

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้  
งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อ  
ของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน

The influences of service quality, security and ease of use on system use,  
satisfaction, continuance intention, and customer word of mouth  
of MyMo application from Government Saving Bank

Received:	August	13, 2019
Revised:	November	19, 2019
Accepted:	November	26, 2019

ชุติกานุญจน์ ศิริวิมลวรรณ (Chutikarn Siriwimonwan)<sup>\*</sup>  
อัมพล ชูสนุก (Ampon Shoosanuk)<sup>\*\*</sup>  
วทัญญู รัศมีทัต (Vatanyoo Rasmidatta)<sup>\*\*\*</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนา และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน ผู้วิจัย ดำเนินการวิจัยโดยทำการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน จำนวน 428 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าร้อยละ การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยแสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 258.748 ที่องศาอิสระ (*df*) เท่ากับ 231 ค่าความน่าจะเป็น (*p*-value) เท่ากับ 0.101 ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.120 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (*GFI*) เท่ากับ 0.967 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (*AGFI*) เท่ากับ 0.909 ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (*RMSEA*) เท่ากับ 0.017 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า (1) คุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบ (2) คุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย ความง่ายในการใช้งาน และการใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า (3) การใช้งานระบบ และความพึงพอใจมีอิทธิพล

<sup>\*</sup> นักวิจัยอิสระ

Chutikarn Siriwimonwan, Independent Researcher. , Chutikarn.sir@gmail.com, 092-639-0556

<sup>\*\*</sup> อาจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,

Ph.D., School of Business Administration, Bangkok University, ampon.s@bu.ac.th, 092 871 5516

<sup>\*\*\*</sup> อาจารย์ ดร., ภาควิชาการตลาดและโลจิสติกส์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,

Lecturer, Department of Marketing and Logistic, Faculty of Liberal Art and Science, Kasetsart University

ทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า และ (4) การใช้งานระบบ และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้า

ธนาคารออมสินควรส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน MyMo เพื่อก่อให้เกิดการใช้งาน ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ที่มากขึ้น

**คำสำคัญ :** คุณภาพการให้บริการ, ความง่ายในการใช้งาน, ความปลอดภัย, การใช้งานระบบ, ความพึงพอใจ, ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง, การบอกต่อ

### Abstract

The objectives of this research were to develop and validate a causal relationship model of the influential of service quality, security and ease of use on system use, satisfaction, continuance intention, and customer word of mouth of MyMo application from Government Saving Bank. The researchers used quantitative methods which involved empirical research. The instrument of research was a questionnaire used to collect data from 428 MyMo application users from the Government Saving Bank. The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and structural equation model analysis.

It was found that the model was consistent with the empirical data. Goodness of fit measures were found to be: Chi-square = 258.748 ( $df = 231$ ,  $p$ -value = 0.101); Relative Chi-square ( $\chi^2/df$ ) = 1.120; Goodness of Fit Index ( $GFI$ ) = 0.967; Adjusted Goodness of Fit Index ( $AGFI$ ) = 0.909 and Root Mean Square Error of Approximation ( $RMSEA$ ) = 0.017. It was also found that (1) service quality, security, and ease of use had a positive and direct influence on system use; (2) service quality, security, ease of use and system use had a positive and direct influence on customer satisfaction; (3) system use and satisfaction had a positive and direct influence on customer continuance Intention; (4) system use and satisfaction had a positive and direct influence on customer word of mouth.

Government Saving Bank should encourage service quality, security, and ease of use. Enhancing the quality of these variable would increasingly foster use, user satisfaction, continuance Intention and customer word of mouth of MyMo application.

**Keywords:** Service Quality, Security, Ease of Use, System Use, Satisfaction, Continuance Intention, Word of Mouth

## บทนำ

เทคโนโลยีทางการเงิน หรือฟินเทคกำลังได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในหลายประเทศทั่วโลก เนื่องจากมูลค่าเพิ่มที่เกิดแก่ธุรกิจ และความสามารถทางการแข่งขันของประเทศจะสูงขึ้น จากการนำนวัตกรรมดังกล่าวไปสร้างบริการทางการเงินชนิดใหม่ และพัฒนาประสิทธิภาพของบริการทางการเงินที่มีอยู่เดิมทั้งยังมีความเป็นไปได้ที่เทคโนโลยีทางการเงินเหล่านี้ จะถูกนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในกิจกรรมด้านอื่น ๆ อย่างกว้างขวาง ด้วยเหตุนี้การสร้างนวัตกรรมทางการเงินจากธุรกิจฟินเทค จึงตอบสนองนโยบายของรัฐบาลไทยที่ต้องการขับเคลื่อนประเทศไทยเข้าสู่ยุค 4.0 อย่างไรก็ดี แม้ว่าภาครัฐ และภาคเอกชนไทย จะมีความตื่นตัวในธุรกิจ ฟินเทค แต่การศึกษาทางวิชาการที่สร้างความเข้าใจในธุรกิจฟินเทคในประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด (Chunhachinda, 2017)

