



อิทธิพลด้านคุณลักษณะนวัตกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันกรุงไทย
เน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภคนาย 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

INFLUENCES OF INNOVATION CHARACTERISTICS TOWARD INNOVATION
ADOPTION PROCESS OF KRUNGTHAI NEXT MOBILE APPLICATIONS AMONG USERS
IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA

พลการ ถิ่นจันทร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

อิทธิพลด้านคุณลักษณะนวัตกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันคนไทย
เน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภคอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

INFLUENCES OF INNOVATION CHARACTERISTICS TOWARD INNOVATION
ADOPTION PROCESS OF KRUNGTHAI NEXT MOBILE APPLICATIONS AMONG USERS
IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(Business Administration(Management))
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University
2020
Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

อิทธิพลด้านคุณลักษณะวัตรกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับวัตรกรรมแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของ
ธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภคอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ของ

พลการ ถิ่นจันทร์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.ธณภูมิ อติเวทิน)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ชื่อเรื่อง	อิทธิพลด้านคุณลักษณะนวัตกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชันกรุงไทย เน็กซ์ ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภควัย 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	พลการ ถิ่นจันทร์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน

การวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายศึกษาเรื่อง อิทธิพลด้านคุณลักษณะนวัตกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภควัย 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยและอาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและสถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 – 45,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกันและคุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมในรายด้านประกอบด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขณะที่คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมในภาพรวมสามารถทำนายกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยร้อยละ 81.6

Title	INFLUENCES OF INNOVATION CHARACTERISTICS TOWARD INNOVATION ADOPTION PROCESS OF KRUNGTHAI NEXT MOBILE APPLICATIONS AMONG USERS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA
Author	PHONLAKARN THINCHAN
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2020
Thesis Advisor	Dr. Tanapoom Ativetin

The purposes of this research are to study the influences of innovation characteristics toward the innovation adoption process of Krungthai Next mobile applications among users aged 40-60 in the Bangkok metropolitan area. The sample used in this research consisted of 400 people who used Krungthai Next mobile application and lived in the Bangkok metropolitan area. The questionnaires were used as an instrument to collect the data. The statistics used in the analysis consisted of frequency, percentage, mean, and standard deviation. The hypotheses were tested by an independent sample t-test, One-Way ANOVA and Multiple Regression Analysis at a statistically significant level of 0.05. The results of the research revealed that most of the respondents were female, had a marital status of single, held a Bachelor's degree, worked as government officers or government enterprise employees and earned an average monthly income of 30,000 to 45,000 Baht. The results of the hypotheses testing revealed the following: (1) applications for users with different personal factors, including gender, status, educational level, occupations and average monthly income made no difference in the innovation of the adoption process; (2) the overall characteristics of innovation consisted of relative advantage, compatibility, complexity, trialability and observability and positively influenced innovation adoption process of the Krungthai Next mobile application. Furthermore, overall innovation characteristics could predict the innovation adoption process of Krungthai Next mobile application among users aged 40-60 in the Bangkok metropolitan area at 81.6% percent.

Keyword : Innovation characteristics, Innovation adoption process, Krungthai Next Mobile applications, Bangkok metropolitan area

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงอย่างสมบูรณ์ เนื่องจาก ความเมตตากรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากอาจารย์ ดร. ธนภูมิ อติเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูง ที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าให้ความอนุเคราะห์ดูแลแก้ไขข้อบกพร่อง ให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำ นับตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เป็นสารนิพนธ์ฉบับนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และ อาจารย์ ดร. รสिता สังข์บุญนาถ กรรมการในการสอบ ที่ให้ความเมตตาและคำแนะนำต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในคณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ อบรมสั่งสอน และให้ความเมตตาเสมอมา รวมถึงเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาของการศึกษาของผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามสำหรับการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัยที่เป็นกำลังใจตลอดระยะเวลาของการศึกษา ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ สาขาการจัดการ รุ่นที่ 19 ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ และคำแนะนำเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่ม MBA BUBBLE สำหรับมิตรภาพ ความมีน้ำใจ ความเมตตากรุณา ความช่วยเหลือและคอยแนะนำในเรื่องต่างๆตลอดระยะเวลาของการศึกษาและคอยให้กำลังใจเสมอมา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับหัวข้อสารนิพนธ์ หากผลงานวิจัยมีสิ่งดีงามเป็นประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยขออุทิศสิ่งดีงามเหล่านี้แก่ผู้มีพระคุณทุกท่านและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

