคล้องกันความต้องการของผู้ใช้งาน

สมมติฐานงานวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มลูกค้าของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เรื่องพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

พฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ มาเป็นตัววัดพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และนำผลการศึกษามาทำการสรุปผลการศึกษา รวมทั้งปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรของการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังนี้ สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต สาขาเซ็นทรัลเฟสติวัล สาขาเม-ญา สาขาพรอมเมนาดา สาขาเทสโก้โลตัส ค่าเพียง จำนวนสาขาละ 80 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เริ่มทำการศึกษาในช่วงเดือนเมษายน 2560 ถึงธันวาคม 2560

นิยามศัพท์

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน

การยอมรับ หมายถึง การยอมรับของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน

ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB หมายถึง ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ธนาคารออมสิน หรือ Government Savings Bank หรือ GSB หมายถึง ธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ คือ สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต สาขาเซ็นทรัลเฟสติวัล สาขาเม-ญา สาขาพยอมเมนาตา และสาขาเทสโก้โลตัสคำเที่ยง



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยโดยใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
3. บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB
4. รายละเอียดองค์กร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิด

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาการคิดการซื้อการใช้การประเมินผลในสินค้าและบริการซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิดประสบการณ์การซื้อการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา หรือหมายถึงการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับการให้ได้มาหรือการใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้วและซึ่งมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว (ธงชัย สันติวงษ์, 2540)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคได้แสดงออกกว่าไม่ว่าจะเป็นการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์บริการซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งเงินเวลาและกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย 1. ซื้ออะไร 2. ทำไมจึงซื้อ 3. ซื้อมีเมื่อไร 4. ซื้อมีอย่างไร 5. ซื้อมีที่ไหน 6. ซื้อมีบ่อยแค่ไหน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ อมรศักดิ์ บุญเรือง, 2541)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและได้มาซึ่งการบริโภคและการจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย (ศุภร เสรีรัตน์, 2545)

จากที่กล่าวข้างต้นพอสรุปได้ว่า “พฤติกรรมผู้บริโภค” หมายถึงการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจรวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่านักการตลาดจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบวิธีที่จะจูงใจผู้บริโภคโดยเริ่มตั้งแต่การเสนอผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์การตลาดดังนั้น นักการตลาดจะต้องเข้าใจเหตุผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยความรู้ที่ได้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์มีดังนี้

1. การแก้ไขปัญหาทางการตลาด
2. การบริหารการตลาด
3. การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม สำหรับคำถามที่นักการตลาดนำมาใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อทำการค้นหาคำตอบ 7 ประการคือ 7Os ดังนี้ (Kotler, 2000)

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย (Occupants)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the market buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) คำถามนี้เพื่อต้องการคำตอบที่เกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อสนองความต้องการของเขา (Objective)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับบทบาทของบุคคลหรือกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organizations)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับโอกาสในการซื้อ และใช้บริการด้านอื่นๆ (Occasions)

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับแหล่ง หรือช่องทางที่ผู้บริโภคทำการซื้อสินค้า (Outlet)

7. ผู้บริโภคซื้อสินค้าอย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation)

ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามวิธีการตั้งคำถาม 7 คำถาม (6Ws และ 1H) เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรม (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1) ประชากรศาสตร์ 2) ภูมิศาสตร์ 3) จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4) พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ ต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ 1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม 3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซึ่งประกอบด้วย 1) ผู้ริเริ่ม 2) ผู้มีอิทธิพล 3) ผู้ตัดสินใจซื้อ 4) ผู้ซื้อ 5) ผู้ใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ ฯลฯ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1) การรับรู้ปัญหา 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางการเลือก 4) ตัดสินใจซื้อ 5) ความรู้สึกหลังการซื้อ

ที่มา: พันธिता แก้วมา (2556)

ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Rogers and Shoemaker, 1971) ได้กล่าวถึงกระบวนการยอมรับว่าเป็นเงื่อนไขทางจิตใจของบุคคล ซึ่งเริ่มต้นด้วยการให้ความสนใจในความรู้ใหม่ๆ มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งใหม่ๆ เพื่อต้องการนำมาทดลองและรับรู้ถึงเงื่อนไขของสิ่งนั้น เมื่อรู้ถึงความรู้สึกที่กระทำต่อสิ่งนั้นโดยตรง จะช่วยให้บุคคลนั้นตัดสินใจยอมรับ ซึ่งจะต้องมีผลลัพธ์เป็นที่ตนเองพอใจ โดยได้แบ่งกระบวนการยอมรับเป็น 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ (Awareness) เป็นขั้นแรกที่บุคคลนั้นมีการรับรู้ข้อมูล หรือได้รับทราบข้อมูล รวมถึงแนวความคิดใหม่ ๆ แต่ยังไม่มียาละเอียดที่แน่ชัด การรับรู้ที่นี้อาจเกิดขึ้นโดยความบังเอิญด้วยการกระทำต่างๆ ในการใช้ชีวิตประจำวัน

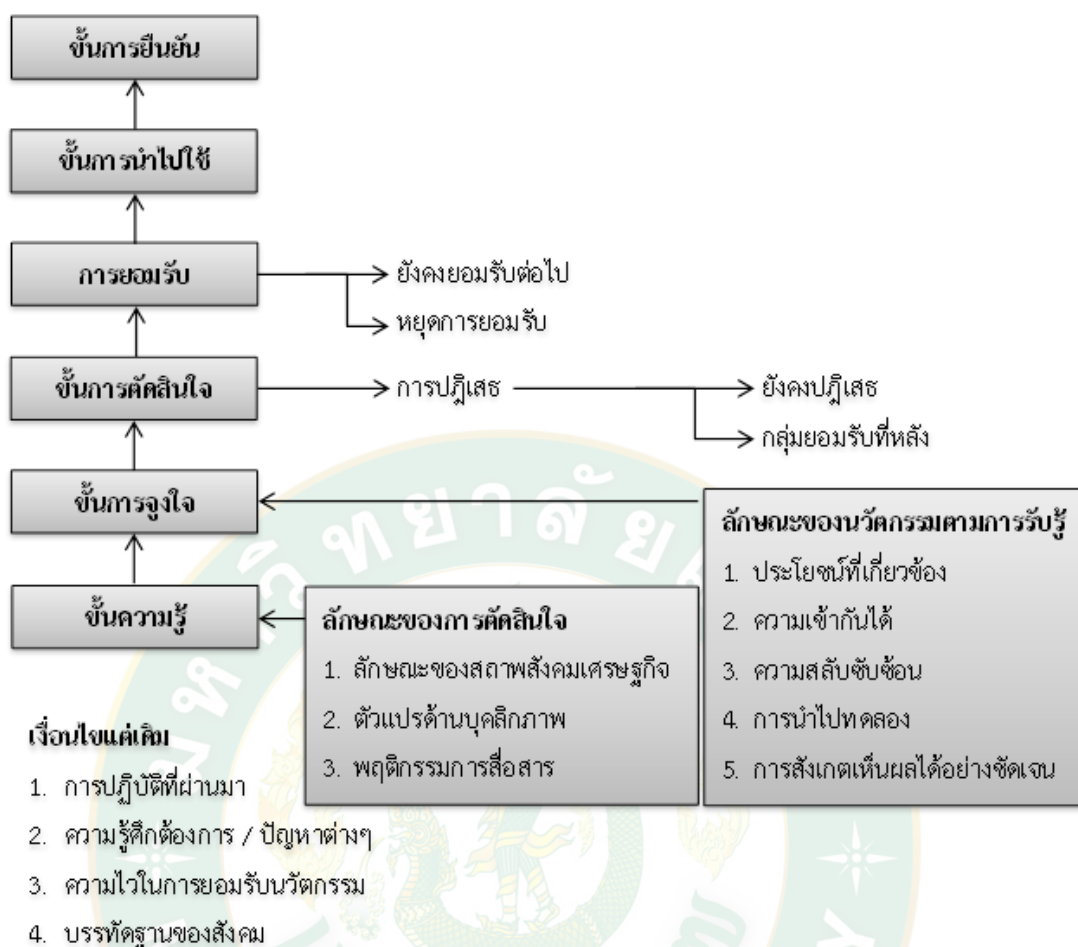
2. ความสนใจ (Interest) เมื่อบุคคลนั้นมีการใส่ใจให้ความสำคัญกับสิ่งที่รับรู้ และพยายามมองหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อเติมเต็มรายละเอียด ซึ่งสามารถแยกแยะความเป็นไปได้ของประโยชน์ และความเหมาะสมในการรับรู้

3. ไตร่ตรอง (Evaluation) เป็นขั้นขั้นที่บุคคลนั้นพยายามคิดวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยละเอียด แล้วนำมาเปรียบเทียบกับสิ่งที่อยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้รับรู้และเข้าใจผลของการยอมรับ แนวความคิดใหม่ๆ ที่รับรู้มาว่ามีผลดี หรือผลเสียอย่างไร เมื่อปฏิบัติตามหากมีการไตร่ตรองผลลัพธ์ แล้วว่าสามารถทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองได้มากกว่าปัจจุบัน ซึ่งจะนำไปสู่การทดลองขั้นต่อไป

4. ทดลองทำ (Trial) หลังจากมีการไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนแล้ว บุคคลนั้นจะทดลองทำตาม แนวความคิดใหม่ๆ เพียงเล็กน้อย เพื่อดูผลลัพธ์ว่าสามารถเป็นไปได้จริงๆ ตามที่ตนเองคาดคิดไว้ หรือไม่ ในขั้นตอนนี้บุคคลนั้น จะแสวงหาข่าวสารที่เฉพาะเจาะจงกับการทดลอง เพื่อประกอบกับการ ปฏิบัติจริง ซึ่งผลการทดลองจะเป็นตัวชี้วัดในการตัดสินใจว่าปฏิเสธ หรือยอมรับต่อไป

5. ยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่บุคคลนั้นจะยอมรับ และตัดสินใจนำความคิด ใหม่นี้ไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวัน หลังจากได้มีการทดลองปฏิบัติ และเปรียบเทียบผลลัพธ์ของ การปฏิบัติที่น่าพอใจ

ต่อมา Rogers (1983) ได้มองเห็นข้อผิดพลาดบางประการที่ยังไม่สมบูรณ์ จึงได้พัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบในการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมใหม่ โดยสร้างแบบจำลองของ กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจของ

ที่มา: Rogers (1983)

1. ขั้นความรู้ (Knowledge) กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเริ่มต้นที่บุคคลได้สัมผัสนวัตกรรมใหม่ๆ และเริ่มศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจถึงหน้าที่การทำงานของนวัตกรรมนั้นๆ โดยแบ่งความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมที่บุคคลได้รับในขั้นนี้ เป็น 3 ด้านดังนี้

1.1 ด้านความรู้จักนวัตกรรม (Awareness Knowledge) เป็นความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม เป็นความรู้ที่รู้ว่ามื่ออะไรเกิดขึ้นใหม่ๆ และสิ่งนั้นทำหน้าที่อะไรได้บ้าง

1.2 ด้านความรู้วิธีการใช้นวัตกรรม (How-To Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากการติดต่อสื่อสารกับสิ่งต่างๆ โดยมีกลุ่มผู้เผยแพร่รนวัตกรรมเอามานำเสนอให้รับรู้ ซึ่งความรู้ประเภทนี้จะช่วยให้มีการใช้นวัตกรรมใหม่นั้นได้อย่างถูกต้อง

1.3 ด้านความรู้เกี่ยวกับหลักการของนวัตกรรม (Principles Knowledge) เป็นความรู้ที่รู้ถึงกฎเกณฑ์เบื้องหลังของนวัตกรรม ซึ่งจะช่วยให้นวัตกรรมนั้นบรรลุผล โดยมีการแนะนำและ

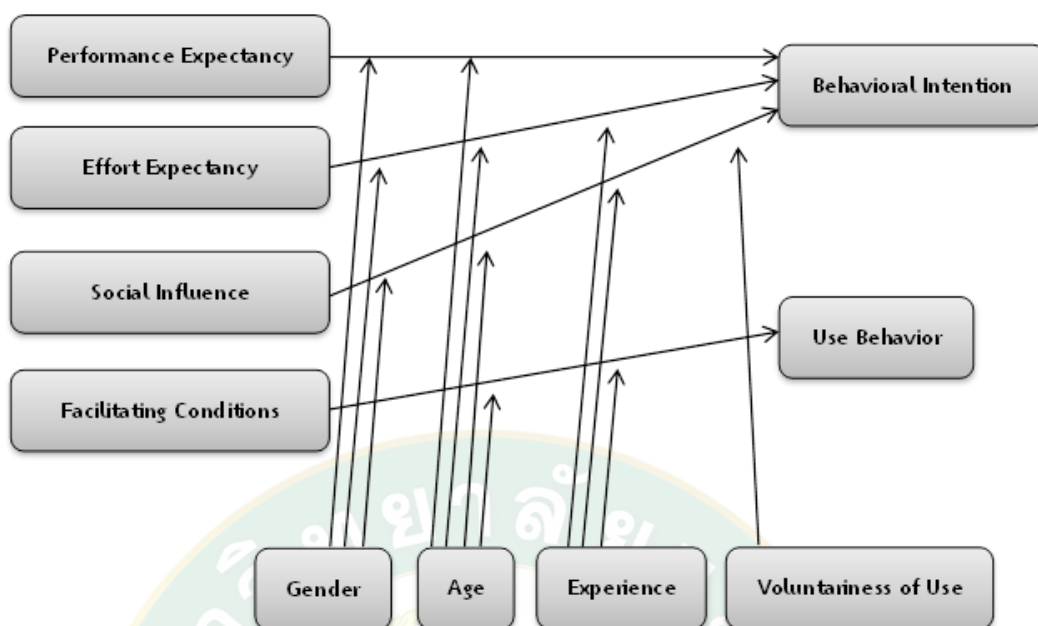
ทดสอบจากกลุ่มผู้มีประสบการณ์เพื่อตอบสนองการใช้งานนวัตกรรมนั้นอย่างถูกต้อง และให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. ขั้นจูงใจ (Persuasion) ในขั้นตอนนี้บุคคลจะสร้างทัศนคติที่มีความชอบ หรือไม่ชอบ นวัตกรรม เป็นส่วนที่สมองของบุคคลใช้ความรู้มาพิจารณาให้เกิดสิ่งจูงใจรวมถึงในด้านอารมณ์ และความรู้สึกซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการทำให้เกิดสิ่งจูงใจ

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ในขั้นตอนนี้จะเป็นกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งมีผลมาจาก 2 ข้อข้างต้น โดยบุคคลนั้นจะต้องได้รับข้อมูลที่เพียงพอ และเล็งเห็นประโยชน์ในการใช้นวัตกรรมนั้น จึงจะมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งขั้นนี้เป็นชีวิตว่าบุคคลนั้นพึงพอใจต่อนวัตกรรมนี้หรือไม่ หากไม่พึงพอใจ จะทำให้บุคคลนั้นปฏิเสธการยอมรับนวัตกรรมนี้ไปโดยมิได้มีการทดลองใช้ก่อน

4. ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) เมื่อกระบวนการตัดสินใจยอมรับในขั้นต้นผ่านไป แล้วบุคคลนั้นจะนำไปใช้ โดยจะต้องรู้ว่าสามารถหาวัตกรรรมได้จากที่ไหน นำไปใช้อย่างไร และเมื่อนำไปใช้จะเกิดปัญหาอย่างไร ซึ่งจะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมนั้น เพื่อตอบโจทย์ต่างๆ โดยรวมถึงการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง แก้ไข ให้บุคคลนั้นนำไปใช้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุดกับตนเอง