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินมีการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้าน ธนาคารได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุง ภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัย และครบวงจรยิ่งขึ้นเพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการ และครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับลูกค้าเพื่อให้สามารถบริหารจัดการการเงินได้สะดวก รวดเร็ว ด้วยความปลอดภัยสูง สามารถแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และจำกัดสิทธิของผู้ทำรายการแต่ละระดับได้ โดยลูกค้าสามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง เช่น การโอนเงินทั้งภายในธนาคาร และต่างธนาคาร การหักบัญชีอัตโนมัติ และการโอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ เป็นต้น การให้บริการ Mobile Banking (MyMo) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่สมัครใช้บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของธนาคาร (Government Saving Bank, 2018) ดังนั้น การบอกต่อ และความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องนั้น มีความสำคัญอย่างมากในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ส่งผลให้มีฐานลูกค้ามากขึ้น (Ariffin, Yusof, Putit, & Shah, 2016) ทักษะคติเชิงบวกของลูกค้าเมื่อมารับบริการแล้วได้ประสบการณ์ที่ดี ทำให้มีความตั้งใจที่จะใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Ramayah, Ling, Taghizadeh, & Rahman, 2016) นำไปสู่การบอกต่อของลูกค้า ส่งผลทำให้ธุรกิจมีฐานลูกค้าที่มากขึ้น และสามารถรักษาฐานลูกค้าเอาไว้ได้ (Mehrad & Mohammadi, 2017) ผู้วิจัยจึงนำเสนอกรอบแนวคิดนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธนาคารออมสิน สามารถปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งาน เพื่อให้ลูกค้าใช้งานระบบ และก่อให้เกิดความพึงพอใจ นำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินกับข้อมูลเชิงประจักษ์

## การทบทวนวรรณกรรม

### อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานระบบ

การใช้งานระบบ หมายถึง ระดับ และลักษณะที่ผู้ใช้งานใช้ความสามารถของระบบ ความถี่ในการใช้งาน และผลกระทบของการใช้งาน (Petter, DeLone, & McLean, 2008) ขณะที่คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า และการรับรู้ผลการดำเนินงานของระบบหลังจากที่ได้ใช้งานระบบ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) เมื่อลูกค้าได้รับบริการที่ตรงตามความคาดหวัง หรือเกินความคาดหวังก็จะยินดีที่จะใช้บริการ ใช้งานระบบมากขึ้น ทำให้ได้รับประโยชน์จากการใช้งานนั้น ผลการวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า คุณภาพการให้บริการระบบออนไลน์ส่งผลต่อการใช้งานระบบในหมู่นักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในประเทศบังคลาเทศ (Uddin, Ghosh, & Isaac, 2019) ส่วนความปลอดภัยของระบบ หมายถึง การปกป้องข้อมูล รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบ (Whitman & Mattord, 2012) เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ว่าจะระบบ MyMo มีความปลอดภัย ไม่ถูกบุคคลภายนอกแทรกแซงจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดความมั่นใจ และใช้งานได้อย่างต่อเนื่องตามที่ต้องการโดยปราศจากความกังวล ผลจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงความความปลอดภัยในการใช้งานระบบเทคโนโลยี IoT ที่มากขึ้นจะนำไปสู่การใช้งานที่มากขึ้น (Lee, Park, & Suk, 2019) และความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อที่ว่าคุณใช้งานระบบในการทำธุรกรรมสามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งาน (Doll & Torkzadeh, 1988) เมื่อผู้ใช้งานใช้งานระบบแล้วพบว่า ระบบ MyMo ใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อน ผู้ใช้งานก็จะสบายใจ ใช้งานระบบ MyMo เมื่อจำเป็นต้องใช้งานธุรกรรมทางการเงินผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการใช้งานระบบนำร่องรถยนต์ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรต (Alkutbi, Alrajawy, Nusari, Khalifa, & Abuelhassan, 2019) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้า