พลการ ถิ่นจันทร์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตงานวิจัย	3
วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์	7
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม	8
3. แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน	11
4. ข้อมูลพื้นฐานของแอปพลิเคชัน Krungthai Next	13
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	18
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	18

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	19
การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล	22
สถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	28
สัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	28
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	29
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และขอเสนอแนะ	79
สรุปผลการค้นคว้า	81
อภิปรายผล	84
ขอเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	86
ขอเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป	87
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก.....	90
ประวัติผู้เขียน.....	97

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงจำนวน(คน)และร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลจำนวน 400 คน.....	29
ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next.....	32
ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next.....	36
ตาราง 4 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลที่จัดกลุ่มใหม่	40
ตาราง 5 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	41
ตาราง 6 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามเพศ	42
ตาราง 7 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	44
ตาราง 8 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพ	45
ตาราง 9 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	47
ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test	48
ตาราง 11 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test.....	50
ตาราง 12 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test	51
ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test	54
ตาราง 14 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe	55

ตาราง 15 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยสถิติ F-test	56
ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่า สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน.....	58
ตาราง 17 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอป พลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย	58
ตาราง 18 แสดงผลค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย	59
ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่า สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน.....	61
ตาราง 20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้	61
ตาราง 21 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้	62
ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่า สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน.....	63
ตาราง 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอป พลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นมีความสนใจ	64
ตาราง 24 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขั้นมีความสนใจ.....	65
ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่า สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน.....	66
ตาราง 26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอป พลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขั้นประเมินผล	67
ตาราง 27 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขั้นประเมินผล	68

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน.....	69
ตาราง 29 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้	70
ตาราง 30 คำนำนัยสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้	71
ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน.....	72
ตาราง 32 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ.....	73
ตาราง 33 คำนำนัยสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ.....	74
ตาราง 34 สรุปผลทดสอบสมมติฐาน.....	76

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด	6
------------------------------	---



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีได้เข้ามาส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมากส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดำรงชีวิตของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งอินเทอร์เน็ตที่ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญ ส่งผลทำให้มนุษย์สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วสามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างไร้ขอบเขตนอกจากนั้น อินเทอร์เน็ตยังเข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้เท่าทันเพื่อที่จะไม่ให้เกิดการเสียเปรียบทางการแข่งขัน

ธุรกิจธนาคารก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ต้องปรับตัวตามพฤติกรรมผู้บริโภค ในปัจจุบันสามารถโฟนและแท็บเล็ตเป็นอุปกรณ์ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคส่งผลให้ธุรกิจธนาคารต้องเริ่มปรับรูปแบบการให้บริการด้านธุรกรรมต่างๆ จากเดิมที่ต้องไปที่สาขาเป็นบริการผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Mobile Banking ซึ่งผู้บริโภคสามารถที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต เป็นต้น ซึ่งเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้แก่การทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ได้รับความนิยมอย่างสูง สัดส่วนของผู้ใช้บริการ Mobile Banking ในประเทศไทยที่ทำการสำรวจของ กสทช พบว่าสูงถึง 74% ต่อประชากรผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต (ข้อมูล ณ มกราคม 2562) สำหรับแอปพลิเคชัน Mobile Banking ที่มียอดดาวน์โหลดแอปพลิเคชันไปใช้งานมากที่สุดได้แก่ แอปพลิเคชัน K-Plus. มียอดดาวน์โหลดอยู่ที่ 10 ล้านราย (ข้อมูล ณ กุมภาพันธ์ 2562) อันดับที่ 2 ได้แก่แอปพลิเคชัน SCB Easy มียอดดาวน์โหลดอยู่ที่ 8.5 ล้านราย (ข้อมูล ณ กุมภาพันธ์ 2562) อันดับที่ 3 ได้แก่แอปพลิเคชัน Krungthai Next มียอดดาวน์โหลดอยู่ที่ 4 ล้านราย (ข้อมูล ณ กุมภาพันธ์ 2562)

ในส่วนของบมจ.กรุงไทยซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ของประเทศได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในเดือนตุลาคม 2561 เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแอปพลิเคชัน รองรับการใช้บริการของผู้บริโภคซึ่งมีอยู่อย่างแน่นหนาและส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานราชการ โดยแอปพลิเคชัน Krungthai Next เป็นแอปพลิเคชันที่ 2 ของธนาคารกรุงไทยที่มาเป็นทางเลือกให้กับลูกค้าธนาคารให้สามารถทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน Mobile Banking ทั้ง 2 แอปพลิเคชัน ทั้งแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิม และแอปพลิเคชัน Krungthai Next สาเหตุที่ธนาคารกรุงไทยเลือกพัฒนาแอปพลิเคชัน Mobile Banking ขึ้นมา 2 แอปพลิเคชันแทนที่

