

การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทาง
โทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
จังหวัดนครราชสีมา

Technology Acceptance Affecting to Satisfaction of Users of Mobile Banking
Service KRUNGTHAI NEXT of Krungthai Bank Public Company Limited in
Nakhon Ratchasima Province

ศิริวรรณ ขุนประเสริฐ

Siriwan Khunprasert

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดจบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, $SD. = 0.484$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการบริการ ด้านการให้เวลา ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความจริง และด้านความเข้าใจ และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) พบว่ามีความสัมพันธ์โดยรวมเชิงบวกในระดับสูง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($r = 0.835$, $P < 0.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความเข้าใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.764$, $P < 0.01$), การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.760$, $P < 0.01$), การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการให้เวลา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.734$, $P < 0.01$), การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความจริง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r = 0.718$, $P < 0.01$), และการยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.687$, $P < 0.01$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : การยอมรับการใช้เทคโนโลยี, ความไว้วางใจ, ความพึงพอใจ, บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ

Abstract

This Independent Study aims to study on Technology Acceptance Affecting to Satisfaction of Users of Mobile Banking Service KRUNGTHAI NEXT of Krungthai Bank Public Company Limited in Nakhon Ratchasima Province. The sample group consisted of 400 users of KRUNGTHAI NEXT service of Krungthai Bank Public Company Limited in Nakhon Ratchasima Province. Questionnaire was used as research tool for data collection. Obtained data were analyzed to find frequency, percentage, mean, and Standard Deviation. It was found that most samples were females with the age ranged from 20-30 years and they were single. Their highest educational level was Bachelor Degree and they worked as government officers/state enterprise offices with average monthly income ranged from 10,001 – 20,000 baht.

From the study on Technology Acceptance Affecting to Satisfaction of Users of Mobile Banking Service KRUNGTHAI NEXT of Krungthai Bank Public Company Limited in Nakhon Ratchasima Province, it was found that most respondents had the mean of opinions in the highest level ($\bar{x} = 4.42$, SD. = 0.484). When considering on each dimension, the mean has been ordered in descending order as follows: services, time giving, reliability, reality, and understanding. And hypothesis testing was conducted by using Pearson product moment correlation coefficient. Found that there was a high positive overall relationship. At a significant level of 0.01 ($r = 0.835$, $P < 0.01$), When considering on each dimension, the mean has been ordered in descending order as follows: it was found that technology acceptance on understanding With high correlation coefficients ($r = 0.764$, $P < 0.01$), it was found that technology acceptance on services With high correlation coefficients ($r = 0.760$, $P < 0.01$), it was found that technology acceptance on time giving With high correlation coefficients ($r = 0.734$, $P < 0.01$), it was found that technology acceptance on reality With high correlation coefficients ($r = 0.718$, $P < 0.01$), and it was found that technology acceptance on reliability With a medium correlation coefficient ($r = 0.687$, $P < 0.01$) respectively.

Keywords : Technology Acceptance, Trust, Satisfaction, Mobile Banking Service

บทนำ

หลังจากที่ประเทศไทยเปิดประตูการค้ากับประเทศตะวันตก มีธนาคารพาณิชย์จากต่างประเทศตามเข้ามาเปิดบริการลูกค้าของตนเป็นจำนวนมาก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่การค้าระหว่างประเทศ การซื้อขาย การเรียกเก็บเงินตามตั๋วแลกเงิน และเอกสารการแลกเปลี่ยนเงินตรา จากปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นตามการขยายตัวของภาคธุรกิจ ระบบเทคโนโลยีต่างๆ ก็พัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ธนาคารพาณิชย์ได้นำเครื่องบันทึกบัญชีมาใช้งานด้านเงินฝาก ทำให้การทำงานของพนักงาน มีความถูกต้องแม่นยำมากขึ้น แต่ก็ยังไม่รวดเร็วรองรับกับปริมาณของลูกค้าผู้มาใช้บริการ ระบบงานธนาคารพาณิชย์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2518 เริ่มจาก Singer System 10 เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดเล็ก ใช้กับงานด้านบัญชีเงินฝากเดินสะพัด ต่อจากนั้นได้เริ่มนำข้อมูลของงานด้านสินเชื่อเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้านลูกค้าเบิกเงินเกินบัญชี ในลักษณะของการวิเคราะห์และการควบคุม โดยในระยะแรกเป็นเพียงการทำรายงานด้วยระบบการเขียนและงานกระดาษ ต่อมาจะมีระบบบริการเงินด่วนเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ (Automatic Teller Machine: ATM) นอกเหนือจาก ATM จะทำให้เปลี่ยนวิถีชีวิตของคนในการเบิกถอนเงินเป็นเรื่องง่ายแล้วนั้น บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ก็ทำให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไปอย่างมาก บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2543 โดยการร่วมมือกันระหว่างธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) (Kasikornbank Public Company Limited) และบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) (Total Access Communication Public Company Limited ชื่อย่อ: TAC) หรือในชื่อการค้าว่า ดีแทค (dtac) เป็นผู้ประกอบธุรกิจให้บริการโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย เดิมเป็นบริษัทในเครือยูคอม (บริษัท ยูไนเต็ดคอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน))

แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (Krungthai NEXT) เป็นแอปพลิเคชัน (Application) บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม พ.ศ. 2561 โดยแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT พัฒนาเวอร์ชัน (Version) มาใช้แทนที่แอปพลิเคชันบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือแบบเดิม คือ เคทีบีเน็ตแบงก์ (KTB netbank) ที่เป็นชื่อผลิตภัณฑ์ทางการเงินแบบเดิมที่เปิดตัวเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2554 ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีเขตพื้นที่ให้บริการขนาดใหญ่ มีกลุ่มลูกค้าอย่างหลากหลาย เช่น กลุ่มนักเรียนกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ลูกค้าบัตรสวัสดิการแห่งรัฐข้าราชการ พนักงานส่วนท้องถิ่น กำนัน-ผู้ใหญ่บ้าน พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของธุรกิจ พ่อค้า-แม่ค้า และอาชีพอื่นๆ ทั่วไป ได้มาใช้บริการที่เคาเตอร์สาขาเป็นจำนวนมาก เกิดปัญหาระยะเวลาการรอคิวนาน ลูกค้าแออัดในสาขา ใช้ต้นทุนกระดาษ สลิปประจำวัน และอุปกรณ์การทำงานที่เพิ่มขึ้น จำกัดด้วยช่วงเวลาทำการเปิด-ปิดสาขา บางครั้งเกิดการร้องเรียน ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการและภาพลักษณ์ของธนาคาร ผลของการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ที่รุนแรงมากขึ้น ต้องรักษาฐานลูกค้าเก่าและแสวงหาลูกค้ากลุ่มใหม่ เน้นตอบโจทย์การให้บริการที่ประทับใจ ถูกต้อง รวดเร็ว สร้างความน่าเชื่อถือและตรวจสอบได้ จึงมีบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) แอปพลิเคชันกรุงไทยเน็กซ์ (Krungthai NEXT) เป็นการทำธุรกรรมทางการเงินทางโทรศัพท์มือถือ ที่สามารถโอนเงินได้ทุกธนาคาร เติมนำเงิน จ่ายบิลค่าสาธารณูปโภคต่างๆ การซื้อ-ขาย สับเปลี่ยนกองทุน การชำระหนี้ เป็นต้น ซึ่งลูกค้าสามารถทำรายการทางการเงินได้ด้วยตนเองตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยลดระยะเวลาการเดินทาง การรอคิว และอัตราค่าธรรมเนียม

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษา การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ในการศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยมีความสนใจการใช้ทฤษฎีความไว้วางใจ (TRUST) Millar, (2009) ประกอบด้วยปัจจัยด้านความจริง (Truth) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านความเข้าใจ (Understanding) ด้านการบริการ (Service) และด้านการใช้เวลา (Take your Time) การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ต้องอาศัยความไว้วางใจซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากในธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เพื่อเป็นประโยชน์และแนวทางในการปฏิบัติงานให้กับองค์กร หาสาเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี หาแนวทางแก้ไขปัญหาลดข้อขัดข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด อันจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการบริหารจัดการและพัฒนาด้านระบบเทคโนโลยีภายในองค์กร และส่งเสริมภาพลักษณ์การบริการที่ดีของธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานของการวิจัย

การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความจริง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจ ด้านการบริการ ด้านการใช้เวลา มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEX ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory หรือ DOI) Everett Roger (อ้างถึงใน คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2558, หน้า 90) จากหนังสือของ Roger ชื่อ Diffusion of Innovation ตีพิมพ์ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1960 เป็นทฤษฎีพื้นฐานทางสังคมวิทยา (Sociology) โดยเน้นความเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการแพร่กระจายของสิ่งใหม่ๆ จากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง และสังคมนั้นรับเข้าไปใช้การยอมรับของผู้ใช้บริการที่มีต่อนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Adoption and Innovation Theory) เป็นกระบวนการ (Process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคล เริ่มจากได้ยินในเรื่องวิทยการนั้นๆ จนกระทั่งยอมรับนำไปใช้มากที่สุด ซึ่งเรียกว่า กระบวนการยอมรับ ซึ่งกล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมที่แสดงออกถึงการยอมรับนำไปปฏิบัติ 5 ขั้นตอน 1 ขั้นการรับรู้ (Awareness Stage) 2 ขั้นสนใจ (Interest Stage) 3 ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage) 4 ขั้นทดลอง (Trial Stage) 5 ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage)

Millar (2009) กล่าวว่า ความไว้วางใจคำที่ใช้ในภาษาอังกฤษ TRUST คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการสร้างความสัมพันธ์นี้สามารถทำให้เกิดความยั่งยืน เหนียวแน่นและยาวนาน ซึ่งปัจจัยส่งผลต่อการประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีความไว้วางใจให้กับลูกค้า โดยมีปัจจัย 5 ประการ คือ TRUST ตาม 5 ตัวอักษร แบ่งออกเป็นดังนี้

T หมายถึง Truth คือ ความจริง

R หมายถึง Reliability คือ ความน่าเชื่อถือ

U หมายถึง Understanding คือ ความเข้าใจ

S หมายถึง Service คือ การบริการ

T หมายถึง Take your time คือ การใช้เวลา

จากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่น ความเชื่อถือ ความเต็มใจที่มีความเหมาะสม ความกล้าที่จะใช้งานระบบเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงด้วยตนเอง ความรู้สึกไว้วางใจจะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการอย่างมั่นใจซึ่งในที่นี้ได้หมายถึง การใช้ระบบงานได้จริง ระบบมีความความน่าเชื่อถือ ง่ายต่อการใช้งาน การได้รับการบริการที่ดีจากบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษา การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม ทางผู้ศึกษาได้ใช้สูตรในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran (1977) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 385 คน และเพื่อช่วยลดความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัย คือ การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งเป็นจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้แบบสอบถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ชุติมณฑน์ เชาว์เจริญ, (2555) มีข้อคำถามโดยแบ่งเป็น 5 ด้านเป็นจำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ชุติมณฑน์ เชาว์เจริญ, (2555) โดยมีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับข้อเสนอนแนะ/ความคิดเห็นด้านอื่นๆ กับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอนแนะ ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Response Question)

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงปัญหาที่จะศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาเรื่อง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดปัญหาควรมีการศึกษาข้อมูลจากสิ่งต่าง ๆ เช่น ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ และวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ศึกษากรอบแนวคิด ปรัชญาของอาจารย์ที่ปรึกษาทางวิจัย และผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านงานวิจัย

2. จัดทำแบบสอบถามโดยในแบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน

3. เสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำไปทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย 3 ท่าน เพื่อสอบถามความถูกต้อง ครบถ้วน และความสอดคล้องของแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งเป็นคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Alpha Cronbach Coefficient) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งพบว่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.939 ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ 1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน 2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือ สิ่งพิมพ์ วารสาร เอกสารทางวิชาการ