5. ขั้นการยืนยัน (Confirm) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการโดยการตัดสินใจ ยอมรับ นวัตกรรมส่วนใหญ่ เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับไปแล้วบุคคลนั้นจะแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในครั้งนั้น และเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าตนเองตัดสินใจถูกต้อง โดยพิจารณาอย่างถี่ถ้วน



ภาพที่ 6 ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

ที่มา: Venkatesh et al. (2003)

ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) ในภาพที่ 6 ได้ถูกนำเสนอโดย (Venkatesh et al., 2003) ซึ่งได้นำทฤษฎีการยอมรับทั้ง 8 ทฤษฎี อันได้แก่ TRA (Theory Reasoned Action), TPB (Theory of Planned Behavior), TAM (Technology Acceptance Model), MPCU (Model of PC Utilization), IDT (Innovation Diffusion Theory), MM (Motivation Model), SCT (Social Cognitive Theory) และ C-TAM-TPB (Combined-TAM-TPB) มาใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาทฤษฎี UTAUT โดยอาศัยความโดดเด่นของปัจจัยต่างๆ ตาม 8 ทฤษฎี และได้ปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ การคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) อิทธิพลของสัง คม (Social Influence) และสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) (นาตยา ศรีสว่างสุข, 2558)

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยหลักที่อ้างอิงมาจากทฤษฎีการยอมรับทั้ง 8 ทฤษฎี

UTAUT Determinant	The Sub-determinant	The Source of Integrated Model
Performance Expectancy	Perceived Usefulness	TAM, TAM2, C-TAM-TPB
	Extrinsic Motivation	MM
	Job-Fit	MPCU
	Relative Advantage	IDT
	Outcome Expectancy	SCT
Effort Expectancy	Perceived Ease of Use	TAM, TAM2
	Complexity	MPCU
	Ease of Use	IDT
Social Influence	Subjective Norm	TRA, TAM, TPB, C-TAM-TPB
	Social Factors	MPCU
	Image	IDT
Facilitating Conditions	Perceived Behavioral Control	TPB, C-TAM-TPB
	Control	
	Facilitating Condition	MPCU
	Compatibility	IDT

1. การคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy) เป็นความเชื่อส่วนบุคคลที่เชื่อว่าระบบจะเพิ่มขีดความสามารถของบุคคลนั้นได้ หรือจะช่วยให้บรรลุผลประโยชน์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ ซึ่งจะมีความหมายเช่นเดียวกับ การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) ของทฤษฎี TAM (Technology Acceptance Model)

2. ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) เป็นความเชื่อที่ทำให้รู้ว่าไม่ต้องใช้ความพยายามใดๆ ในการใช้งานหรือจัดการความรู้ ซึ่งมีความหมายเดียวกับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ของทฤษฎี TAM (Technology Acceptance Model)

3. อิทธิพลของสังคม (Social Influence) ระดับความเข้าใจของแต่ละบุคคล ที่เชื่อว่าบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลต่อตนเอง และเชื่อว่าตนเองจะต้องใช้เทคโนโลยีนั้น ซึ่งมีความหมายเดียวกับบรรทัดฐานส่วนบุคคล (Subjective Norm) ของทฤษฎี TPB (Theory of Planned Behavior)

4. สภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilitating Conditions) ทรัพยากรที่แต่ละบุคคล เชื่อว่าจะสามารถช่วยสนับสนุนกิจกรรมหรือการกระทำของตนเองได้ และพฤติกรรมในการใช้งานอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานจะเกิดขึ้นได้ยาก ถ้ามีสิ่งความสะดวกไม่เพียงพอ (นาตยา ศรีสว่างสุข, 2558)

บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB

1. เทคโนโลยีในการทำธุรกรรมทางการเงิน (Financial Technology)

กลุ่มธุรกิจเกิดใหม่ที่เน้นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและกำลังเข้ามาพลิกโฉมหน้ารูปแบบการทำธุรกรรมในภาคส่วนต่างๆ ให้ฉีกออกไปจากการทำธุรกรรมแบบเก่า ทั้งการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) การโอนเงิน (Money Transfer) การกู้ยืมเงิน (Loan) การระดมทุน (Fundraising) และ การจัดการทรัพย์สิน (Asset Management) โดยอาศัยความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ IT รวมไปถึง แอปพลิเคชัน และ สมาร์ทโฟนที่พบเห็นได้ทั่วไปในยุคดิจิทัล ปัจจุบันจากข้อมูล Fintech Adoption index ที่จัดทำขึ้นเป็นครั้งแรกโดย Ernst & Young พบว่าฮ่องกง มีอัตราการประยุกต์ใช้ FinTech สูงสุดที่ 29.1% ของผู้บริโภคที่ใช้ช่องทางดิจิทัลทำธุรกรรมเป็นประจำ (Digitally Active Consumer) ตามมาด้วย สหรัฐฯ (16.5%) สิงคโปร์ (14.7%) สหราชอาณาจักร (14.3%) ออสเตรเลีย (13%) และ แคนาดา (8.2%) สามารถจำแนกพัฒนาการออกเป็น 8 ทิศทาง คือ

1. การให้ความรู้ผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมการจัดการเงินที่ smarter ยิ่งขึ้น (Smarter financial decisions) ในอนาคตไม่ใช่การให้วงเงินอย่างฟูล่าหรือบัตรเครดิตฟรีๆ แต่เป็นการช่วยผู้บริโภคให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการเงินได้อย่างชาญฉลาดมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมการเก็บออมเงิน และนำเสนอกลยุทธ์การลงทุนที่ให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจและเข้าใจได้ง่าย

2. การให้ความช่วยเหลือด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance assistance) ธนาคารต่างๆ ต้องเผชิญกับกฎระเบียบข้อบังคับมากขึ้น ทั้งการทำธุรกรรมออฟไลน์และออนไลน์ เนื่องจากความไม่รอบคอบที่ผ่านมา ส่งผลให้สถาบันและบริษัทต่างๆ มีภาระงานเพิ่มขึ้นในการปฏิบัติตามกฎข้อบังคับต่างๆ นอกจากนี้ ภัยจากการฉ้อโกงระหว่างประเทศและการขโมยอัตลักษณ์ยังคงสร้างความกดดันให้สถาบันการเงินทั้งหลายอย่างต่อเนื่อง

3. การยกระดับประสบการณ์ซื้อของออนไลน์ (Online shopping experience) ปัจจุบันผู้บริโภคทราบถึงภัยจากการขโมยอัตลักษณ์อย่างแพร่หลายมากขึ้น เป็นเหตุให้พวกเขามองหาประสบการณ์การช้อปปิ้งออนไลน์ที่สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น ตลาดนี้มีแนวโน้มเติบโตต่อไป

เรื่อยๆ เนื่องจากประชากรหลายพันล้านคนจะเข้าถึงการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างทั่วถึงเพิ่มขึ้นใน 5 ปีข้างหน้า

4. การเพิ่มทางเลือกใหม่ในการใช้จ่ายใช้สอย (Payment options) ยิ่งธุรกรรมมีความเป็นสากลและเกิดในโลกออนไลน์มากขึ้น ผู้บริโภคและเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ยิ่งจำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่หลากหลายในการรับชำระและจ่ายเงินให้ผู้เกี่ยวข้อง อัตราแลกเปลี่ยน การโอนเงิน หรือ PayPal ไม่ได้เป็นตัวเลือกหลักของผู้บริโภคอีกต่อไป เพราะ FinTech โซลูชันกำลังพลิกโฉมสารบบของการชำระเงิน

5. การนำเสนอช่องทางกู้ยืมเงินแบบใหม่ (New avenues for loans) การเปลี่ยนแปลงในตลาดกู้ยืมเงิน มีผลให้ผู้บริโภคและธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากประสบปัญหาในการเสาะหาเงินทุน เนื่องจากธนาคารไม่ยินดีปล่อยสินเชื่อรายย่อย หรือ ขึ้นบัญชีดำลูกค้าที่เป็นเจ้าของกิจการเอง

6. การชำระเงินและเรียกเก็บเงินรวดเร็ว (Speed payments and collections) ธุรกิจรายย่อยถึง 20 ล้านรายในภูมิภาค ไม่รับการชำระด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต โดยเปลี่ยนสมาร์ตโฟนให้รับการชำระด้วยบัตร แทนการขอเครื่องรูดบัตร ช่วยลดอุปสรรคด้านต้นทุนในส่วนนี้ลงไปได้

7. การคุ้มครองทรัพย์สินจากภัยฉ้อโกง (Asset protection) ผู้กระทำการฉ้อโกงเงินมักเป็นกลุ่มคนที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากกว่าผู้อื่น มองเห็นช่องทางการกอบโกยเข้ากระเป๋าตนเอง ด้วยเหตุนี้ในอนาคตอันใกล้ FinTech จำเป็นต้องเสาะหาหนทางต่อสู้กับการก่ออาชญากรรมเหล่านี้อย่างไม่ลดละ โดยอาศัยเทคโนโลยีการคุ้มครองทรัพย์สิน รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยียืนยันตัวบุคคลที่มีความก้าวหน้ากว่าในปัจจุบัน เพื่อสร้างความปลอดภัยให้แก่ลูกค้า E-Commerce ธนาคาร และผู้ให้บริการจ่ายเงินออนไลน์และกู้ยืมเงิน

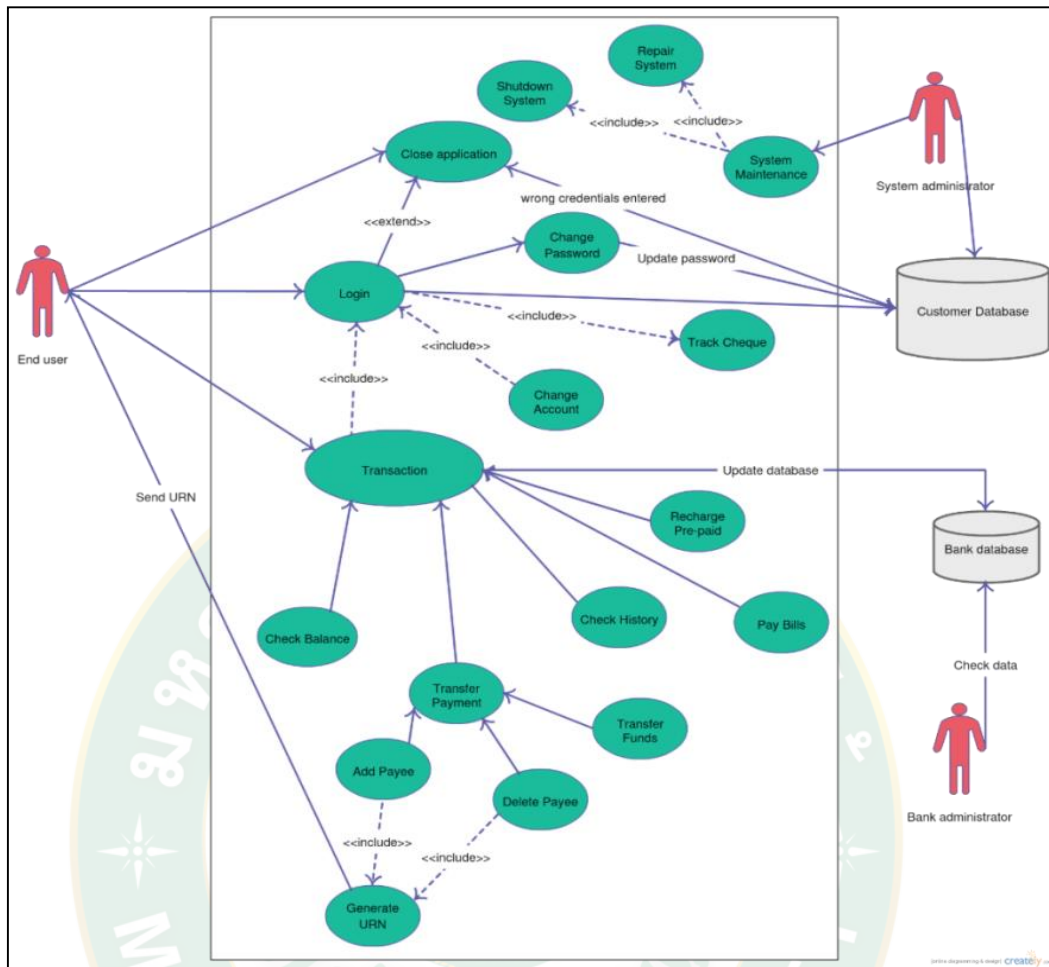
8. ส่งเสริมการลงทุน (Investment) ปัญหาชื่อเสียงของบริษัทการลงทุนที่ตกต่ำ ค่าธรรมเนียมที่สูงเกินไป ค่าธรรมเนียมแอบแฝง ตลอดจน คำแนะนำที่ส่งผลในแง่ลบต่อการลงทุน ทำให้ผู้บริโภคหลายรายขาดความมั่นใจในการลงทุนด้วยเหตุนี้ บริษัท FinTech อย่าง Wealthfront Robinhood และ Addepar จะถือกำเนิดตามมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือแม่แต่นักลงทุนรายย่อยให้มีความมั่นใจที่จะกลับเข้าสู่ตลาดการลงทุนอีกครั้ง

ธนาคารและองค์กรต่างๆ ยังคงลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อตอบรับความท้าทายด้านการเงิน Statista คาดการณ์ว่านักลงทุนจะลงเม็ดเงินเกือบ 2 หมื่นล้านเหรียญ ในปี 2017 เฉพาะในแถบอเมริกาเหนือเท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทต่างๆ จะให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการทั่วโลกเช่นกัน เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ผู้บริโภค และชุมชนการลงทุนจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำการตัดสินใจทางการเงินได้อย่างถูกต้องแม่นยำขึ้น ตลอดจนปรับปรุงการทำงานขององค์กรได้อย่างเหมาะสมจากแนวโน้มข้างต้นทั้งหมดนี้ บริษัท FinTech จะยังคงเดินหน้า

แก้ไขปัญหาคอขวดใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในวงการการเงินและการลงทุนต่อไป โดยนำเสนอโซลูชันแนวใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น (Home-based proprietary trader for Disabilities, 2559)

2. กระบวนการทำงานของบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking)

เพื่อให้การบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ให้มีความปลอดภัยและประสิทธิภาพที่สุด ระบบธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) นั้นจึงจำเป็นต้องมีผู้ดูแลระบบทั้งทางด้านระบบของแอปพลิเคชัน (Application) และระบบหลักของธนาคาร (Core Bank) โดยทำงานควบคู่กับระบบของแอปพลิเคชัน (Application) และระบบหลักของธนาคาร (Core Bank) ซึ่งกระบวนการต่างๆจะเริ่มจากการเลือกรายการของผู้ใช้งาน (User) หลังจากเข้าระบบ จะตรวจสอบสิทธิ์การเข้าใช้งานระบบ (Login) จากระบบความปลอดภัยพร้อมบันทึกข้อมูลการการเข้าใช้ระบบงานในฐานข้อมูล (Data Base) ของแอปพลิเคชัน (Application) เมื่อเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้วระบบจะแสดงเมนูเพื่อทำธุรกรรม ได้แก่ การโอนเงิน ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ เป็นต้น ซึ่งระบบจะมีการติดต่อกับระบบหลักของธนาคาร (Core Bank) เพื่อตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ของบัญชีที่ผู้ใช้งาน (User) ร้องขอ ทั้งนี้หากผู้ใช้งานในช่วงระยะเวลาการใช้งานระบบจะมีการตัดสิทธิ์การใช้งานโดยอัตโนมัติ ซึ่งรายละเอียดการทำงาน โดยสามารถตรวจสอบได้จาก รูปภาพแสดงแบบจำลองเชิงวัตถุ ระบบบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Mobile Banking ตามโมเดล UML (Unified Modeling Language)