สมมติฐานที่ 2 ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้า

สมมติฐานที่ 3 ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้า

### อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย ความง่ายในการใช้งาน และการใช้งานระบบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน หมายถึง ทศนคติที่ดีของผู้ใช้งาน หรือความรู้สึกที่ดีที่มีต่อการใช้งานระบบ การทำธุรกรรมผ่านระบบ (DeLone & McLean, 2003) เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ถึงการให้บริการอย่างเป็นกันเอง พนักงานธนาคารออสเตรียมีความสุขภาพ ตอบสนองด้วยความรวดเร็ว มีความเห็นอกเห็นใจเมื่อเกิดปัญหาที่ระบบ MyMo การให้บริการของพนักงานเป็นไปตามความคาดหวังของผู้ใช้งานก็จะส่งผลทำให้ผู้ใช้งานมีทัศนคติ และความรู้สึกที่ดีต่อระบบ MyMo จากผลงานวิจัยในอดีตพบว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Airbnb (Ju, Back, Choi, & Lee, 2019) ขณะเดียวกันเมื่อผู้ใช้งานรับรู้ว่าจะระบบ MyMo มีความปลอดภัย ปราศจากบุคคลภายนอกแทรกแซงจะส่งผลทำให้ผู้ใช้งานมีทัศนคติ และความรู้สึกที่ดีต่อระบบ MyMo ผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความปลอดภัยของระบบสำรวจออนไลน์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (Condori-Fernandez, Muñante, & Lopez, 2019) ขณะที่เมื่อผู้ใช้งานรับรู้ว่าจะระบบ MyMo นั้นใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก มีความสะดวกก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อระบบ MyMo มีทัศนคติที่ดี จากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความง่ายในการใช้งานของระบบนี้ลดหมายอิเล็คทรอนิกส์ของธุรกิจดูแลสุขภาพส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

(Kontogiannatou, Liaskos, Gallos, & Mantas, 2019) นอกจากนี้เมื่อผู้ใช้งานได้ใช้งานระบบ MyMo มากขึ้นเรื่อย ๆ และพบว่า ระบบ MyMo เป็นระบบที่ดี ใช้งานง่าย มีความปลอดภัยก็จะส่งผลทำให้ผู้ใช้งานเกิดทัศนคติที่ดี รวมถึงความรู้สึกดี ๆ ต่อระบบ MyMo ผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตส่งผลทำให้ผู้ใช้งานเกิดความพึงพอใจมากขึ้น (Castellacci & Viñas-Bardolet, 2019) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 5 ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 6 ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สมมติฐานที่ 7 การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

**อิทธิพลของการใช้งานระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง**  
ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การตัดสินใจใช้บริการระบบอย่างต่อเนื่องแทนที่จะใช้งาน

ระบบจากคู่แข่ง (Hellier, Geursen, Carr, & Rickard, 2003) เมื่อผู้ใช้งานได้ใช้งานระบบ MyMo ระบบ MyMo มีความปลอดภัย ใช้งานได้ง่ายจะส่งผลทำให้ผู้ใช้งานอยากใช้งานระบบต่อไป ไม่หยุดใช้บริการ จากการสำรวจวรรณกรรมพบว่า การใช้งานระบบส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้าระบบ SaaS (Martins, Oliveira, Thomas, & Tomás, 2019) ในทำนองเดียวกันเมื่อผู้ใช้งานมีทัศนคติ และความรู้สึกที่ดีต่อระบบ MyMo ก็จะส่งผลจูงใจให้ผู้ใช้งานยังคงใช้งานระบบ MyMo ต่อไปเรื่อย ๆ โดยไม่หยุดใช้บริการ ผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานนำไปสู่ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้าบนออนไลน์ (McCole, Ramsey, Kincaid, Fang, & Li, 2019) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 8 การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า

สมมติฐานที่ 9 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า

**อิทธิพลของการใช้งานระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้งานต่อการบอกต่อของลูกค้า**

การบอกต่อลูกค้า หมายถึง เป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ผู้คนพูดถึงประสบการณ์ดี ๆ ที่ได้รับจากการทำธุรกรรมผ่านระบบ โดยการแนะนำ ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้มาใช้บริการ (Anderson, Fornell, & Lehman, 1994) เมื่อผู้ใช้งานได้ใช้งานระบบ MyMo แล้วพบว่า ระบบ MyMo ใช้งานได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก มีความปลอดภัยสูงจะส่งผลทำให้ผู้ใช้งานประทับใจ อยากให้คนใกล้ชิดได้ใช้ระบบที่ดี ๆ แบบตนเองจึงทำแนะนำคนใกล้ชิดให้มาใช้บริการ MyMo ผลการวิจัยที่ผ่านมาระบุว่า การใช้งานระบบนำไปสู่การบอกต่อของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศด้านนิเคลียร์ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ (Ho, Leong, Looi, & Chuah, 2019) และเมื่อผู้ใช้งานระบบ MyMo มีความรู้สึกดี รวมถึงทัศนคติที่ดีต่อระบบ MyMo แล้วจะส่งผลทำให้ยินดีที่จะแนะนำญาติสนิท มิตรสหาย และคนใกล้ชิดให้มาใช้งานระบบ MyMo จากผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้งานนำไปสู่การบอกต่อของลูกค้าภัตตาคารอาหารอแกนิกส์ (Konuk, 2019) ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 10 การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้า

สมมติฐานที่ 11 ความพึงพอใจของผู้ใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้า