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

จากการศึกษา การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ คือ วิเคราะห์ผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson productmoment correlation coefficient) เพื่อหาตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษา การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 ระดับการศึกษาสูงสุดจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$, SD. = 0.484)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการบริการ ($\bar{x} = 4.47$, SD. = 0.525) ที่ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ด้านการให้เวลา ($\bar{x} = 4.45$, SD. = 0.535) ที่ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.44$, SD. = 0.531) ที่ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ด้านความจริง ($\bar{x} = 4.42$, SD. = 0.562) ที่ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด และด้านความเข้าใจ ($\bar{x} = 4.35$, SD. = 0.604) ที่ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา พบว่าผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.41$, SD. = 0.552) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันของท่าน ($\bar{x} = 4.49$, SD. = 0.660) บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ช่วยให้การทำการทางการเงินของท่าน สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ($\bar{x} = 4.46$, SD. = 0.700) บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีความน่าเชื่อถือ ปลอดภัยในการใช้บริการ ($\bar{x} = 4.38$, SD. = 0.725) บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย สวยงาม ทันสมัย ($\bar{x} = 4.38$, SD. = 0.653) และบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT เป็นบริการทางการเงิน ที่ท่านสามารถใช้ทดแทนบริการธนาคารพาณิชย์อื่นๆ ได้ ($\bar{x} = 4.33$, SD. = 0.690) ที่ระดับความพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา เพื่อใช้ทดสอบความสัมพันธ์ตามที่ได้ตั้งสมมติฐาน พบว่าผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา พบว่ามีความสัมพันธ์โดยรวมเชิงบวกในระดับสูง ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ($r = 0.835$, $P < 0.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความเข้าใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.764$, $P < 0.01$), การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.760$, $P < 0.01$), การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการให้เวลา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.734$, $P < 0.01$), การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความจริง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r = 0.718$, $P < 0.01$), และการยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.687$, $P < 0.01$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา การยอมรับการใช้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำมาอภิปราย โดยจำแนกรายละเอียดเป็นรายด้านการยอมรับการใช้เทคโนโลยี ตามทฤษฎีความไว้วางใจ ได้แก่ ด้านความจริง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจ ด้านการบริการ และด้านการให้เวลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความจริง มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

ผลการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความจริง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r = 0.718, P < 0.01$) คือ ปฏิเสธ H_0 ซึ่งหมายถึง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความจริง มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีค่า ($r = 0.718, P < 0.01$) ดังนั้น บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถทำรายการทางการเงินได้ด้วยตนเอง ($\bar{x} = 4.54, SD. = 0.644$) เพราะว่าการกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการจากที่เคยมาใช้บริการที่เคาเตอร์ ก็สามารถทำรายการโอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน ชำระบิลต่างๆ ทางโทรศัพท์มือถือได้เองโดยไม่ต้องเดินทางมาติดต่อพนักงานที่สาขา บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เช่น โอนเงิน เติมเงิน จ่ายเงิน ชำระบิล ชำระ กยศ. ชื้อ-ขายกองทุน ฯลฯ ($\bar{x} = 4.45, SD. = 0.713$) เพราะว่าการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม ทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจและสนใจใช้บริการมากขึ้น บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีรูปแบบสีที่สวยงาม น่าใช้งาน ($\bar{x} = 4.35, SD. = 0.688$) เพราะว่าการรูปแบบการเลือกใช้สีพื้นหลังของตัวแอปพลิเคชันเน้นเป็นสีฟ้า สีขาว มองดูสบายตา น่าใช้งาน และบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีความเที่ยงตรงเป็นมาตรฐาน ตรวจสอบได้ ($\bar{x} = 4.34, SD. = 0.685$) เพราะว่าการผู้ใช้บริการสามารถเรียกดูรายการทางการเงินย้อนหลัง (Statement) ซึ่งเป็นข้อมูลทางการเงินที่เกิดขึ้นจริง ตามรายการที่ผู้ใช้บริการได้เข้าไปใช้งานนั่นเอง เป็นเหตุผลทำให้มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชุตติมณฑน์ เข้าเจริญ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่าผลิตภัณฑ์ธนาคารส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยพิจารณาจากการที่ธนาคารมีผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ทันสมัย มีเอกลักษณ์แตกต่างจากธนาคารพาณิชย์อื่น รวมทั้งการมีผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสมสำหรับลูกค้าทุกระดับ