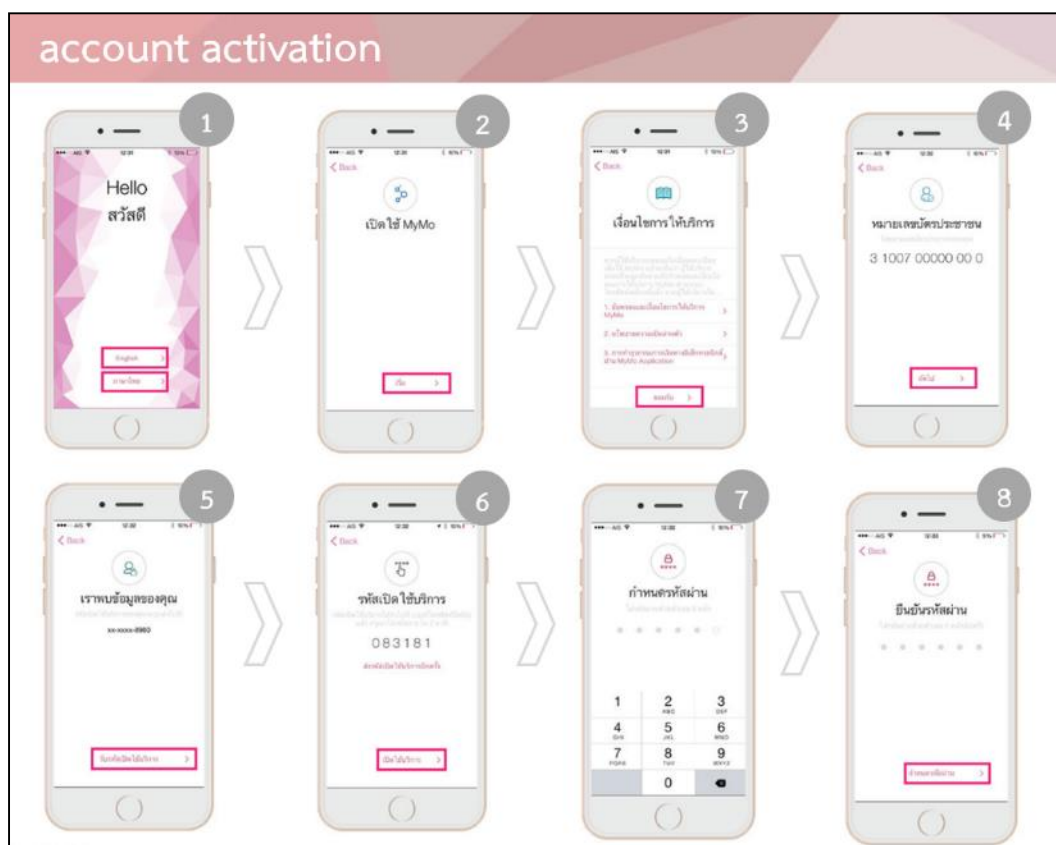


ภาพที่ 7 แบบจำลองเชิงวัตถุระบบบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Mobile Banking ตามโมเดลUML (Unified Modeling Language)

ที่มา: Simmons (2016)

จากภาพที่ 7 Simmons (2016) แสดงแบบจำลองเชิงวัตถุระบบบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Mobile Banking นั้น จะพบว่าระบบมีการทำงานควบคู่กับการเลือกรายการ (Menu) ของผู้ใช้งาน (User) ซึ่งกระบวนการทำงานหลักของบริการ MyMo ประกอบด้วยการธุรกรรมทางการเงินในด้านต่างๆ ได้แก่ การตรวจสอบยอดเงินในบัญชี โอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ และการเติมเงินมือถือ เป็นต้น กระบวนการทำงานจะเริ่มจากลูกค้าจะต้องดำเนินการเปิดใช้บริการกับธนาคารออมสินสาขา พร้อมทั้งติดตั้งแอปพลิเคชัน MyMo By GSB Mobile Banking ในโทรศัพท์มือถือ ระบบจะเปิดให้ลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชันอีกครั้ง เพื่อความปลอดภัยในการใช้งาน เมื่อดำเนินการเรียบร้อยแล้วก็สามารถใช้งานบริการ MyMo ได้ทันที ซึ่งการทำงานของระบบ MyMo ทางอื่นจะเกิดจากการเลือกเมนูของผู้ใช้งาน (User) โดยระบบจะทำการส่งค่าและประมวลผลกับเซิร์ฟเวอร์ (Server)

และส่งค่ากลับมาเพื่อแสดงผลการประมวลผลให้ผู้ใช้งานทราบทุกขั้นตอนจะมีการควบคุม (Simmons, 2016) ความปลอดภัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในด้านระบบของ MyMo และระบบหลักของธนาคารจึงมั่นใจได้ว่าระบบ MyMo ของธนาคารออมสินมีความปลอดภัย และตรงความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งท่านสามารถศึกษาขั้นตอนการทำงานของแต่ละขั้นตอนพร้อมหน้าจอได้จาก รายละเอียดการใช้งานดังต่อไปนี้



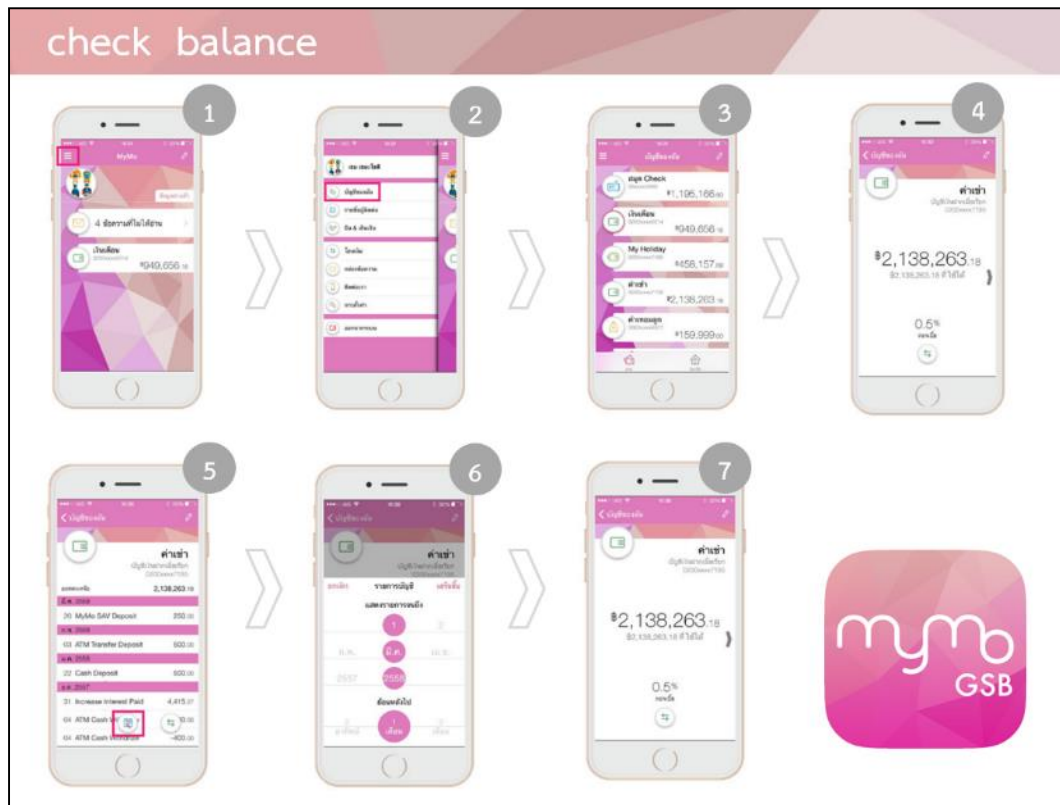
ภาพที่ 8 ขั้นตอนการลงทะเบียนใช้งาน

ที่มา: ธนาคารออมสิน (2560)

1. เปิดแอปพลิเคชัน เลือกภาษา
2. เข้าสู่ระบบลงทะเบียนใช้งาน เลือก เริ่ม
3. อ่านเงื่อนไขการให้บริการ เลือก ยอมรับ
4. พิมพ์หมายเลขบัตรประชาชน เลือก ถัดไป
5. ตรวจสอบหมายเลขโทรศัพท์มือถือ 4 หลักทำ ให้ตรงกับหมายเลขโทรศัพท์ที่ลงทะเบียน





และเลือก รับรหัสเปิดใช้บริการ

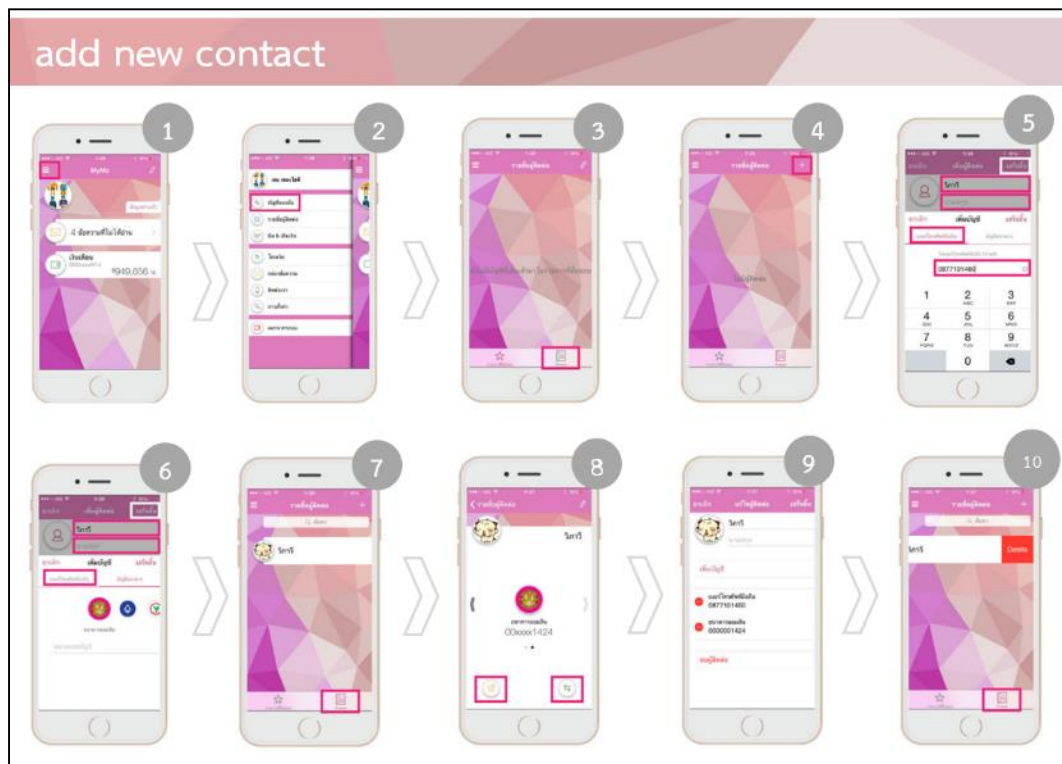
6. พิมพ์รหัสการเปิดใช้บริการที่ได้รับทาง SMS ภายใน 2 นาที และกดปุ่ม เปิดใช้บริการ
7. พิมพ์รหัส ผ่าน 6 หลักที่ต้องการและกดปุ่ม ถัดไป
8. ยืนยันรหัสผ่านอีกครั้ง และกดปุ่ม กำหนดรหัสผ่าน
9. ขั้นตอนการลงทะเบียนเปิดใช้งานสำเร็จ เลือกลง เข้าสู่ระบบ



ภาพที่ 9 ขั้นตอนการตรวจสอบยอดเงิน




ที่มา: ธนาคารออมสิน (2560)

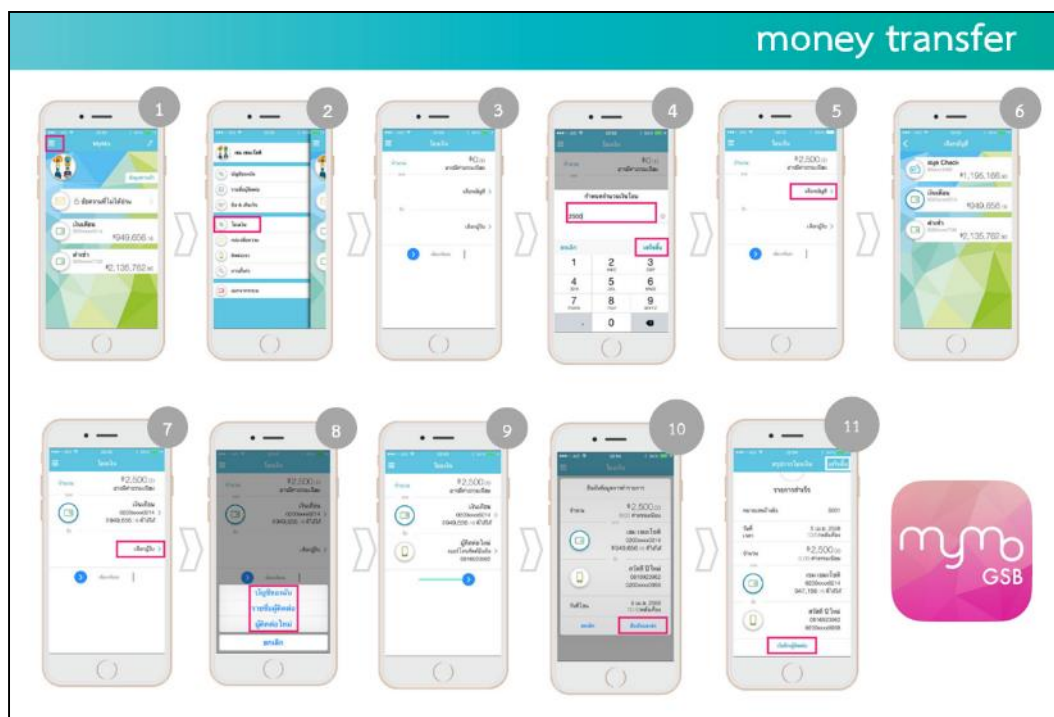
1. เมื่อเข้าสู่ระบบแล้ว เลือกแถบเมนู
2. เลือกเมนู “บัญชีของฉัน”
3. เข้าสู่หน้าหลักของรายการบัญชีทั้งหมด คลิกเลือกแต่ละบัญชีเพื่อดูข้อมูลเพิ่มเติม
4. เลือก  (Swipe) เพื่อดูบัญชีแต่ละรายการ
- เลือก   (Swipe) เพื่อเลือกดูรายการบัญชีย่อยหลัง
- เลือก  (Swipe) เพื่อกลับเมนูบัญชีแต่ละรายการ



ภาพที่ 10 ขั้นตอนเพิ่มบัญชีติดต่อ


ที่มา: ธนาคารออมสิน (2560)