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยนำเสนอองค์ประกอบของการวัดตัวแปร รวมถึงสัญลักษณ์ตัวย่อของตัวแปรแต่ละตัว ดังนี้

คุณภาพการให้บริการ (SVQ) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ คือ พนักงานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน พึ่งพาอาศัยได้ (SVQ1) พนักงานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ให้บริการด้วยความเต็มใจ (SVQ2) พนักงานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน มีความสามารถในการให้บริการได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม (SVQ3) พนักงานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน มีมนุษยสัมพันธ์ดี (SVQ4) และพนักงานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน มีความเข้าใจถึงความต้องการของท่านเป็นอย่างดี (SVQ5)

ความปลอดภัย (SCT) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ คือ ท่านมั่นใจว่า แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินจะไม่ถูกแทรกแซงโดยผู้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง (SCT1) ท่านมั่นใจว่าการทำธุรกรรมผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน จะไม่เกิดข้อผิดพลาด (SCT2) ท่านมั่นใจว่า สามารถใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินโดยไร้ความกังวล และความกลัว (SCT3) ท่านมั่นใจในนโยบายทางด้านความปลอดภัยของระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน (SCT4) และโดยภาพรวมการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินเป็นระบบที่มีความปลอดภัย (SCT5)

ความง่ายในการใช้งาน (EOU) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ คือ ท่านสามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟนได้ง่าย (EOU1) ท่านสามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างสะดวก (EOU2) ท่านสามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟนได้โดยไม่ลำบาก (EOU3) ท่านสามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟนได้อย่างคล่องแคล่ว (EOU4) ท่านสามารถใช้งานระบบและแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ทโฟนได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก (EOU5)

การใช้งานระบบ (SYU) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ คือ ท่านใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินเป็นประจำ (SYU1) ท่านใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินอย่างสม่ำเสมอ (SYU2) ท่านใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ได้อย่างหลากหลายวัตถุประสงค์ (SYU3) ท่านคิดว่าการใช้ระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินมีประโยชน์ (SYU4) และท่านตั้งใจใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ (SYU5)

ความพึงพอใจ (SAT) ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้จากข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ คือ ท่านพึงพอใจต่อการไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน (SAT1) ท่านพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของระบบการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน (SAT2) ท่านพึงพอใจต่อความมีเสถียรภาพของระบบการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน (SAT3) ท่านพึงพอใจต่อความปลอดภัยของระบบการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน (SAT4) และท่านพึง



## วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### ประชากรและขนาดตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสิน ซึ่ง Nunnally (1978) แนะนำว่า การวิเคราะห์โมเดลริสเรลด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood ขนาดตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมด 40 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ควรมีอย่างน้อยเท่ากับ  $10 \times 40 = 400$  คน

การเลือกตัวอย่างใช้วิธีแบบอาศัยความสะดวก ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่สาขาต่าง ๆ โดยแจกแบบสอบถามออกไปทั้งสิ้น 700 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์พร้อมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 428 ชุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 8 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการมีข้อความจำนวน 6 ข้อ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Parasuraman et al. (1988) มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 3 ความปลอดภัย ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Whitman and Mattord (2012) มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 4 ความง่ายในการใช้งาน ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Doll and Torkzadeh (1998) มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 5 การใช้งานระบบของลูกค้า ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Petter et al. (2008) มีข้อความจำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 6 ความพึงพอใจของลูกค้า ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Delone and McLean (2003) มีข้อความจำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 7 ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง มีข้อความจำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 8 การบอกต่อของลูกค้า ปรับใช้มาตรวัดตัวแปรจาก Anderson et al. (1994) มีข้อความจำนวน 4 ข้อ โดยมีมาตรวัดตัวแปรแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จากมากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1)

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ด้วยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อความ และวัตถุประสงค์ (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นอกจากนี้ยังได้ทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง ( $n=49$ ) และข้อมูลที่เก็บจริงของผู้ใช้บริการ ( $n=428$ ) โดยเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด คือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรต้องมีค่ามากกว่า .70 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-Total Correlation) ของแต่ละข้อความต้องมีค่ามากกว่า 0.3 (Everitt & Skrondal, 2010, p. 225) ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงพบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคตั้งแต่ 0.829 ถึง 0.921 จากนั้นผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (Construct Validity) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยทำตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อความผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

โดยเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด คือ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละข้อคำถามต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted) ของแต่ละตัวแปรต้องมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) ของแต่ละตัวแปรต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (Hair et al., 2014) ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์ความเที่ยง และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ (Convergent Validity) ( $n = 428$ )