สมมติฐานที่ 2 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

ผลการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.687, P < 0.01$) คือ ยอมรับ H_0 ซึ่งหมายถึง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีค่า ($r = 0.687, P < 0.01$) ดังนั้น บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีการยืนยันรหัสผ่าน (PIN 6 หลัก) ที่ถือเป็นความลับของผู้ใช้บริการทุกครั้ง ($\bar{x} = 4.53, SD. = 0.629$) เพราะว่าการผู้ใช้บริการสามารถกำหนดรหัสผ่านได้เอง และเปลี่ยนแปลงรหัสผ่านได้ตลอดเวลา เหมือนกับบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารพาณิชย์อื่นๆ การใช้งานบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีหลักฐานสลับไปเสร็จการทำรายการที่ชัดเจนทุกครั้ง ($\bar{x} = 4.53, SD. = 0.600$) เพราะว่าการแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT มีระบบอัตโนมัติในการเก็บบันทึกภาพหน้าจอ หลังจากการทำรายการเสร็จสมบูรณ์ไว้ในโทรศัพท์มือถือ ระบบบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีความปลอดภัย เชื่อถือได้ ($\bar{x} = 4.36, SD. = 0.693$) เพราะว่าการระบบบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือในปัจจุบัน เป็นที่รู้จัก และนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของธนาคารกรุงไทยเป็นที่รู้จักมาอย่างยาวนาน เชื่อถือได้ และผู้ให้บริการมีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT สามารถให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาได้ ($\bar{x} = 4.33, SD. = 0.694$) เพราะว่าการใช้บริการบางครั้งที่เกิดจากระบบขัดข้อง ปริมาณรายการที่มากขึ้น หรือการใช้เวลาปิดปรับปรุงระบบ ผู้ใช้บริการ

สามารถติดต่อสอบถามเพิ่มเติม หรือต้องการปรับปรุงบัญชีการทำรายการของตนเองได้ทันที เป็นเหตุผลทำให้มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราวุธ คุชชะกุล และไกรชิต สุตะเมือง (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าภาพลักษณ์ของธนาคาร ขนาดของธนาคาร ชื่อเสียงของธนาคาร และช่องทางการให้บริการ จำนวนสาขาที่ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านคุณลักษณะของธนาคาร ได้แก่ ขนาดของธนาคาร และจำนวนสาขาที่ให้บริการมีความสัมพันธ์ต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ส่วนตัวแปรอื่นๆ ด้านคุณลักษณะของธนาคารไม่มีความสัมพันธ์ต่อความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

ผลการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความเข้าใจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.764$, $P < 0.01$) คือ ปฏิเสธ H_0 ซึ่งหมายถึง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีค่า ($r = 0.764$, $P < 0.01$) ดังนี้ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ใช้งานง่าย ($\bar{X} = 4.40$, $SD. = 0.708$) เพราะว่าจากเดิมการใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT ต้องกำหนดรหัสผ่านทั้ง User และ Password เป็นอักษรภาษาอังกฤษและตัวเลขรวมกันให้ได้จำนวน 8 หลักขึ้นไป ได้ปรับเปลี่ยนใหม่มาเป็นการใช้รหัส PIN จำนวน 6 หลัก ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการพอใจ จාරหัสผ่านของตนเองได้ง่าย ไม่เป็นกังวลในการลืมรหัสผ่านของตนเอง และใช้งานได้ง่ายขึ้น ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ($\bar{X} = 4.38$, $SD. = 0.700$) เพราะว่าในปัจจุบันการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือเป็นที่รู้จักและนิยมใช้อย่างแพร่หลาย ผู้บริการให้ความสำคัญและเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่มาจากการใช้งานโดยไม่ต้องสำรองถือเงินสด ลดค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ต้องมาติดต่อที่สาขา ผู้บริการรับรู้ถึงบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ว่ามีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดี ($\bar{X} = 4.31$, $SD. = 0.739$) เพราะว่าระบบแอปพลิเคชันของธนาคารได้พัฒนาฟังก์ชัน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเข้าใช้งานได้สะดวกและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น และบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีคำอธิบายขั้นตอนการใช้งาน ที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการเข้าใจ ($\bar{X} = 4.30$, $SD. = 0.739$) เพราะว่าในการใช้งานต้องอาศัยการชี้แจง คำอธิบาย การให้รายละเอียดของขั้นตอนการทำรายการ เพื่อช่วยลดข้อผิดพลาดในการใช้งานนั่นเอง เป็นเหตุผลทำให้มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตมิลภัท วรเดชธนกุล (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความไว้วางใจ การสื่อสารแบบปากต่อปากเชิงบวก และการรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ แพ็กเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Relative Advantage) ด้านต่างๆ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อแพ็กเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง ดังนี้ จากการทดสอบ พบว่าการรับรู้ถึงประโยชน์ด้านความหลากหลาย ของผลิตภัณฑ์ (Product Variety) ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อแพ็กเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวของ ผู้บริโภคในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการ ทางเลือกที่หลากหลายในการเลือกซื้อแพ็กเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์นอกจากนี้ เว็บไซต์ท่องเที่ยวใน ปัจจุบันมีแพ็กเกจทัวร์มากมาย และหลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ รวมทั้งผู้บริโภคสามารถออกแบบการเดินทางเองได้ตามความต้องการ ปภัสรา ถนอมทรัพย์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของ

ธนาคารกรุงไทยและธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้งานเลือกใช้แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus รู้จักและติดตั้งแอปพลิเคชันโดยพนักงานสาขาของธนาคาร เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้ คือ ความสะดวก

สมมติฐานที่ 4 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการบริการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

ผลการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.760, P < 0.01$) คือ ปฏิเสธ H_0 ซึ่งหมายถึง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการบริการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีค่า ($r = 0.760, P < 0.01$) ดังนั้น บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ช่วยประหยัดค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายการเดินทาง ($\bar{x} = 4.58, SD. = 0.624$) เพราะนอกจากเหนือจากการบริการที่รวดเร็วถูกต้อง แม่นยำแล้ว ในเรื่องของค่าธรรมเนียมการทำรายการทางการเงิน และค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาติดต่อที่สาขา ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและพึงพอใจมากที่สุด ในการประหยัดค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นได้ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ช่วยเอื้ออำนวยความสะดวก การทำรายการทางการเงินของผู้ใช้บริการ ($\bar{x} = 4.51, SD. = 0.625$) เพราะว่าการที่ผู้ให้บริการมาติดต่อที่สาขาบางครั้งอาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการรอคิวค่อนข้างนาน แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT จึงเป็นทางเลือกที่พึงพอใจในการเลือกใช้ใช้บริการ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT เป็นบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ ($\bar{x} = 4.49, SD. = 0.637$) เพราะว่าการทำรายการทางการเงินที่มีผลทันที เหมือนกับเคาเตอร์ที่สาขา ประสิทธิภาพการบริการมีเสถียรภาพ ทันต่อเวลาตามที่ต้องการ และผู้ให้บริการสามารถติดต่อสอบถามการใช้งานได้อย่างสะดวก จากพนักงานที่สาขา และศูนย์รับแจ้ง (Call center) ($\bar{x} = 4.31, SD. = 0.727$) เพราะว่าการใช้บริการในบางครั้งที่ระบบขัดข้องจากการใช้งานเป็นจำนวนมาก หรือความผิดพลาดของผู้ใช้บริการที่บันทึกรายการทางบัญชีผิดพลาด สามารถติดต่อพนักงานที่สาขา และศูนย์รับแจ้ง (Call center) เพื่อขอยื่นเรื่องปรับปรุงรายการทางบัญชี สอบถามการใช้งาน หรืองานด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้นั่นเอง เป็นเหตุผลทำให้มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เมทินี จันทระกระแจะ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ปัจจัยคุณภาพของระบบสารสนเทศ ด้านคุณภาพของการบริการ และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในการพยายาม การอำนวยความสะดวก และการไว้วางใจ โดยร่วมกันพยากรณ์ความผันแปรของการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้คิดเป็นร้อยละ 71.4

สมมติฐานที่ 5 การยอมรับการใช้เทคโนโลยี ด้านการให้เวลา มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา

ผลการทดสอบสมมติฐาน การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการให้เวลา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = 0.734, P < 0.01$) คือ ปฏิเสธ H_0 ซึ่งหมายถึง การยอมรับการใช้เทคโนโลยีด้านการให้เวลา มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา มีค่า ($r = 0.734, P < 0.01$) ดังนั้น บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT รวดเร็วทันต่อเวลาตามที่ต้องการ ($\bar{x} = 4.55, SD. = 0.616$) เพราะว่าการใช้แอปพลิเคชัน Krungthai NEXT เป็นการทำการรายการทางการเงินแบบระบบออนไลน์ ระยะเวลาในการทำรายการไม่ยาวนาน สามารถยืนยันการทำรายการได้โดยการใส่รหัสผ่าน PIN จำนวน 6 หลัก รายการก็เสร็จสมบูรณ์ บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT สามารถใช้งานได้เป็นประจำสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 4.51, SD. = 0.633$) เพราะว่าการเข้าใช้งานตัวแอปพลิเคชันไม่มีกร

เรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายเดือน สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง สะดวกในการทำรายการทางการเงินในชีวิตประจำวัน บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ($\bar{x} = 4.42$, $SD. = 0.707$) เพราะว่ามีผู้ใช้บริการสำหรับพนักงานโรงงาน พนักงานร้านสะดวกซื้อ หรือกลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป ที่ต้องทำงานเป็นกะช่วงเวลากลางคืน ก็สามารถเลือกใช้บริการได้ ซึ่งแอปพลิเคชันรองรับการทำรายการทางการเงินได้ตลอดเวลตลอด 24 ชั่วโมง และบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ Krungthai NEXT มีการติดตามประเมินผลการใช้งาน และพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.33$, $SD. = 0.700$) เพราะทางธนาคารกรุงไทยได้สังเกตเห็นถึงสถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ และการเติบโตอย่างรวดเร็วของระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ จึงมีการติดตามประเมินผลการใช้งาน และพัฒนาแอปพลิเคชันอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เป็นเหตุผลทำให้มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ KRUNGTHAI NEXT ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หนึ่งนุช ชีระรุจินนท์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร พบว่าเวลาอำนวยความสะดวกสบายในการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์จากการผลการวิจัยความสะดวกสบายในการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพการให้บริการนั้นต้องไม่จำกัดสถานที่หรือเวลา สามารถทำรายการทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการจัดการทางการเงินให้แก่ลูกค้า เสมือนทำรายการผ่านสาขาธนาคารด้วยตนเอง โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมาที่ติดต่อสาขาก็สามารถทำรายการได้อย่างง่าย

เอกสารอ้างอิง

- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). **พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)**.
(พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: บริษัท โปกส์มีเดีย แอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด
- ชุดิมนนท์ เจ้าเจริญ. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธนาคาร
ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการ
บัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 10).
นนทบุรี: บริษัท ไทเนรมิตกิจ อินเทอร์เน็ต โปรเกรสซีฟ จำกัด
- เตชะพิทย์ ผลาวงค์, มหุปายาส ทองมาก. (2560). **ภาพลักษณ์ขององค์การและคุณภาพ
ของโปรแกรมประยุกต์ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานโมบายแบงก์กิ้งอย่างต่อเนื่อง**.
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). **ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking**.
ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2561 จาก
<http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=688&language=Th>
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2561). **Krungthai NEXT**. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2561.
จาก <https://www.ktb.co.th/th/content/personal/krungthai-next>
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2558). **การจัดการการตลาด (Marketing Management)**.
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิพิธภัณฑ์ธนาคารไทย. (2553), ค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2561.
จาก <http://www.thaibankmuseum.or.th/exhibition-permanent>
- มัลลิกา ธรรมจริยาวัฒน์. (2556). **การวิจัยธุรกิจ (Business Research)**.
(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เมทินี จันทร์กระแจะ. (2558). **คุณภาพของระบบสารสนเทศและการยอมรับเทคโนโลยี
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**.
การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- รัศมีลภัส วรเดชชนันกุล. (2558). **ความไว้วางใจ การสื่อสารแบบปากต่อปากเชิงบวก และ
การรับรู้ถึงประโยชน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ แพคเกจทัวร์ผ่านเว็บไซต์ท่องเที่ยวของผู้บริโภคใน
จังหวัดระยอง**. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2555). **หลักการตลาดสมัยใหม่ (Modern Principle of Marketing)**.
(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สรารัฐ ควชะกุล และไกรชิต สุตะเมือง. (2557). **ความไว้วางใจในการใช้บริการธนาคาร
ออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต
- หนึ่งนุช ชีระรุจินนท์ และวิโรจน์ เฉษฐาลักษณ์. (2560). **คุณภาพการให้บริการธุรกรรม
อิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อรรวรรณ เรืองรองกวิน. (2557). **ความรู้ความเข้าใจและความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อ
ความภักดีในการเลือกใช้บริการ Netbank ของลูกค้าธนาคารกรุงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