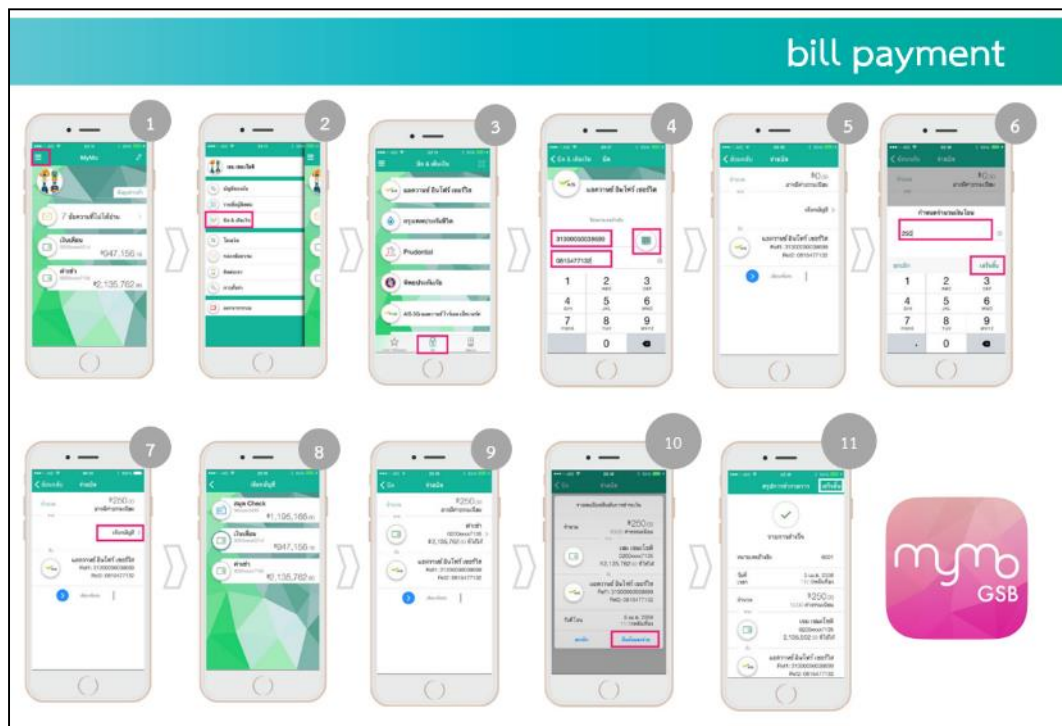
1. เลือกแถบเมนู
2. เลือกเมนู “บัญชีของฉัน”
3. เลือกเมนู “ทั้งหมด”
4. กด+เพื่อเพิ่มรายชื่อบัญชี
5. หากรายชื่อที่ต้องการเพิ่มเป็นผู้ใช้งาน MyMo สามารถเพิ่มรายชื่อด้วยหมายเลขโทรศัพท์มือถือ
6. สามารถเพิ่มบัญชีด้วยเลขบัญชีธนาคาร  (Swipe) เพื่อเลือกธนาคารใส่ข้อมูลชื่อนามสกุลและเลขที่บัญชี
7. เลือกเมนู “ทั้งหมด” เพื่อดูรายชื่อผู้ติดต่อทั้งหมด คลิกชื่อบัญชีเพื่อดูรายละเอียดของแต่ละบัญชี
8. เลือก  (Swipe) เพื่อดูบัญชีผู้ติดต่อที่รายการสามารถปุ่มเมนูลัดเพื่อบันทึกบัญชีที่ใช้จ่าย หรือทำการโอนเงินไปยังบัญชีนั้น
9. กดปุ่ม “แก้ไขผู้ติดต่อ” เพื่อแก้ไขหรือเพิ่มเติมรายละเอียดบัญชีผู้ติดต่อ
10. สามารถลบบัญชีผู้ติดต่อจากหน้าเมนูหลัก  (Swipe) เพื่อ “ลบบัญชีผู้ติดต่อ”



ภาพที่ 11 ขั้นตอนโอนเงิน


ที่มา: ธนาคารออมสิน (2560)

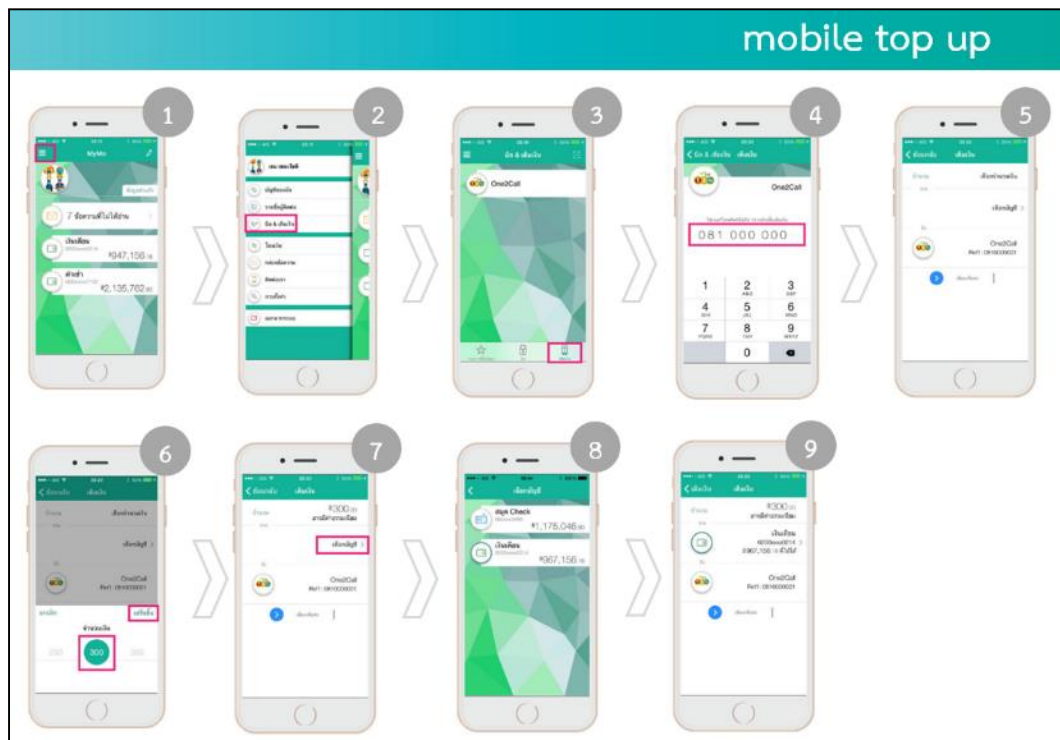
1. เลือกแถบเมนู
2. เลือกเมนู “โอนเงิน”
3. ใส่ข้อมูลเพื่อโอนเงิน
4. ใส่จำนวนเงินที่ต้องการโอน กดปุ่ม “เสร็จสิ้น”
5. เลือกเมนู “เลือกบัญชี”
6. เลือกบัญชีที่ต้องการโอน
7. เลือกเมนู “เลือกผู้รับ”
8. เลือกบัญชีผู้รับที่ต้องการโอนเงิน
9.  (Swipe) เพื่อทำรายการโอนเงิน
10. ตรวจสอบข้อมูล และกดปุ่ม “ยืนยันและส่ง”
11. กดปุ่ม “เสร็จสิ้น” หรือบันทึกผู้ติดต่อเพื่อสะดวกในการโอนครั้งต่อไป



ภาพที่ 12 ขั้นตอนการชำระค่าสินค้าและบริการ


ที่มา: ธนาคารออมสิน (2560)

1. เลือกแถบเมนู
2. เลือกเมนู “บิล & เต็มเงิน”
3. เลือกเมนู “บิล” เพื่อดูรายชื่อบัญชีที่รับชำระเงินผ่าน MyMo
4. ใส่หมายเลขอ้างอิงตามใบแจ้งหนี้หรือกดปุ่มสแกนบาร์โค้ดเพื่อชำระเงิน
5. ใส่ข้อมูลเพื่อชำระเงิน
6. ใส่จำนวนเงินที่ต้องการชำระกดปุ่ม “เสร็จสิ้น”
7. เลือกเมนู “เลือกบัญชี”
8. เลือกบัญชีที่ต้องการชำระเงิน
9.  (Swipe) เพื่อทำรายการชำระเงิน
10. ตรวจสอบข้อมูล และกดปุ่ม “ยืนยันและจ่าย”
11. กดปุ่ม “เสร็จสิ้น” เมื่อทำรายการสำเร็จ



ภาพที่ 13 ขั้นตอนการเติมเงิน

ที่มา: ธนาคารออมสิน (2560)

1. เลือกแถบเมนู
2. เลือกเมนู “บิล & เติมเงิน”
3. เลือกเมนู “เติมเงิน” เพื่อดูรายชื่อบัญชีที่รับชำระเงินผ่าน MyMo
4. ใส่หมายเลขโทรศัพท์ 10 หลัก ที่ต้องการเติมเงิน
5. ใส่ข้อมูลเพื่อเติมเงิน
6. ใส่จำนวนเงินที่ต้องการเติม กดปุ่ม “เสร็จสิ้น”
7. เลือกเมนู “เลือกบัญชี”
8. เลือกบัญชีที่ต้องการเติมเงิน
9.  (Swipe) เพื่อทำรายการเติมเงิน

รายละเอียดองค์กร

1. ประวัติความเป็นมาของธนาคารออมสิน

ธนาคารออมสิน กำเนิดขึ้นโดยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้ทรงริเริ่มนำกิจการด้านการออมสินมาใช้เป็นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2450 โดยได้ทดลองตั้งธนาคารรับฝากเงินขึ้นเรียกว่า "แบงก์ลีฟอเทีย" ณ พระตำหนักสวนจิตรลดา สำหรับให้มหาดเล็กและข้าราชการบริพารของพระองค์ได้เรียนรู้วิธีการดำเนินงานของธนาคาร และส่งเสริมนิสัยรักการออม ในปี พ.ศ. 2456 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติคลังออมสินขึ้น และประกาศใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน โดยให้เรียกว่า "คลังออมสิน" ขึ้นตรงต่อกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว มีพระราชดำริจะขยายกิจการคลังออมสินให้กว้างขวางขึ้น จึงโอนกิจการคลังออมสิน จากกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ไปสังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม มีสถานะเป็นแผนกคลังออมสินในกองบัญชา เมื่อปี พ.ศ. 2472 เป็นผลให้ราษฎรสามารถฝากและถอนเงิน ณ ที่ทำการไปรษณีย์ได้ กระทั่งปีพ.ศ. 2489 รัฐบาลในสมัยที่ ศ.ดร.ปรีดี พนมยงค์ เป็นนายกรัฐมนตรี ยกกระดับให้คลังออมสินเปลี่ยนสถานะเป็น "ธนาคารออมสิน" มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2490 เพื่อทำหน้าที่การธนาคาร และเป็นสถาบันการออมทรัพย์ที่สมบูรณ์แบบ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2559)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นาตยา ศรีสว่างสุข (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับแอปพลิเคชันมายโมด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก ส่วนด้านอิทธิพลของสังคมมีความสำคัญในระดับ ปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ อาชีพ และฟังก์ชันการใช้งานเป็นประจำที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และในภาพรวมส่วนความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในทุกๆ ด้าน ยกเว้นอิทธิพลของสังคม

เกศวิฑู ทิพย์ศ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อที่จะนำผลการวิจัยศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์

รวมทั้งสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคาร จำนวน 400,000 ราย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ใช้การสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากประชากรทั้งหมด แล้วทำการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และสถิติทดสอบไค-สแควร์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC เขียนรายงานวิจัยเชิงพรรณนาสรุปผลการวิจัย พบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน จากการศึกษาวิจัย พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ถ้าหาก (1) การทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางธนาคารออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ (2) ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร (3) ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย (4) การทำธุรกรรมผ่านทางเว็บของธนาคารสามารถดำเนินการจนเสร็จจบบริบูรณ์ด้วยความรวดเร็ว และ (5) ธนาคารช่วยแก้ปัญหาที่ฉันทพบกับการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จากการศึกษาวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่าส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคาบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ

ธิดารัตน์ โกไศยกานนท์ (2553) ทำการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติการใช้บริการอินเทอร์เน็ต - แบนด์กิ้งระหว่างบริการ K-CYBER BANKING ของธนาคารกสิกรไทย กับบริการ SCB EASY NET ของธนาคารไทยพาณิชย์ โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 200 คน โดยเลือกเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต - แบนด์กิ้ง จากการศึกษาพบว่า ประชากรตัวอย่างที่ใช้บริการ SCB EASY NET จำนวน 100 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 45 และเพศหญิงร้อยละ 55 ส่วนประชากรที่ใช้บริการ K-CYBER BANKING จำนวน 100 คน เป็นเพศชายร้อยละ 41 และเพศหญิงร้อยละ 59 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต - แบนด์กิ้งทั้งหมด 200 ตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 22 ปี และพบว่าเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีรายได้ (หลังหักค่าที่พักอาศัยแล้ว) อยู่ในช่วง 4,000 - 6,000 บาท และมีความเข้าใจ

ในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต – แบนด์กิ้งอยู่ในระดับปานกลาง โดยจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ SCB EASY NET ร้อยละ 98 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ K-CYBER BANKING ร้อยละ 91 มีระดับความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการเซ็คยอดบัญชีมากที่สุด จากการสำรวจพบว่าความถี่ที่ใช้บริการ คือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ SCB EASY NET 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 82 และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ K-CYBER BANKING คิดเป็นร้อยละ 73 โดยส่วนใหญ่แล้วใช้คอมพิวเตอร์ส่วนตัวเป็นช่องทางการใช้บริการ ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ต – แบนด์กิ้งของธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากในด้านความสะดวก รวดเร็วต่อการใช้งาน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต – แบนด์กิ้ง ของธนาคารกสิกรไทย ได้ให้ความสำคัญมากในปัจจัยด้านการบริการที่ครบถ้วนและครอบคลุม

พรพรรณ ช้างงานเนียม (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และความพึงพอใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย ค่า Chi-Square (X^2) Cramer's V และ Somer's d ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ความพึงพอใจด้านบริการ และด้านระบบ ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้บริการ ประกอบด้วย ประเภทธุรกรรมที่ใช้ ประโยชน์ที่แสวงหาจากการใช้ ความถี่ในการใช้บริการ และธนาคารผู้ให้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีค่าระดับ 0.05 พบว่า

1. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านธนาคารผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับอาชีพ และความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ
2. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านระบบโทรศัพท์มีความสัมพันธ์กับอาชีพ รายได้ และความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ
3. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการศึกษา และรายได้
4. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการเซ็คยอดเงินมีความสัมพันธ์กับอายุ การศึกษา อาชีพ ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย

5. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการโอนเงินมีความสัมพันธ์กับอาชีพ รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านต้นทุน ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย

6. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการชำระสินค้าและบริการมีความสัมพันธ์กับอายุ อาชีพ รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย

7. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการชำระค่าบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับอายุ การศึกษา รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพและด้านความปลอดภัย

8. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการจ่ายค่าสาธารณูปโภคมีความสัมพันธ์กับรายได้

9. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการเติมเงินโทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับอายุ การศึกษา รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุน การติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย

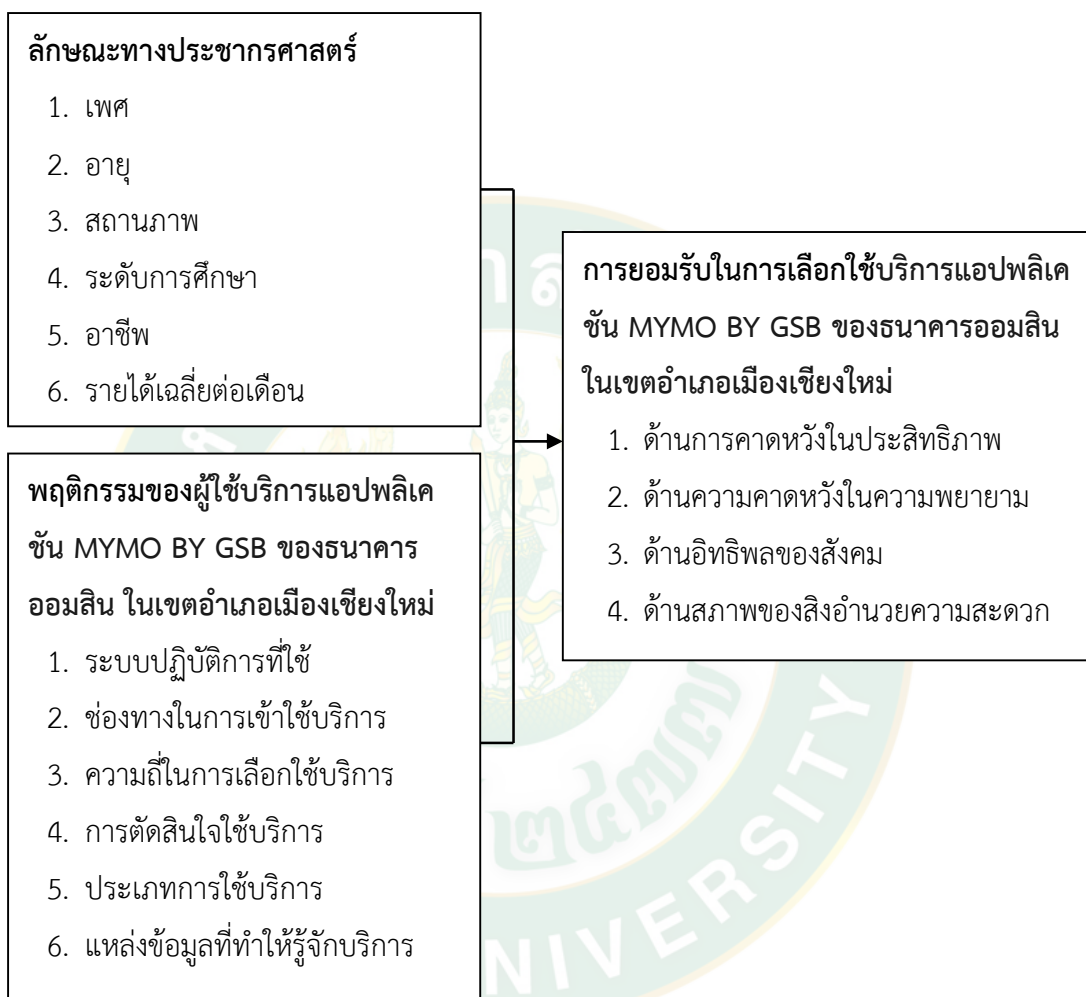
วรรณวิมล ชูศูนย์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือลูกค้าของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 6 สาขา ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ที่เป็นสมาชิกบริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (KTB Online) การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้การคำนวณตามสูตรของทาโรยามาเน่ ด้วยความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% จึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างเท่ากับ 250 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกศึกษาประชากรจากสาขาของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี จำนวน 5 สาขา (ไม่รวมสาขาย่อยบักชี) เนื่องจากเป็นสาขาเปิดให้บริการใหม่ และฐานลูกค้ามีจำนวนน้อย สำหรับการสุ่มตัวอย่าง มีการแบ่งสัดส่วนจำนวนประชากรในแต่ละสาขา และทำการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุใกล้เคียงกัน 3 กลุ่ม คือ ระหว่าง 41 - 50 ปี 31 - 40 ปี และ 21 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,000 - 20,000 บาทต่อเดือน มีระยะเวลาการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตไม่เกิน 6 เดือน บริการที่มักใช้เป็นประจำคือ สอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี และโอนเงินไปบัญชีบุคคลอื่น ตามลำดับ จาก

การศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับข้อเสนอแนะผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอข้อควรปรับปรุงต่างๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในเรื่องการเชื่อมต่อระบบให้รวดเร็วยิ่งขึ้น และป้องกันระบบล่ม ซึ่งเกิดบ่อยครั้ง เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 45 และด้านราคา มีข้อเสนอแนะให้ธนาคารลดค่าธรรมเนียมการโอนเงินลง คิดเป็นร้อยละ 60 สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะว่า ธนาคารควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 87.50



กรอบแนวคิด

ในการวิจัย มีกรอบแนวคิดแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ดังนี้



ภาพที่ 14 กรอบแนวคิด

บทที่ 3 ระเบียบงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่” ผู้วิจัยมีขั้นตอนดังนี้

สถานที่ดำเนินการศึกษา

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การทดสอบเครื่องมือ

สถิติที่ใช้ในการศึกษา

สถานที่ดำเนินการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาหาข้อมูลในพื้นที่ ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต ธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลเฟสติวัล ธนาคารออมสินสาขาแม่-ญา ธนาคารออมสินสาขาพยอมเมนาตา และธนาคารออมสินสาขาเทศบาลโลกทัศน์-คำเที่ยง สาขาละ 80 คน

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. ขนาดการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและได้ใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตรของ W.G.cochran

โดยขนาดของตัวอย่างประชากรที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คิดขนาดของความคลานเคลื่อน (e) เป็นร้อยละ สัมประสิทธิ์ของความผันแปรเท่ากับ 0.5 สามารถแสดงได้ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน 30% หรือ 0.30)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 เท่ากับ 1.65 (ความเชื่อมั่น 90%) >> Z = 1.65

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 (ความเชื่อมั่น 95%) >> Z = 1.96

Z ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เท่ากับ 2.58 (ความเชื่อมั่น 99%) >> Z = 2.58

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ใช้

ระดับความเชื่อมั่น 90% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.10

ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ระดับความเชื่อมั่น 99% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.01

โดยนักวิจัยได้ใช้ ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ผลจากการคำนวณ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้สำรองเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถามไว้ 15 ชุด ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมกับสำรองเพื่อการสูญเสียสำหรับการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามี 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ที่เก็บรวบรวมโดยเทคนิคที่ใช้ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) ที่มีลักษณะของการกำหนดคำถามไว้ให้เลือก เพื่อทำการสอบถามรายบุคคล ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเป็นลำดับขั้นดังนี้ ผู้วิจัยทำการส่งแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ทั้ง 5 สาขา และกำหนดขอรับแบบสอบถามคืนภายใน 7 วัน และทำการวิเคราะห์แบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้บริการ แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น โดยรวบรวมจากหนังสือวารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย บทความ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การใช้แบบสอบถาม ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยใช้ตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งได้มาจากแนวความคิดและทฤษฎีมาทำการกำหนดแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ระบบปฏิบัติการที่ใช้ ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน การตัดสินใจใช้บริการ MyMo by GSB ประเภทการทำธุรกรรม MyMo by GSB และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักบริการ MyMo by GSB

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

และส่วนที่ 3 เป็นชุดคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert เป็นมาตรวัดที่ให้เลือกคำตอบ แบบเป็น 5 ระดับ โดยลักษณะของข้อมูลเป็นสเกลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังต่อไปนี้

คะแนน	ระดับความพอใจ
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบมาตรฐานค่า (Rating Scale) มักใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นตัวสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมาได้จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด โดยมีการจัดระดับค่าเฉลี่ยเป็นช่วงดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned}\text{อันตรายภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นคะแนน}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้นการแปรผลของคะแนน ผู้วิจัยกำหนด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย (คะแนน)	จัดอยู่ในระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก
2.61 – 3.40	เห็นด้วยปานกลาง
1.81 – 2.60	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.80	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 20 ชุด และการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวิธีของ (Cronbach's Alpha) มีค่ามากกว่า 0.700 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น ซึ่งผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ในแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ เท่ากับ 0.741 ปัจจัยด้านความคาดหวังในความพยายาม เท่ากับ 0.792 ปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม เท่ากับ 0.732 และปัจจัยด้านสภาพของสิ่งแวดล้อมความสะดวก เท่ากับ 0.809

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามโดยใช้ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานนั้น นักวิจัยจะทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยสถิติ Independent Samples t-test และ One Way ANOVA



บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Qualitative Analysis) โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	จำนวนลูกค้า (400)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	152	38.00
หญิง	248	62.00

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า	จำนวนลูกค้า (400)	ร้อยละ
อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	48	12.00
21-30 ปี	132	33.00
31-40 ปี	166	41.50
41-50 ปี	54	13.50
สถานภาพ		
โสด	312	78.00
สมรส	72	18.00
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	16	4.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	25	6.25
อนุปริญญา/ปวส.	68	17.00
ปริญญาตรี	141	35.25
สูงกว่าปริญญาตรี	166	41.50
อาชีพ		
ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานรัฐ	72	18.00
รัฐวิสาหกิจและลูกจ้างในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ	76	19.00
พนักงาน/ลูกจ้างในบริษัทเอกชน	152	38.00
นักเรียน/นักศึกษา	20	5.00
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	80	20.00
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	59	14.75
15,001-20,000 บาท	63	15.75
20,001-25,000 บาท	124	31.00
25,001-30,000 บาท	103	25.75
สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	51	12.75

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4 พบว่าลูกค้าที่มาใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา เพศชาย จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00

ด้านอายุ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอยู่ในช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมาระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างในบริษัทเอกชน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพรัฐวิสาหกิจและลูกจ้างในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 อาชีพข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานรัฐ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 20,001-25,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนประมาณ 25,001-30,00 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 รายได้ต่อเดือนประมาณ 15,001-20,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รายได้ต่อเดือนประมาณ ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 และรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 30,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน
MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน
ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่**

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าจำแนกตามพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ
แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ MyMo by GSB	จำนวนลูกค้า (400)	ร้อยละ
ระบบปฏิบัติการที่ใช้		
ระบบ IOS	180	45.00
ระบบ Android	220	55.00
ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงิน		
(Mobile Application)	345	86.25
(Tablet)	55	13.75
ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน		
จำนวน 1-3 ครั้ง	40	10.00
จำนวน 4-6 ครั้ง	89	22.25
จำนวน 7-9 ครั้ง	120	30.00
จำนวนมากกว่า 10 ครั้ง	151	37.75
การตัดสินใจใช้บริการ MyMo by GSB		
ความสะดวกในการใช้บริการ	188	47.00
ค่าธรรมเนียม	58	14.50
ความยาก-ง่ายในการใช้บริการ	88	22.00
ความน่าเชื่อถือความมั่นใจ	66	16.50

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ข้อมูลพฤติกรรมการใช้ MyMo by GSB	จำนวนลูกค้า (400)	ร้อยละ
ประเภทการทำธุรกรรม MyMo by GSB		
การตรวจสอบรายการบัญชี	104	26.00
การโอนเงิน	134	33.50
การชำระค่าสินค้าและบริการ	115	28.75
การบริการด้านสลากออมสิน	34	8.50
การถอนเงินสด MyMo My Card	9	2.25
MyMo Pay	4	1.00
แหล่งรู้จักบริการ MyMo by GSB		
คนในครอบครัว/เพื่อน	34	8.50
การแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร	304	76.00
โฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์	28	7.00
โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	34	8.50

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 5 พบว่าพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ด้านระบบปฏิบัติของลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการ Android จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาระบบปฏิบัติการ IOS จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการทำธุรกิจทางการเงิน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินในรูปแบบ Mobile Application จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 86.25 รองลงมาใช้รูปแบบ Tablet จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 ตามลำดับ

ด้านความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาใช้บริการจำนวน 7-9 ครั้งต่อเดือน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 จำนวน 4-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และใช้บริการจำนวน 1-3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ด้านการตัดสินใจใช้บริการ MyMo by GSB พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้บริการเพราะความสะดวกในการใช้บริการ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาเรื่องความยาก-ง่ายในการใช้บริการ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และความน่าเชื่อถือความมั่นใจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และค่าธรรมเนียม จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

ด้านประเภทการทำธุรกรรม MyMo by GSB พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ใช้ประเภทการโอนเงิน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองมาการชำระสินค้าและบริการ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 การตรวจสอบรายการเคลื่อนไหวของบัญชีและยอดคงเหลือ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ใช้บริการการบริการด้านสลากออมสิน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ใช้บริการการถอนเงินสด MyMo My Card จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และใช้บริการ MyMo Pay จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ด้านแหล่งที่รู้จักบริการ MyMo by GSB พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักบริการจากการแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 76.00 รองลงมาคนในครอบครัว/เพื่อนและโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ
แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน
ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่**

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงดังนี้

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน ตามความคิดเห็นลูกค้าเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ แสดงโดยภาพรวม

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ย	ค่า	
		เบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	4.07	0.570	มาก
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	4.00	0.735	มาก
ด้านอิทธิพลของสังคม	4.11	0.534	มาก
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	4.02	0.662	มาก
รวม	4.05	0.625	มาก

จากตารางที่ 6 พิจารณาในปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือด้านอิทธิพลของสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมา คือด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และด้านความคาดหวังในความพยายาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ตามลำดับ

ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ

ตารางที่ 7 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ

ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	น้อยที่สุด (n,%)	น้อย (n,%)	ปานกลาง (n,%)	มาก (n,%)	มากที่สุด (n,%)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นประโยชน์ต่อตัวของท่านเอง	0	0	20 (5.00)	212 (53.00)	168 (42.00)	4.37	0.57	มากที่สุด
2. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างรวดเร็ว	0	0	12 (3.00)	352 (88.00)	36 (9.00)	4.06	0.34	มาก
3. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านสามารถมีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นในชีวิตมากขึ้น	0	0	20 (5.00)	328 (82.00)	52 (13.00)	4.08	0.41	มาก

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้านการคาดหวัง ในประสิทธิภาพ	น้อย ที่สุด (n,%)	น้อย (n,%)	ปาน กลาง (n,%)	มาก (n,%)	มาก ที่สุด (n,%)	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
4. การใช้งาน บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่าน เข้าถึงข้อมูลในการ ทำธุรกรรมทางการเงิน ในบัญชีของท่าน ได้หลากหลาย	0	64 (16.00)	24 (6.00)	272 (68.00)	40 (68.00)	3.72	0.85	มาก
5. การใช้งาน บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่าน ประหยัดค่าใช้จ่าย ในการทำธุรกรรม	8 (2.00)	0	20 (5.00)	284 (71.00)	88 (22.00)	4.11	0.66	มาก
รวม						4.07	0.57	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.07 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นประโยชน์ต่อตัวของตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา คือ การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านสามารถมีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นในชีวิตมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 มีการใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และการใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านเข้าถึงข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงินในบัญชีของท่านได้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ด้านความคาดหวังในความพยายาม

ตารางที่ 8 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านความคาดหวังในความพยายาม