ตัวแปร	Cronbach's Alpha Coefficient	Average Variance Extracted (AVE)	Construct Reliability (CR)
คุณภาพการให้บริการ (SVQ)	0.981	0.492	0.829
ความปลอดภัยของการใช้งาน (SCT)	0.892	0.689	0.835
ความง่ายในการใช้งาน (EOU)	0.822	0.499	0.830
ความพึงพอใจ (SAT)	0.938	0.794	0.921
การใช้งานระบบ (SYU)	0.859	0.523	0.841
ความต้องการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (CNI)	0.908	0.713	0.869
การบอกต่อ (WOM)	0.853	0.638	0.875

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อการทดสอบสมมติฐานทั้งนี้ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติพหุตัวแปรในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง อันได้แก่ (1) การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) (2) ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) และ (3) ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม (Linearity) (Hair et al., 2014) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลของตัวแปรทั้งหมด เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น

### ผลการศึกษา

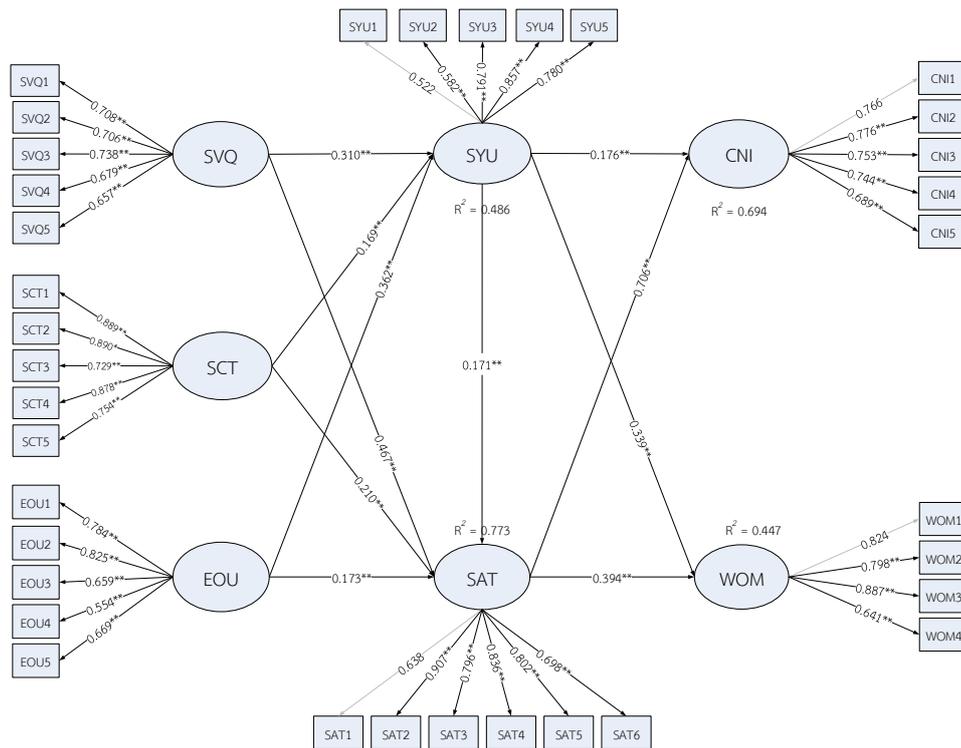
กลุ่มตัวอย่างเป็นลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน จำนวนทั้งสิ้น 428 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.11 มีอายุ 20–30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.29 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.24 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.59 มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.56 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001–30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.34

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ความปลอดภัยอยู่ในระดับสูง ความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับสูง การใช้งานระบบอยู่ในระดับสูง ความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับสูง และการบอกต่ออยู่ในระดับสูง

ผลการวิจัยแสดงว่า โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ความปลอดภัย และความง่ายในการใช้งานต่อการใช้งานระบบ ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการอย่าง ต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้า แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) เท่ากับ 258.748 ที่องศาอิสระ ( $df$ ) เท่ากับ 231 ค่าความน่าจะเป็น ( $p$ -value) เท่ากับ 0.101 ไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 1.120 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน ( $GFI$ ) เท่ากับ 0.967 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ ( $AGFI$ ) เท่ากับ 0.909 และค่าดัชนี ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ( $RMSEA$ ) เท่ากับ 0.017 นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า

1. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.310
2. ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่า สัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.169
3. ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.362
4. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.467
5. ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.210
6. ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.173
7. การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.171
8. การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.176
9. ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.706
10. การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.339
11. ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.394

โดยตัวแปรต้นทั้งหมดสามารถอธิบาย การใช้งาน ความพึงพอใจ ความตั้งใจใช้บริการต่อเนื่อง และการบอกต่อของลูกค้าได้ร้อยละ 48.60, 73.30, 69.40 และ 44.70 ตามลำดับ



$\chi^2=258.748, df=231, \chi^2/df=1.120, p\text{-value}=0.101, RMSEA=0.017, GFI=0.967, AGFI=0.909$