ด้านความคาดหวัง ในความพยายาม	น้อย ที่สุด (n,%)	น้อย (n,%)	ปาน กลาง (n,%)	มาก (n,%)	มาก ที่สุด (n,%)	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
1. รูปแบบของแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านใช้งานได้ง่าย	0	68 (17.00)	16 (4.00)	260 (65.00)	56 (14.00)	3.76	0.89	มาก
2. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความเรียบง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4 (1.00)	0	12 (3.00)	200 (50.00)	184 (46.00)	4.40	0.64	มากที่สุด
3. ท่านสามารถแนะนำวิธีการใช้งานให้กับบุคคลอื่นได้อย่างถูกต้อง	8 (2.00)	0	20 (5.00)	284 (71.00)	88 (22.00)	4.11	0.66	มาก
4. ท่านสามารถเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง	8 (2.00)	4 (1.00)	12 (3.00)	324 (81.00)	52 (13.00)	4.02	0.62	มาก มาก
5. ท่านเข้าใจการใช้งานประเภทต่างๆ ในแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นอย่างดี	0	64 (16.00)	24 (6.00)	272 (68.00)	40 (10.00)	3.72	0.85	
รวม						4.00	0.735	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้ำต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านความคาดหวังใน

ความพยายาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความเรียบง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา คือ ท่านสามารถแนะนำวิธีการใช้งานให้กับบุคคลอื่นได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ท่านสามารถเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รูปแบบของแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้คุณใช้งานได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และท่านเข้าใจการใช้งานประเภทต่างๆ ในแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ตามลำดับ

ด้านอิทธิพลของสังคม

ตารางที่ 9 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้านำต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านอิทธิพลของสังคม

ด้านอิทธิพลของสังคม	น้อยที่สุด (n,%)	น้อย (n,%)	ปานกลาง (n,%)	มาก (n,%)	มากที่สุด (n,%)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
1. การรับรู้ข้อมูลจากบุคคลรอบข้างมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB	0	0	12 (3.00)	216 (54.00)	172 (43.00)	4.40	0.58	มากที่สุด
2. การรับรู้ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB	4 (1.00)	4 (1.00)	24 (6.00)	348 (87.00)	20 (5.00)	3.94	0.48	มาก
3. การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB	4 (1.00)	0	20 (5.00)	324 (81.00)	52 (13.00)	4.06	0.46	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ด้านอิทธิพลของ สังคม	น้อย ที่สุด (n,%)	น้อย (n,%)	ปาน กลาง (n,%)	มาก (n,%)	มาก ที่สุด (n,%)	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
4. การรับรู้ข้อมูล จากสื่อวิทยุมีผลต่อ การใช้บริการแอป พลิเคชัน MyMo by GSB	4 (1.00)	0	44 (11.00)	288 (72.00)	64 (16.00)	4.02	0.77	มาก
รวม						4.11	0.53	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านอิทธิพลของสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.11 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้านักค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การรับรู้ข้อมูลจากบุคคลรอบข้างมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา คือ การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 การรับรู้ข้อมูลจากสื่อวิทยุมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และการรับรู้ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 10 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสภาพของสิ่ง อำนวยความสะดวก	น้อย ที่สุด (n,%)	น้อย (n,%)	ปาน กลาง (n,%)	มาก (n,%)	มาก ที่สุด (n,%)	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
1. การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ มีความสะดวก	0	8 (2.00)	32 (8.00)	296 (74.00)	64 (16.00)	4.04	0.56	มาก
2. การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความรวดเร็วในการใช้งาน	0	4 (2.00)	44 (11.00)	312 (78.00)	40 (10.00)	3.97	0.50	มาก
3. การเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความปลอดภัยที่เหมาะสม	0	0	44 (11.00)	232 (58.00)	124 (31.00)	4.20	0.61	มาก
4. การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB โดยไม่ต้องเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขา	0	4 (1.00)	64 (16.00)	248 (62.00)	84 (21.00)	4.03	0.64	มาก

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ด้านสภาพของสิ่ง อำนวยความสะดวก	น้อยที่สุด (n,%)	น้อย (n,%)	ปาน กลาง (n,%)	มาก (n,%)	มากที่สุด (n,%)	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความ คิดเห็น
5. การทำธุรกรรม ทางการเงินผ่าน ระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง	8 (2.00)	0	20 (5.00)	284 (71.00)	88 (22.00)	4.11	0.66	มาก
6. บริการแอป พลิเคชัน MyMo by GSB มีการพัฒนาให้ สะดวกต่อการใช้งาน อย่างสม่ำเสมอ	0	68 (17.00)	16 (4.00)	260 (65.00)	56 (14.00)	3.76	0.98	มาก
รวม						4.02	0.66	มาก

จากตารางที่ 10 พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.02 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความปลอดภัยที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB โดยไม่ต้องเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความรวดเร็วในการใช้งาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีการพัฒนาให้สะดวกต่อการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 = ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	t-test for Equality of Means					
		N	Mean	S.D.	t	df.	Sig.
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ชาย	152	3.98	0.43	1.20	398	0.01*
	หญิง	248	3.92	0.50	1.25	353	
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ชาย	152	3.92	0.63	0.50	398	0.19
	หญิง	248	3.89	0.67	0.51	336	
ด้านอิทธิพลของสังคม	ชาย	152	3.86	0.62	0.67	398	0.34
	หญิง	248	3.81	0.66	0.67	332	
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	152	3.96	0.53	0.32	398	0.56
	หญิง	248	3.95	0.53	0.32	317	
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ชาย	152	3.93	0.46	0.73	398	0.16
	หญิง	248	3.89	0.51	0.74	338	

หมายเหตุ Sig < 0.05

จากตารางที่ 11 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามเพศ มีค่า Sig. ที่น้อยกว่า 0.05 มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารแตกต่างกัน แต่ในภาพรวม พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.16 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H1 = ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.11	3	0.70	3.06	0.03*
	ภายในกลุ่ม	90.85	396	0.23		
	รวม	92.96	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม	10.79	3	3.65	8.89	0.00**
	ภายในกลุ่ม	162.26	396	0.41		
	รวม	173.19	399			

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม	9.42	3	3.14	7.81	0.00**
	ภายในกลุ่ม	159.33	396	0.40		
	รวม	168.76	399			
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5.64	3	1.88	3.93	0.00**
	ภายในกลุ่ม	106.08	396	0.27		
	รวม	111.71	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.64	3	2.21	9.65	0.00**
	ภายในกลุ่ม	89.67	396	0.23		
	รวม	96.31	399			

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 12 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามอายุ มีค่า Sig. ที่น้อยกว่า 0.05 มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 13-16

ตารางที่ 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40-50 ปี
		3.80	4.03	3.93	3.92
น้อยกว่า 20 ปี	3.80	-	-0.23 (0.00**)	-0.13 (0.10)	-0.12 (0.20)
21-30 ปี	4.03	-	-	-0.11 (0.06)	-0.11 (0.15)
31-40 ปี	3.93	-	-	0.10 (0.06)	0.01 (0.93)
41-50 ปี	3.92	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 13 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพพบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มอายุในช่วง น้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มอายุในช่วง 21-30 ปี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านความคาดหวังในความพยายาม

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40-50 ปี
		3.52	4.07	3.89	3.89
น้อยกว่า 20 ปี	3.52	-	-0.55 (0.00**)	-0.37 (0.00**)	-0.37 (0.00**)
21-30 ปี	4.07	-	-	0.18 (0.02*)	0.18 (0.08)
31-40 ปี	3.89	-	-	-	0.00 (0.99)
41-50 ปี	3.89	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 14 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มอายุในช่วง น้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มอายุในช่วง 21-30 ปี ช่วงอายุ 31-40 ปี และช่วงอายุ 40-50 ปี และกลุ่มอายุในช่วง 21-30 ปี มีค่ามากกว่า ช่วงอายุ 31-40 ปี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.55 0.37 0.37 และ 0.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านอิทธิพลของสังคม

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40-50 ปี
		3.49	4.00	3.81	3.78
น้อยกว่า 20 ปี	3.49	-	-0.51 (0.00**)	-0.32 (0.00**)	-0.29 (0.02*)
21-30 ปี	4.00	-	-	0.18 (0.01*)	0.22 (0.03*)
31-40 ปี	3.81	-	-	-	0.04 (0.71)
41-50 ปี	3.78	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 15 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มอายุในช่วง น้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มอายุในช่วง 21-30 ปี ช่วงอายุ 31-40 ปี และช่วงอายุ 40-50 ปี และกลุ่มอายุในช่วง 21-30 ปี มีค่ามากกว่า ช่วงอายุ 31-40 ปี และ ช่วงอายุ 40-50 ปี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.51 0.32 0.29 0.18 และ 0.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40-50 ปี
		3.75	3.41	3.92	3.90
น้อยกว่า 20 ปี	3.75	-	-0.36 (0.00**)	-0.17 (0.05)	-0.16 (0.13)
21-30 ปี	3.41	-	-	0.20 (0.00**)	0.21 (0.02*)
31-40 ปี	3.92	-	-	-	0.01 (0.88)
41-50 ปี	3.90	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มอายุในช่วง น้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่า กลุ่มอายุในช่วง 21-30 ปี และกลุ่มอายุในช่วง 21-30 ปี มีค่าน้อยกว่า ช่วงอายุ 31-40 ปี และ ช่วงอายุ 40-50 ปี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36 0.20 และ 0.21 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 = ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ		SS	df	MS	F	Sig
	ความแปรปรวน						
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม		0.70	2	0.35	1.51	0.22
	ภายในกลุ่ม		92.26	397	0.23		
	รวม		92.96	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม		8.63	2	4.32	10.41	0.00**
	ภายในกลุ่ม		164.56	397	0.42		
	รวม		173.19	399			
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม		8.68	2	4.34	10.76	0.00**
	ภายในกลุ่ม		160.08	397	0.40		
	รวม		168.76	399			
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม		4.36	2	2.18	7.95	0.00**
	ภายในกลุ่ม		107.36	397	0.27		
	รวม		111.71	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม		4.87	2	2.43	10.43	0.00**
	ภายในกลุ่ม		91.44	397	0.23		
	รวม		96.31	399			

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 17 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามสถานภาพ มีค่า Sig. ที่น้อยกว่า 0.05 มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 18-20

ตารางที่ 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม

สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
		3.97	3.59	4.01
โสด	3.97	-	0.38 (0.00**)	-0.04 (0.81)
สมรส	3.59	-	-	-0.42 (0.02*)
หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่	4.01	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคาร ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มสถานภาพสมรส ส่วนกลุ่มสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า กลุ่มสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 และ 0.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม

สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
		3.91	3.52	3.91
โสด	3.91	-	0.38 (0.00**)	-0.01 (0.32)
สมรส	3.52	-	-	-0.38 (0.03*)
หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่	3.91	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มสถานภาพสมรส ส่วนกลุ่มสถานภาพสมรส มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า กลุ่มสถานภาพหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.39 และ 0.39 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่
		4.01	3.73	3.93
โสด	4.01	-	0.27 (0.00**)	0.76 (0.58)
สมรส	3.73	-	-	-0.20 (0.18)
หม้าย/หย่า/ แยกกันอยู่	3.93	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มสถานภาพสมรส โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

H1 = ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ	SS	df	MS	F	Sig
	ความแปรปรวน					
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.98	3	0.99	4.37	0.00**
	ภายในกลุ่ม	89.98	396	0.23		
	รวม	92.96	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม	9.32	3	3.11	7.51	0.00**
	ภายในกลุ่ม	163.87	396	0.41		
	รวม	173.19	399			
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม	8.40	3	2.80	6.91	0.00**
	ภายในกลุ่ม	160.36	396	0.41		
	รวม	168.76	399			
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5.08	3	1.69	6.21	0.00**
	ภายในกลุ่ม	106.63	396	0.27		
	รวม	111.71	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.81	3	1.94	8.36	0.00**
	ภายในกลุ่ม	90.50	391	0.23		
	รวม	96.31	394			

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระดับการศึกษา มีค่า Sig. ที่น้อยกว่า 0.05 มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 22-25

ตารางที่ 22 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช	อนุปริญญา /ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.83	3.93	3.86	4.04
มัธยมศึกษา	3.83	-	-0.10	-0.29	-0.22
ตอนปลาย/ปวช			(0.38)	(0.78)	(0.04*)
อนุปริญญา/ปวส	3.93	-	-	0.07	0.12
				(0.33)	(0.09)
ปริญญาตรี	3.86	-	-	-	-0.18
					(0.00*)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน

ในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนกลุ่มระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22 และ 0.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษา	อนุปริญญา/ ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		ตอนปลาย/ ปวช			
		3.44	3.87	3.84	4.04
มัธยมศึกษา	3.44	-	-0.43	-0.40	0.60
ตอนปลาย/ปวช			(0.00**)	(0.00**)	(0.00**)
อนุปริญญา/ปวส	3.87	-	-	0.03 (0.75)	-0.17 (0.06)
ปริญญาตรี	3.84	-	-	-	-0.20 (0.01*)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 23 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับอนุปริญญา/ปวช ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนกลุ่มระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43 0.40 0.60 และ 0.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช	อนุปริญญา/ ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.53	3.83	3.71	3.99
มัธยมศึกษา	3.53	-	-0.30	-0.18	-0.46
ตอนปลาย/ปวช			(0.05)	(0.19)	(0.00**)
อนุปริญญา/ปวส	3.83	-	-	0.11	-0.16
				(0.22)	(0.08)
ปริญญาตรี	3.71	-	-	-	-0.28
					(0.00**)
สูงกว่าปริญญาตรี	3.99	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างระดับผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนกลุ่มระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.46 และ 0.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช	อนุปริญญา/ ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		3.79	3.90	3.86	4.09
มัธยมศึกษา	3.79	-	-0.11	-0.07	-0.30
ตอนปลาย/ปวช			(0.35)	(0.52)	(0.01*)
อนุปริญญา/ปวส	3.90	-	-	0.04	-0.19
				(0.60)	(0.01*)
ปริญญาตรี	3.86	-	-	-	-0.23
					(0.00**)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.09	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนระดับอนุปริญญา/ปวส มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระดับสูงกว่าปริญญาตรี และส่วนกลุ่มระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.30 0.19 และ 0.23 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H1 = ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ		SS	df	MS	F	Sig
	ความแปรปรวน						
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม		0.29	4	0.07	0.31	0.87
	ภายในกลุ่ม		92.66	395	0.24		
	รวม		92.95	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม		6.25	4	1.56	3.69	0.01*
	ภายในกลุ่ม		166.95	395	0.42		
	รวม		173.19	399			
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม		3.66	4	0.92	2.19	0.07
	ภายในกลุ่ม		165.09	395	0.42		
	รวม		168.76	399			
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม		1.81	4	0.46	1.62	0.17
	ภายในกลุ่ม		110.19	395	0.28		
	รวม		112.00	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม		1.79	4	0.45	1.86	0.12
	ภายในกลุ่ม		94.87	395	0.24		
	รวม		96.65	399			

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามอาชีพ มีค่า Sig. ที่น้อยกว่า 0.05 มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังในความพยายาม หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินในด้านความคาดหวังในความพยายาม

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ข้าราชการ/ ลูกจ้าง	รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้าง	พนักงาน เอกชน/ ลูกจ้าง	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ
		3.98	3.91	3.90	3.38	3.97
ข้าราชการ/ ลูกจ้าง	3.98	-	0.07 (0.50)	0.08 (0.39)	0.60 (0.00**)	0.02 (0.86)
รัฐวิสาหกิจ/ ลูกจ้าง	3.91	-	-	0.01 (0.93)	0.53 (0.00**)	-0.05 (0.60)
พนักงาน เอกชน/ลูกจ้าง	3.90	-	-	-	-0.52 (0.00**)	-0.06 (0.49)
นักเรียน/ นักศึกษา	3.38	-	-	-	-	-0.59 (0.00**)
ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	3.97	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 27 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มอาชีพข้าราชการ/ลูกจ้าง มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักเรียน/นักศึกษา ส่วนกลุ่มอาชีพรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้าง มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และส่วนอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.60 0.53 0.52 และ 0.59 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 = ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H_1 = ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.77	4	0.19	0.82	0.51
	ภายในกลุ่ม	92.19	395	0.23		
	รวม	92.96	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม	11.28	4	2.82	6.88	0.00**
	ภายในกลุ่ม	161.91	395	0.41		
	รวม	173.19	399			

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม	7.88	4	1.97	4.84	0.00**
	ภายในกลุ่ม	160.87	395	0.41		
	รวม	168.76	399			
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5.36	4	1.34	4.97	0.00**
	ภายในกลุ่ม	106.64	395	0.27		
	รวม	112.00	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.65	4	1.16	4.99	0.00**
	ภายในกลุ่ม	92.00	395	0.23		
	รวม	96.65	399			

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 28 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามรายได้ มีค่า Sig. ที่น้อยกว่า 0.05 มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 29-31

ตารางที่ 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	15,001-	20,001-	25,001-	สูงกว่า
		15,000	20,000	25,000	30,000	30,000
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
		3.67	3.67	4.04	4.04	3.87
ต่ำกว่า	3.67	-	0.00	-0.37	-0.38	-0.20
15,000 บาท			(0.97)	(0.00**)	(0.00**)	(0.10)
15,001-	3.67	-	-	-0.38	-0.38	-0.21
20,000 บาท				(0.00**)	(0.00**)	(0.09)
20,001-	4.04	-	-	-	-0.01	0.16
25,000 บาท					(0.94)	(0.01)
25,001-	4.04	-	-	-	-	0.17
30,000 บาท						(0.11)
สูงกว่า	3.87	-	-	-	-	-
30,000 บาท						
ขึ้นไป						

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ส่วนกลุ่ม 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37 0.38 0.38 และ 0.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	15,001-	20,001-	25,001-	สูงกว่า
		15,000	20,000	25,000	30,000	30,000
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
		3.67	3.60	3.97	3.90	3.88
ต่ำกว่า	3.67	-	0.74	-0.29	0.23	-0.21
15,000 บาท			(0.52)	(0.00**)	(0.03*)	(0.08)
15,001-	3.60	-	-	-0.37	0.30	-0.29
20,000 บาท				(0.00**)	(0.00**)	(0.02*)
20,001-	3.97	-	-	-	0.07	0.08
25,000 บาท					(0.43)	(0.43)
25,001-	3.90	-	-	-	-	0.02
30,000 บาท						(0.89)
สูงกว่า	3.88	-	-	-	-	-
30,000 บาท						
ขึ้นไป						

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาท ส่วนกลุ่ม 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และสูงกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29 0.23 0.37 0.30 และ 0.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

รายได้	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	15,001-	20,001-	25,001-	สูงกว่า
		15,000	20,000	25,000	30,000	30,000
		บาท	บาท	บาท	บาท	บาทขึ้นไป
		3.91	3.71	4.06	3.99	3.99
ต่ำกว่า	3.91	-	0.20	-0.16	-0.09	-0.09
15,000 บาท			(0.04*)	(0.06)	(0.32)	(0.40)
15,001-	3.71	-	-	-0.35	0.28	-0.28
20,000 บาท				(0.04*)	(0.00**)	(0.01*)
20,001-	4.06	-	-	-	0.07	0.07
25,000 บาท					(0.30)	(0.41)
25,001-	3.99	-	-	-	-	0.00
30,000 บาท						(0.99)
สูงกว่า	3.99	-	-	-	-	-
30,000 บาท						
ขึ้นไป						

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 31 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มรายได้ 15,000- 20,000 บาท ส่วนกลุ่ม 15,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มรายได้ 20,001-25,000 บาท 25,001-30,000 บาท และสูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20 0.35 0.28 และ 0.28 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ระบบปฏิบัติการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ระบบปฏิบัติการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

H1 = ระบบปฏิบัติการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระบบปฏิบัติการ

ตัวแปรที่ศึกษา	ระบบปฏิบัติการ	t-test for Equality of Means					
		N	Mean	S.D.	t	df.	Sig.
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	IOS	180	3.88	0.51	-2.48	398	0.00**
	Android	220	4.00	0.44	-2.45	356	
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	IOS	180	3.83	0.71	-1.82	398	0.01*
	Android	220	3.95	0.60	-1.79	354	
ด้านอิทธิพลของสังคม	IOS	180	3.75	0.67	-2.39	398	0.00**
	Android	220	3.90	0.61	-2.37	367	
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	IOS	180	3.88	0.55	-2.38	398	0.00**
	Android	220	4.01	0.51	-2.37	365	
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	IOS	180	3.83	0.52	-2.63	398	0.02*
	Android	220	3.96	0.46	-2.60	356	

หมายเหตุ Sig < 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามระบบปฏิบัติการ เป็นรายด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่า 0.05 มีทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ระบบปฏิบัติการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

H1 = ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามช่องทางธุรกรรมทางการเงิน

ตัวแปรที่ศึกษา	ช่องทางธุรกรรมทางการเงิน	t-test for Equality of Means					
		N	Mean	S.D.	t	df.	Sig.
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	Mobile	345	3.93	0.48	-0.99	398	0.19
	Tablet	55	4.00	0.45	-1.05	75	
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	Mobile	345	3.90	0.65	-0.35	398	0.78
	Tablet	55	3.93	0.67	-0.34	71	
ด้านอิทธิพลของสังคม	Mobile	345	3.83	0.63	-0.12	398	0.15
	Tablet	55	3.84	0.73	-0.10	67	
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	Mobile	345	3.95	0.52	-0.19	398	0.31
	Tablet	55	3.96	0.58	-0.17	68	
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	Mobile	345	3.90	0.48	-0.46	398	0.69
	Tablet	55	3.93	0.53	-0.43	69	

หมายเหตุ Sig < 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามช่องทางธุรกรรมทางการเงิน เป็นรายด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่า 0.05 มีทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่าง

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H1 = ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ		SS	df	MS	F	Sig
	ความ	แปรปรวน					
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม		0.86	3	0.29	1.23	0.29
	ภายในกลุ่ม		90.09	396	0.23		
	รวม		92.96	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม		9.35	3	3.12	7.53	0.00**
	ภายในกลุ่ม		163.84	396	0.41		
	รวม		173.19	399			
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม		5.47	3	1.82	4.42	0.01*
	ภายในกลุ่ม		163.28	396	0.41		
	รวม		168.76	399			

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3.05	3	1.04	3.78	0.01*
	ภายในกลุ่ม	108.88	396	0.28		
	รวม	112.00	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.79	3	1.27	5.39	0.00**
	ภายในกลุ่ม	92.86	396	0.23		
	รวม	96.65	399			

Sig. < 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ เป็นรายด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่า 0.05 มีทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 35-37

ตารางที่ 35 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม

ความถี่ในการใช้ บริการ	ค่าเฉลี่ย	จำนวน 1-3	จำนวน 4-6	จำนวน 7-9	จำนวนมากกว่า
		ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	10 ครั้ง
		3.99	4.01	4.05	3.71
จำนวน 1-3 ครั้ง	3.99	-	-0.02 (0.88)	-0.06 (0.64)	0.28 (0.02*)
จำนวน 4-6 ครั้ง	4.01	-	-	-0.04 (0.69)	0.30 (0.00**)
จำนวน 7-9 ครั้ง	4.05	-	-	-	0.36 (0.00**)
จำนวนมากกว่า 10 ครั้ง	3.71	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 35 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวน 1-3 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง ส่วนความถี่ในการใช้บริการจำนวน 4-6 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง และส่วนกลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวน 7-9 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28 0.30 และ 0.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม

ความถี่ในการใช้ บริการ	ค่าเฉลี่ย	จำนวน 1-3	จำนวน 4-6	จำนวน 7-9	จำนวนมากกว่า
		ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	10 ครั้ง
		4.04	3.92	3.88	3.70
จำนวน 1-3 ครั้ง	4.04	-	0.13 (0.31)	0.16 (0.16)	0.35 (0.00**)
จำนวน 4-6 ครั้ง	3.92	-	-	0.04 (0.66)	0.22 (0.01*)
จำนวน 7-9 ครั้ง	3.88	-	-	-	0.18 (0.02*)
จำนวนมากกว่า 10 ครั้ง	3.70	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวน 1-3 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง ส่วนความถี่ในการใช้บริการจำนวน 4-6 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง และส่วนกลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวน 7-9 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35 0.22 และ 0.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

ความถี่ในการใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	จำนวน 1-3	จำนวน 4-6	จำนวน 7-9	จำนวนมากกว่า
		ครั้ง	ครั้ง	ครั้ง	10 ครั้ง
		4.06	4.01	4.03	3.85
จำนวน 1-3 ครั้ง	4.06	-	-0.05 (0.61)	0.03 (0.75)	0.21 (0.02*)
จำนวน 4-6 ครั้ง	4.01	-	-	-0.02 (0.78)	-0.16 (0.02*)
จำนวน 7-9 ครั้ง	4.03	-	-	-	0.18 (0.01*)
จำนวนมากกว่า 10 ครั้ง	3.85	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 37 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวน 1-3 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง ส่วนความถี่ในการใช้บริการจำนวน 4-6 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง และส่วนกลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวน 7-9 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มความถี่ในการใช้บริการจำนวนมากกว่า 10 ครั้ง โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21 0.16 และ 0.18 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = การตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H1 = การตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 38 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามการตัดสินใจให้บริการ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ		SS	df	MS	F	Sig
	ความแปรปรวน						
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม		0.62	3	0.21	0.89	0.45
	ภายในกลุ่ม		92.33	396	0.23		
	รวม		92.96	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม		5.24	3	1.75	4.12	0.01*
	ภายในกลุ่ม		167.95	396	0.42		
	รวม		173.19	399			
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม		2.02	3	0.67	1.60	0.19
	ภายในกลุ่ม		166.73	396	0.42		
	รวม		168.76	399			
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม		1.68	3	0.56	2.01	0.11
	ภายในกลุ่ม		110.92	396	0.28		
	รวม		112.00	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม		1.93	3	0.64	2.68	0.05
	ภายในกลุ่ม		94.73	396	0.24		
	รวม		96.65	399			

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 38 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามการตัดสินใจให้บริการเป็นรายด้าน พบว่า ค่า Sig. มากกว่า 0.05 มีทั้ง 1 ด้าน คือ ด้านความคาดหวังในความพยายาม หมายความว่า ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 39

ตารางที่ 39 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างการตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม

การตัดสินใจ ให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ความสะดวกใน การใช้บริการ	ค่าธรรมเนียม	ความยาก - ง่ายในการใช้ บริการ	ความ น่าเชื่อถือ ความมั่นใจ
		3.81	3.82	4.06	4.04
ความสะดวก ในการใช้ บริการ	3.81	-	-0.12 (0.89)	-0.25 (0.00**)	-0.22 (0.02*)
ค่าธรรมเนียม	3.82	-	-	-0.23 (0.03*)	-0.21 (0.07)
ความยาก - ง่ายในการใช้ บริการ	4.06	-	-	-	0.02 (0.83)
ความ น่าเชื่อถือ ความมั่นใจ	4.04	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มการตัดสินใจความสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มการตัดสินใจความยาก - ง่ายในการใช้บริการ และกลุ่มความน่าเชื่อถือความมั่นใจ ส่วนการตัดสินใจค่าธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มการตัดสินใจความยาก - ง่ายในการใช้บริการ โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.25 0.22 และ 0.23 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H1 = ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามประเภทการทำธุรกรรมทางการเงิน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.83	5	0.57	2.48	0.03*
	ภายในกลุ่ม	90.13	394	0.23		
	รวม	92.96	399			
ด้านความคาดหวังในความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม	6.82	5	1.36	3.23	0.01*
	ภายในกลุ่ม	166.37	394	0.42		
	รวม	173.19	399			

ตารางที่ 40 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ					
	ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม	4.54	5	0.91	2.18	0.06
	ภายในกลุ่ม	164.22	394	0.42		
	รวม	168.76	399			
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3.11	5	0.62	2.25	0.05
	ภายในกลุ่ม	108.89	394	0.28		
	รวม	112.00	399			
ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.80	5	0.76	3.22	0.01*
	ภายในกลุ่ม	92.85	394	0.24		
	รวม	96.65	399			

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 40 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินเป็นรายด้าน พบว่า ค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มีทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ และด้านความคาดหวังในความพยายาม หมายความว่า ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อโดยใช้สถิติ LSD ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังตารางที่ 40-41

ตารางที่ 41 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ

ประเภท ธุรกรรม การเงิน	ตรวจสอบ ค่าเฉลี่ย	โอน บัญชี	ชำระสินค้า และบริการ	สลาก ออมสิน	ถอนเงิน สด	MyMo Pay	
	3.89	4.00	3.94	4.06	3.62	3.55	
ตรวจสอบ	3.89	-	-0.11	-0.06	-0.18	0.26	0.34
บัญชี			(0.07)	(0.39)	(0.06)	(0.01)	(0.17)
โอนเงิน	4.00	-	0.06	-0.06	0.38	0.45	
			(0.33)	(0.49)	(0.02*)	(0.06)	
ชำระสินค้า และบริการ	3.94	-	-	-	-0.12	0.32	0.39
					(0.19)	(0.05)	(0.10)
สลากออมสิน	4.06	-	-	-	0.44	0.51	
					(0.01*)	(0.04*)	
ถอนเงินสด	3.62	-	-	-	-	0.07	
						(0.80)	
MyMo Pay	3.55	-	-	-	-	-	

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 41 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน ในด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ พบว่า มีความแตกต่างกัน ได้แก่ กลุ่มประเภทโอนเงิน มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มประเภทถอนเงินสด ส่วนประเภทสลากออมสิน มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มประเภทถอนเงินสด และประเภท MyMo Pay โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 0.44 และ 0.51 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม

ประเภทธุรกรรมทางการเงิน	ตรวจสอบค่าเฉลี่ย	ไอนเงินบัญชี	ชำระสินค้าและบริการ	สลากออมสิน	ถอนเงินสด	MyMo Pay	
	3.82	3.96	3.85	4.25	3.53	3.75	
ตรวจสอบบัญชี	3.82	-	-0.14	-0.37	-0.43	0.28	0.07
ไอนเงิน	3.96	-	-	0.11	-0.29	0.43	0.21
ชำระสินค้าและบริการ	3.85	-	-	-	-0.39	0.32	0.10
สลากออมสิน	4.25	-	-	-	-	0.71	0.50
ถอนเงินสด	3.53	-	-	-	-	-	-0.22
MyMo Pay	3.75	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ *แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 42 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน ในด้านความคาดหวังในความพยายาม พบว่า มีความแตกต่างกันได้แก่ กลุ่มประเภทตรวจสอบบัญชี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มประเภทสลากออมสิน ส่วนประเภทไอนเงิน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มประเภทสลากออมสิน กลุ่มประเภทชำระสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าประเภทสลากออมสิน ส่วนประเภทสลากออมสิน มีค่าเฉลี่ยมากกว่ากลุ่มประเภทถอนเงินสด โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.43 0.29 0.39 และ 0.71 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2.6 แหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H0 = แหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน

H1 = แหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน แตกต่างกัน

ตารางที่ 43 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามประเภทแหล่งที่รู้จักบริการ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของ		SS	df	MS	F	Sig
	ความ	แปรปรวน					
ด้านการคาดหวังใน ประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.32	3	0.11	0.45	0.72	
	ภายในกลุ่ม	92.64	396	0.23			
	รวม	92.96	399				
ด้านความคาดหวังใน ความพยายาม	ระหว่างกลุ่ม	1.22	3	0.41	0.93	0.43	
	ภายในกลุ่ม	171.98	396	0.43			
	รวม	173.19	399				
ด้านอิทธิพลของสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.82	3	0.61	1.44	0.23	
	ภายในกลุ่ม	166.94	396	0.42			
	รวม	168.76	399				
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	1.86	3	0.62	2.22	0.09	
	ภายในกลุ่ม	110.14	396	0.28			
	รวม	112.00	399				
ปัจจัยการยอมรับ เทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.06	3	0.35	1.46	0.22	
	ภายในกลุ่ม	95.59	396	0.24			
	รวม	96.65	399				

หมายเหตุ Sig. < 0.05

จากตารางที่ 43 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน จำแนกตามแหล่งที่รู้จักบริการ เป็นรายด้าน พบว่า ทั้ง 4 ด้าน มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 หมายความว่า แหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ไม่แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จากธนาคารออมสินสาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต สาขาเซ็นทรัลเฟสติวัล สาขาเม-ญา สาขาพรอมเมนาดา และสาขาเทสโก้โลตัส ค่าเพียง จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) Independent Samples t-test และ One-way Analysis ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างในบริษัทเอกชน ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนที่ 20,001-25,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ระบบปฏิบัติการ Android ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application) โดยมีความถี่ในการใช้งานจำนวนมากว่า 10 ครั้งต่อเดือน การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าคือ ความสะดวกในการใช้บริการ ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินคือการโอนเงิน โดยทราบข้อมูลการให้บริการจากการแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร

3. ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงดังนี้ เป็นการแสดงระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน ตามความคิดเห็นลูกค้าเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ แสดงโดยภาพรวม

จากการพิจารณาลูกค้าในปัจจุบันการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความคิดมากที่สุด คือด้านอิทธิพลของสังคม รองลงมาคือด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความคาดหวังในความพยายามตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

3.1 ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือ การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นประโยชน์ต่อตัวของท่านเอง รองลงมาการใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านสามารถมีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นในชีวิตมากขึ้น มีการใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างรวดเร็ว และการใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านเข้าถึงข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงินในบัญชีของท่านได้หลากหลายตามลำดับ

3.2 ด้านความคาดหวังในความพยายาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความเรียบง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อนรองลงมาการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง ท่านเข้าใจการใช้งานประเภทต่างๆในแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นอย่างดี รูปแบบของแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้ท่านใช้งานได้ง่าย และท่านเข้าใจการใช้งานประเภทต่างๆในแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นอย่างดีตามลำดับ

3.3 ด้านอิทธิพลของสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือการรับรู้ข้อมูลจากบุคคลรอบข้างมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB รองลงมาการรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB การรับรู้ข้อมูลจากสื่อวิทยุมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB และการรับรู้ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ตามลำดับ

3.4 ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นของลูกค้านต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก คือการเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความปลอดภัยที่เหมาะสม รองลงมาการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ แอปพลิเคชัน MyMo by GSB สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์ที่มีความสะดวก บุคคลรอบข้างมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความรวดเร็วในการใช้งาน และบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีการพัฒนาให้สะดวกต่อการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 จากการผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตามตัวแปรตาม ซึ่งตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ใน 4 ด้าน คือ ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านอิทธิพลของสังคม และด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก กับตัวแปรตาม คือ

วิเคราะห์ พบว่าระบบปฏิบัติการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ พบว่า ช่องทางธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ พบว่า ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 การตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ พบว่า การตัดสินใจให้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ พบว่า ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.6 แหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ พบว่า แหล่งที่รู้จักบริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษา พฤติกรรมกับการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำข้อสรุปมาอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้ ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ

สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน จากการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการที่มีประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน พบว่า ด้าน อายุ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ นาทยา ศรีสว่างสุข (2558) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินแตกต่างกัน พบว่า ความถี่ในการใช้งานแตกต่างกัน มีปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสินไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทยา ศรีสว่างสุข (2558) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความถี่ในการใช้งานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ

จากผลการวิเคราะห์ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ อยากให้พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB กับลูกค้ามากขึ้น เพราะเป็นตัวที่ช่วยให้เข้าถึงข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงินในบัญชีของลูกค้าได้หลากหลาย อย่างรวดเร็ว สามารถมีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นในชีวิตมากขึ้น และช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม

2. ด้านความคาดหวังในความพยายาม

จากผลการวิเคราะห์ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ พนักงานให้คำแนะนำลูกค้าให้เข้าใจการใช้งานประเภทต่างๆในแอปพลิเคชัน “MyMo by GSB” และรูปแบบของแอปพลิเคชัน “MyMo by GSB” ช่วยใช้งานได้ง่าย ลูกค้าสามารถเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง และลูกค้าสามารถแนะนำวิธีการใช้งานให้กับบุคคลอื่นได้อย่างถูกต้อง

3. ด้านอิทธิพลของสังคม

จากผลการวิเคราะห์ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการแอปพลิเคชัน “MyMo by GSB” มากขึ้น เพราะทำให้สามารถเพิ่มลูกค้ามากขึ้น และพนักงานควรให้ความสำคัญให้กับลูกค้าทั้งใหม่ทั้งเก่าอย่างดีที่สุด เพราะเป็นช่องทางหนึ่งที่จะทำให้ลูกค้าหันมาใช้บริการแอปพลิเคชัน “MyMo by GSB” มากขึ้น

4. ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

จากผลการวิเคราะห์ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการพัฒนาแอปพลิเคชัน “My Mo by GSB” เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการเพิ่มธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือเพื่อความสะดวก รวดเร็วในการใช้งาน และสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขา

5. ด้านพฤติกรรมการใช้ My Mo by GSB

จากผลการวิเคราะห์ ทำให้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีการเพิ่มประเภทการทำธุรกรรม My Mo by GSB มากขึ้น มีช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้นเพื่อความสะดวก รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจดำเนินการในรูปแบบของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีการสัมภาษณ์สังเกตพฤติกรรม การทดสอบ ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB สามารถสะท้อนความคิดของลูกค้าเป็นอย่างดี เพื่อนำผลการศึกษาจากทั้งสองด้านมาวิเคราะห์เป็นแนวทางปฏิบัติร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาของแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ได้ตรงจุดและลูกค้ามีความพึงพอใจกับการใช้แอปพลิเคชัน

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างลูกค้าของธนาคารอื่นๆ เพื่อนำผลไปใช้ในการปรับปรุงการใช้งานของแอปพลิเคชัน MyMo by GSB

บรรณานุกรม

- เกศวิฑู ทิพยศ. 2557. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2560. ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688&language=th> (17 กันยายน 2560).
- ธนาคารออมสิน. 2558. ออมสินเปิดให้บริการ “MyMo” มุ่งสู่ดิจิทัลแบงก์กิ้ง ด้วยบริการที่เหนือกว่า ถอน โอน จ่าย และชำระเงินกู้ ใน App เดียว. *จุดสารออมสิน*, 25(475), 1-12.
- _____. 2560. บริการออนไลน์ MyMo. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.gsb.or.th/Mymo.aspx> (3 กันยายน 2560).
- ธิดารัตน์ โกไศยกานนท์. 2553. การเปรียบเทียบทัศนคติการใช้บริการอินเทอร์เน็ต - แง่ค้ำจี้ระหว่างบริการ K-CYBER BANKING ของธนาคารกสิกรไทย กับบริการ SCB EASY NET ของธนาคารไทยพาณิชย์. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นาคยา ศรีสว่างสุข. 2558. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมาโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พรพรรณ ช่างงานิยม. 2553. ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัฒนิตา แก้วมา. 2556. พฤติกรรมการเลือกซื้อแว่นตาของผู้บริโภค ในเขตบางรัก กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรรณวิมล ชูศูนย์. 2551. ทัศนคติของลูกค้าต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองราชบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2559. ธนาคารออมสิน. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://th.wikipedia.org/wiki/ธนาคารออมสิน> (1 กันยายน 2560).

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ อมรศักดิ์ บุญเรือง. 2541. **กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาดและ
กรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ศุภร เสรีรัตน์. 2545. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์. บิซิเนส เพรส.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. 2559. **การสำรวจการมีกา
รใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2550 - 2559**.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/
statseries22.html](http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries22.html) (8 พฤศจิกายน 2560).
- EDTA สพธอ. 2559. **ETDA เผยพฤติกรรมผู้ใช้เน็ตปี 59 ซึ่เทรนด์ใหม่มาแรง ชงรัฐ-เอกชน จับตา
3G/4G ยังต้องปรับปรุง**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
[https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2016-
conference.html](https://www.etda.or.th/content/thailand-internet-user-profile-2016-conference.html) (5 พฤศจิกายน 2560).
- Home-based proprietary trader for Disabilities. 2559. **FinTech คืออะไร**.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [https://www.facebook.com/homedistrader/posts/
1835044240074813](https://www.facebook.com/homedistrader/posts/1835044240074813) (8 มีนาคม 2560).
- Kotler, Philip. 2000. **Marketing Management: Millennium Edition, 10/e**. New York:
Prentice Hall Business Publishing.
- Rogers, E. M. 1983. **Diffusion of Innovation**. 3th ed. New York: The free press.
- Rogers, E. M. & Shoemaker, F. F. 1971. **Communication of Innovations: A Cross-
Cultural Approach**. New York: The free press.
- Simmons, Scott. 2016. **Modernizing banking core systems**. [Online]. Available
[https://www.ibm.com/developerworks/websphere/techjournal/0809_col_simmo
ns/0809_col_simmons.html](https://www.ibm.com/developerworks/websphere/techjournal/0809_col_simmons/0809_col_simmons.html) (9 April 2017).
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. & Davis, F. D. 2003. User Acceptance of
Information Technology. **MIS Quarterly**, 27(3), 425-478.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB
ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

แบบสอบถาม**เรื่อง พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB
ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่**

คำชี้แจง : แบบสอบถามเรื่อง “พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมและการยอมรับของผู้ใช้บริการ MyMo by GSB ที่ส่งผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB แบบสอบถามนี้ประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการกรอบบแบบสอบถามฉบับนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) น้อยกว่า 20 ปี 2) 21 - 30 ปี
 3) 31 - 40 ปี 4) 41- 50 ปี

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส
 3) หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- 1) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. 2) อนุปริญญา/ปวส.
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1) ข้าราชการและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐ
 2) รัฐวิสาหกิจและลูกจ้างในหน่วยงานของรัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงาน/ลูกจ้างในบริษัทเอกชน
 4) นักเรียน/นักศึกษา
 5) ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

6. รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) 15,001 - 20,000 บาท
 3) 20,001 - 25,000 บาท 4) 25,001 - 30,000 บาท
 5) สูงกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน
ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1. มือถือหรือ Tablet ของท่านใช้ระบบปฏิบัติการใด

- 1) ระบบ iOS
- 2) ระบบ Android

2. ท่านทำธุรกรรมทางการเงิน MyMo by GSB ผ่านช่องทางใด

- 1) ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (Mobile Application)
- 2) ผ่านแอปพลิเคชันบนแท็บเล็ต (Tablet)

3. ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน

- 1) จำนวน 1-3 ครั้ง
- 2) จำนวน 4-6 ครั้ง
- 3) จำนวน 7-9 ครั้ง
- 4) มากกว่า 10 ครั้ง

4. การตัดสินใจให้บริการ MyMo by GSB

- 1) ความสะดวกในการใช้บริการ
- 2) ค่าธรรมเนียม
- 3) ความยาก-ง่ายในการใช้บริการ
- 4) ความน่าเชื่อถือความมั่นใจ

5. ประเภทการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน MyMo by GSB

- 1) การตรวจสอบรายการเคลื่อนไหวของบัญชีและยอดคงเหลือ
- 2) การโอนเงิน
- 3) การชำระค่าสินค้าและบริการ
- 4) การบริการด้านสลากออมสิน
- 5) การถอนเงินสด MyMo My Card
- 6) MyMo Pay

6. ท่านรู้จักบริการ MyMo by GSB จากแหล่งใด

- 1) คนในครอบครัว/เพื่อน
- 2) การแนะนำของเจ้าหน้าที่ธนาคาร
- 3) โฆษณาผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์
- 4) โฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

คำชี้แจง : กรุณาตอบแบบสอบถามและทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงข้อละ 1 คำตอบ (ระดับ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, 1 = น้อยที่สุด)

การยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการ MyMo by GSB	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการคาดหวังในประสิทธิภาพ					
1. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นประโยชน์ต่อตัวของท่านเอง					
2. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้คุณบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างรวดเร็ว					
3. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้คุณสามารถมีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นในชีวิตมากขึ้น					
4. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้คุณเข้าถึงข้อมูลในการทำธุรกรรมทางการเงินในบัญชีของคุณได้หลากหลาย					
5. การใช้งานบริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้คุณประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม					
ด้านความคาดหวังในความพยายาม					
6. รูปแบบของแอปพลิเคชัน MyMo by GSB ช่วยให้คุณใช้งานได้ง่าย					
7. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความเรียบง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
8. ท่านสามารถแนะนำวิธีการใช้งานให้กับบุคคลอื่นได้อย่างถูกต้อง					
9. ท่านสามารถเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานได้ด้วยตนเอง					
10. ท่านเข้าใจการใช้งานประเภทต่างๆ ในแอปพลิเคชัน MyMo by GSB เป็นอย่างดี					
ด้านอิทธิพลของสังคม					

การยอมรับเทคโนโลยีการให้บริการ MyMo by GSB	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
11. การรับรู้ข้อมูลจากบุคคลรอบข้างมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB					
12. การรับรู้ข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB					
13. การรับรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB					
14. การรับรู้ข้อมูลจากสื่อวิทยุมีผลต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB					
ด้านสภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก					
15. การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มีความสะดวก					
16. การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB ในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมีความรวดเร็วในการใช้งาน					
17. การเข้าใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีความปลอดภัยที่เหมาะสม					
18. การใช้แอปพลิเคชัน MyMo by GSB โดยไม่ต้องเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขา					
19. การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบแอปพลิเคชัน MyMo by GSB สามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
20. บริการแอปพลิเคชัน MyMo by GSB มีการพัฒนาให้สะดวกต่อการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายทวีพล การเจริญดี	
เกิดเมื่อ	23 กันยายน 2532	
ประวัติการศึกษา	2556	ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	2556	ศูนย์วิจัยและพัฒนาไส้เดือนดิน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
	2558-ปัจจุบัน	ศูนย์ธุรกิจลูกค้า SMEs 8 ธนาคารออมสิน