ภาพที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรสาเหตุ	SYU			SAT			CNI			WOM		
	DE	IE	TE									
SVQ	0.310** (0.075)		0.310** (0.075)	0.467** (0.070)	0.053** (0.019)	0.520** (0.072)	0.422** (0.056)	0.422** (0.056)		0.310** (0.047)	0.310** (0.047)	
SCT	0.169** (0.062)	0.169** (0.062)	0.210 (0.057)	0.029 (0.015)	0.239** (0.060)		0.198** (0.047)	0.198** (0.047)		0.151** (0.037)	0.151** (0.037)	
EOU	0.362** (0.059)	0.362** (0.059)	0.173** (0.045)	0.173** (0.045)	0.062** (0.022)	0.235** (0.044)	0.230** (0.056)	0.230** (0.036)		0.215** (0.031)	0.215** (0.031)	
SYU				0.171** (0.058)		0.171** (0.058)	0.176** (0.065)	0.120** (0.043)	0.296** (0.065)	0.339** (0.074)	0.067** (0.026)	0.406** (0.072)
SAT							0.706** (0.082)		0.706** (0.082)	0.394** (0.074)		0.394** (0.074)
ตัวแปรสังเกตได้	SVQ1	SVQ2	SVQ3	SVQ4	SVQ8	SCT1	SCT2	SCT3	SCT4	SCT5	EOU1	EOU2
ความเที่ยง	0.501	0.499	0.545	0.461	0.432	0.791	0.792	0.532	0.771	0.568	0.615	0.68
ตัวแปรสังเกตได้	EOU3	EOU4	EOU5	SYU1	SYU2	SYU3	SYU4	SYU5	SAT1	SAT2	SAT3	SAT4
ความเที่ยง	0.434	0.307	0.448	0.272	0.339	0.625	0.734	0.608	0.407	0.822	0.634	0.699
ตัวแปรสังเกตได้	SAT5	SAT6	CNI1	CNI2	CNI3	CNI4	CNI5	WOM1	WOM2	WOM3	WOM4	
ความเที่ยง	0.643	0.487	0.587	0.602	0.567	0.553	0.474	0.679	0.637	0.787	0.411	
ตัวแปรแฝงภายใน		SYU				SAT			CNI			WOM
R <sup>2</sup>			0.486			0.733			0.694			0.447

$\chi^2=258.748, df=231, \chi^2/df=1.120, p\text{-value}=0.101, RMSEA=0.017, GFI=0.967, AGFI=0.909$

หมายเหตุ: \* หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ .05

\*\* หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ .01

## อภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Petter et al. (2008) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Uddin et al. (2019) กล่าวคือ หากพนักงานธนาคารอมสินสามารถให้คำแนะนำ และฟังพาดาคัยได้ จะส่งผลให้ลูกค้าทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินอย่างสม่ำเสมอ และหากพนักงานธนาคารอมสินรับรู้ และเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี จะส่งผลให้ลูกค้าสามารถเข้าถึง และใช้งานฟังก์ชันแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารอมสินได้หลากหลายมากขึ้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการใช้งานระบบเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Petter et al. (2008) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee et al. (2019) กล่าวคือ หากลูกค้ามั่นใจว่าการทำธุรกรรมผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสิน โดยไม่พบปัญหา จะส่งผลให้ลูกค้าใช้ ทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินเป็นประจำ และโดยภาพรวมการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินเป็นระบบที่มีความปลอดภัย จะส่งผลให้ลูกค้ามีความตั้งใจใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทำให้สามารถ สรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการใช้งานเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อการใช้งานระบบของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Petter et al. (2008) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alkutbi et al. (2019) กล่าวคือ หากลูกค้าสามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ตโฟนได้ง่าย จะส่งผลให้ลูกค้าใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินได้อย่างครบวงจร และหากสามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ตโฟนได้อย่างสะดวก จะส่งผลให้ลูกค้าใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินเป็นประจำ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้าใช้งานระบบที่ง่ายมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการใช้งานระบบเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Delone and McLean (2003) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ju et al. (2019) กล่าวคือ หากพนักงานผู้ดูแลระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสิน ให้บริการด้วยความเต็มใจ จะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสิน และพนักงานผู้ดูแลระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสิน มีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี จะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจต่อการใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสิน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้ความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

ความปลอดภัยมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Delone and McLean (2003) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Condori-Fernandez et al. (2019) กล่าวคือ หากลูกค้ามั่นใจว่าการทำธุรกรรมผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสินจะไม่พบปัญหา จะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจต่อระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารอมสิน และหากลูกค้ามั่นใจในนโยบายทางด้านความ

ปลอดภัยของระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน จะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจต่อความปลอดภัยของระบบ การทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความ ปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้ความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Delone and McLean (2003) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kontogiannatou et al. (2019) กล่าวคือ หากลูกค้า สามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ตโฟนได้โดยไม่ลำบาก จะส่งผลให้ลูกค้าพึงพอใจต่อความง่ายในการใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคาร ออมสิน และหากลูกค้าสามารถใช้งานระบบแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินใน การทำธุรกรรมผ่านสมาร์ต โฟนได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมาก จะส่งผลให้โดยภาพรวมลูกค้าพึงพอใจต่อการใช้งานระบบการทำธุรกรรม ผ่าน แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้ารับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเพิ่ม มากขึ้น จะส่งผลให้ความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Delone and McLean (2003) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Castellacci and Viñas-Bardolet (2019) กล่าวคือ หากลูกค้า ใช้งานระบบการทำธุรกรรม ผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินได้อย่างครบวงจร จะส่งผลให้ ลูกค้าพึงพอใจต่อความสะดวกในการใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน และ หากลูกค้าพบว่าการใช้ระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินมีประโยชน์ จะส่งผลให้ ลูกค้าพึงพอใจโดยภาพรวมต่อการใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ทำให้ สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้าใช้งานระบบเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎี ของ Anderson et al. (1994) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Martins et al. (2019) กล่าวคือ หากลูกค้าใช้ งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินอย่างสม่ำเสมอ จะส่งผลให้ลูกค้าตั้งใจที่ ใช้ บริการแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินอย่างต่อเนื่องต่อไป และหากลูกค้าตั้งใจใช้งานระบบการทำธุรกรรม ผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จะส่งผลให้ลูกค้าต้องการใช้บริการ แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินมากขึ้นในอนาคต ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้าใช้งานระบบเพิ่มมา กขึ้นจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Anderson et al. (1994) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ McCole et al. (2019) กล่าวคือ หากลูกค้าพึงพอใจ ต่อความปลอดภัยของระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน จะส่งผลให้ลูกค้าตั้งใจที่ จะใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินอย่างต่อเนื่องต่อไป และหากลูกค้าพึงพอใจต่อคุณภาพการ ให้บริการของระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน จะส่งผลให้ลูกค้าไม่ยุติการใช้ บริการแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินในปีที่แน่นอน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้าพึงพอใจเพิ่มมา กขึ้นจะส่งผลให้เกิดความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

การใช้งานระบบมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Anderson et al. (1994) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ho et al. (2019) กล่าวคือ เมื่อลูกค้าใช้ระบบการทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินเห็นว่ามีประโยชน์ จะส่งผลให้ลูกค้าแนะนำครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้มาใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน และหากลูกค้าทำธุรกรรมผ่าน แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จะส่งผลให้ลูกค้าอยากแบ่งปันประสบการณ์บอก ต่อให้ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้มาเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคาร ออมสิน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้าใช้งานระบบเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้เกิดการบอกต่อเพิ่มมากขึ้นตาม ไปด้วย

ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้า เป็นไปตามทฤษฎีของ Anderson et al. (1994) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Konuk (2019) กล่าวคือ หากลูกค้าพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของ ระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน จะส่งผลให้ลูกค้าพูดถึงประสบการณ์ที่ดีที่ได้รับ จากบริการแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินให้กับครอบครัว มิตรสหาย เพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ พึ่ง และโดยภาพรวมหากลูกค้าพึงพอใจต่อการใช้งานระบบการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคาร ออมสินจะส่งผลให้ลูกค้าบอกต่อให้ครอบครัว มิตรสหาย เพื่อน ร่วมงาน หรือบุคคลอื่น ๆ ให้มาเลือกใช้บริการ แอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสิน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากลูกค้าพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นก็จะส่งผลให้เกิด การบอกต่อเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

### ข้อเสนอแนะ

#### เพื่อการนำไปใช้

1. ธนาคารออมสินควรมุ่งเน้นด้านคุณภาพการให้บริการ โดยให้บริการรวดเร็ว ว่องไว ในระยะเวลาที่ เหมาะสม ฝึกอบรมให้พนักงานเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพ อ่อนน้อม มีความน่าเชื่อถือ ให้บริการด้วยความ เต็มใจ พึงพาอาศัยได้ เข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ยินดีรับฟังในสิ่งที่ลูกค้าร้องขอ นอกจากนี้ควรรับ ฟังความคิดเห็น จากลูกค้าเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการในครั้งถัดไป
2. ธนาคารออมสินควรมุ่งเน้นด้านความง่ายในการใช้งานของแอปพลิเคชัน MyMo ควรเน้นการ ออกแบบแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย สามารถใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนได้โดยไม่ลำบาก และไม่ต้องใช้ความ พยายามมาก
3. ธนาคารออมสินมุ่งเน้นด้านความปลอดภัย ควรทดสอบการรักษาความปลอดภัยของระบบอยู่เสมอ เพื่อให้ลูกค้าไร้ความกังวล และมั่นใจว่าแอปพลิเคชัน MyMo ธนาคารออมสินจะไม่ถูกแทรกแซงโดยผู้ไม่มีส่วน เกี่ยวข้อง

### เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยซ้ำโดยใช้กรอบแนวความคิดนี้กับกลุ่มประชากรที่ใกล้เคียงกับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน MyMo ของธนาคารออมสิน เช่น สถาบันการเงินอื่น ๆ ได้แก่ Krungthai NEXT, K PLUS, SCB EASY เป็นต้น เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัย
2. ควรศึกษาตัวแปรต้นอื่น ๆ เช่น ความมีเสถียรภาพของระบบ หรือเวลาในการตอบสนองเพื่อขยายขอบเขตของการวิจัย

## References

- Alkutbi, S., Alrajawy, I., Nusari, M., Khalifa, G. S., & Abuelhassan, A. E. (2019). Impact of ease of use and usefulness on the driver intention to continue using car navigation systems in the United Arab Emirates. *International Journal of Management and Human Science*, 3(1), 1-9.
- Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehman, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53-67.
- Ariffin, S., Yusof, J. M., Putit, L., & Shah, M. I. A. (2016). Factors Influencing Perceived Quality and Repurchase Intention Towards Green Products. *Procedia Economics and Finance*, 37, 391-396.
- Castellacci, F., & Viñas-Bardolet, C. (2019). Internet use and job satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 90, 141-152.
- Chunhachinda, P. (2017). FinTech: Towards Thailand 4.0. *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning*, 7(1), 1-23.
- Condori-Fernandez, N., Muñante, D., & Lopez, F. S. (2019). *Exploring users perception on security and satisfaction requirements of context-aware applications: An online survey*. Paper presented at the 2019 Joint of International Conference on Requirements Engineering: Foundation for Software Quality Workshops, Doctoral Symposium, Live Studies Track, and Poster Track, REFSQ-JP 2019.
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Information System*, 19(4), 9-30.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The measurement of end-user computing satisfaction. *MIS Quarterly*, 12(2), 259-273.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1998). Developing a multidimensional measure of system-use in an organizational context. *Information & Management Science*, 33(4), 171-185.
- Everitt, B. S., & Skrondal, A. (2010). *The Cambridge dictionary of statistics* (4th ed.). New York: Cambridge University Press.
- Government Saving Bank. (2018). Online services. Retrieved 30 July, 2019, from <https://www.gsb.or.th/Mymo.aspx>
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7 ed.). Harlow, Essex: Pearson.

- Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer repurchase intention: A general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Ho, S. S., Leong, A. D., Looi, J., & Chuah, A. S. F. (2019). Online, offline, or word-of-mouth? Complementary media usage patterns and credibility perceptions of nuclear energy information in Southeast Asia. *Energy Research & Social Science*, 48, 46-56.
- Ju, Y., Back, K.-J., Choi, Y., & Lee, J.-S. (2019). Exploring Airbnb service quality attributes and their asymmetric effects on customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 342-352.
- Kontogiannatou, A., Liaskos, J., Gallos, P., & Mantas, J. (2019). Usefulness, ease of use, ease of learning and users' satisfaction of e-prescription and e-appointment systems for primary health care. *Studies in health technology and informatics*, 262, 210-213.
- Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 103-110.
- Lee, S., Park, N. E., & Suk, J. (2019). *The effects of consumers' information security behavior and information privacy concerns on usage of IoT technology*. Paper presented at the Proceedings of the XX International Conference on Human Computer Interaction.
- Martins, R., Oliveira, T., Thomas, M., & Tomás, S. (2019). Firms' continuance intention on SaaS use—an empirical study. *Information Technology & People*, 32(1), 189-216.
- McCole, P., Ramsey, E., Kincaid, A., Fang, Y., & Li, H. (2019). The role of structural assurance on previous satisfaction, trust and continuance intention: The case of online betting. *Information Technology & People*.
- Mehrad, D., & Mohammadi, S. (2017). Word of Mouth impact on the adoption of mobile banking in Iran. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1351-1363.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Petter, S., DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2008). Measuring information systems success: Models, dimensions, measures and interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17, 236-263.

- Ramayah, T., Ling, N. S., Taghizadeh, S. K., & Rahman, S. A. (2016). Factors influencing SMEs website continuance intention in Malaysia. *Telematics and Informatics*, 33(1), 150-164.
- Uddin, M. M., Ghosh, A., & Isaac, O. (2019). Impact of the system, information, and service quality of online learning on user satisfaction among public universities students in Bangladesh. *International Journal of Management and Human Science*, 3(2), 1-10.
- Whitman, M. E., & Mattord, H. J. (2012). *Principles of information security* (4 ed.). Boston, MA: Cengage Learning.