การเปลี่ยนชื่อ เพราะแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิมพัฒนามาตั้งแต่ปี 2553 ซึ่งการออกแบบแอปพลิเคชันนั้นมีข้อจำกัดไม่สามารถเพิ่มเติมความสามารถใหม่ๆได้ และแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิม ผู้ใช้บางกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ ทำให้เกิดการเคยชินกับหน้าตาการใช้งานแบบเดิมของแอปพลิเคชัน KTB Netbank และอาจเกิดปัญหาและสับสนในการใช้งานเมื่อเปลี่ยนมาเป็นหน้าตาการใช้งานใหม่ของแอปพลิเคชัน Krungthai Next (Nuttachit, 2561)

จากข้อมูลข้างต้นส่งผลให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลด้านคุณลักษณะนวัตกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับนวัตกรรมใหม่ได้ค่อนข้างดีกว่ากลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานตอนต้น (Wan, Nakayama, & Sutcliffe, 2010) เพื่อเป็นประโยชน์ในการเพิ่มนวัตกรรมต่างๆในแอปพลิเคชันให้สอดคล้องกับความต้องการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของผู้บริโภค และนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาแอปพลิเคชันในด้านต่างๆให้สามารถรับมือกับการแข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบันและอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะการยอมรับนวัตกรรมในด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสลับซับซ้อน ด้านสามารถทดลองได้ และด้านสังเกตได้ต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยสามารถที่จะนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์วางแผน และพัฒนาแอปพลิเคชัน Krungthai Next ได้

2. ผู้ที่สนใจในเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถนำผลงานการวิจัยไปเป็นแนวทางในการศึกษาและการวิจัยในด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องในครั้งต่อไปได้

ขอบเขตงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai Next บนสมาร์ตโฟน ที่มีอายุ 40-60 ปี และอาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai Next ที่มีอายุ 40-60 ปี และอาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนของประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนและกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นของประชากรไว้ที่ 95% มีสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นเท่ากับ 0.05 หรือ 5% จำนวนทั้งหมด $385+15=400$ คน

วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 วิธีเลือกตัวอย่างด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากสถานที่ชุมชนที่มีผู้คนหนาแน่นในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ สวนลุมพินี เขาวราชอนุเสาวรีย์ชัยสมรภูมิ วงเวียนใหญ่ และ สวนจตุจักร

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจสถานที่ละ 80 ตัวอย่าง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 สถานภาพ

1.2.1 โสด

1.2.2 สมรส

1.3 ระดับชั้นการศึกษา

1.3.1 ต่ำกว่าระดับชั้นปริญญาตรี

1.3.2 ระดับชั้นปริญญาตรี

1.3.3 สูงกว่าระดับชั้นปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

1.4.1 พนักงานบริษัทเอกชน

1.4.2 พนักงานข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.4.3 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ

1.4.5 ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง

1.4.6 ไม่ได้ประกอบอาชีพ

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.5.2 15,001 - 30,000 บาท

1.5.3 30,001 - 45,000 บาท

1.5.4 45,001 - 60,000 บาท

1.5.5 สูงกว่า 60,001 บาท

1.6 คุณลักษณะของนวัตกรรม

1.6.1 ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ

1.6.2 ด้านความเขากันได้

1.6.3 ด้านความสลับซับซ้อน

1.6.4 ด้านสามารถทดลองใช้ได้

1.6.5 ด้านสามารถสังเกตได้

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

2.1 กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม หมายถึง การที่ผู้บริโภครู้จัก ทำความเข้าใจนวัตกรรม จนนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรม มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การรับรู้ (Awareness) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด แต่ยังไม่มีความรู้รายละเอียดมากพอให้ตัดสินใจ คือ การที่ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารจากกรุงเทพฯ ได้จากแอปพลิเคชันใหม่ ชื่อว่า Krungthai Next จากสื่อต่างๆ

2. มีความสนใจ(Interest) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคเริ่มมีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ จนต้องพยายามหาข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมตามที่ตนเองสนใจ คือ การที่ผู้บริโภคเริ่มสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข่าวต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน Krungthai Next ว่ามีรูปแบบลักษณะอย่างไร ใช้ประโยชน์อย่างไร และพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ที่เคยใช้มาก่อน

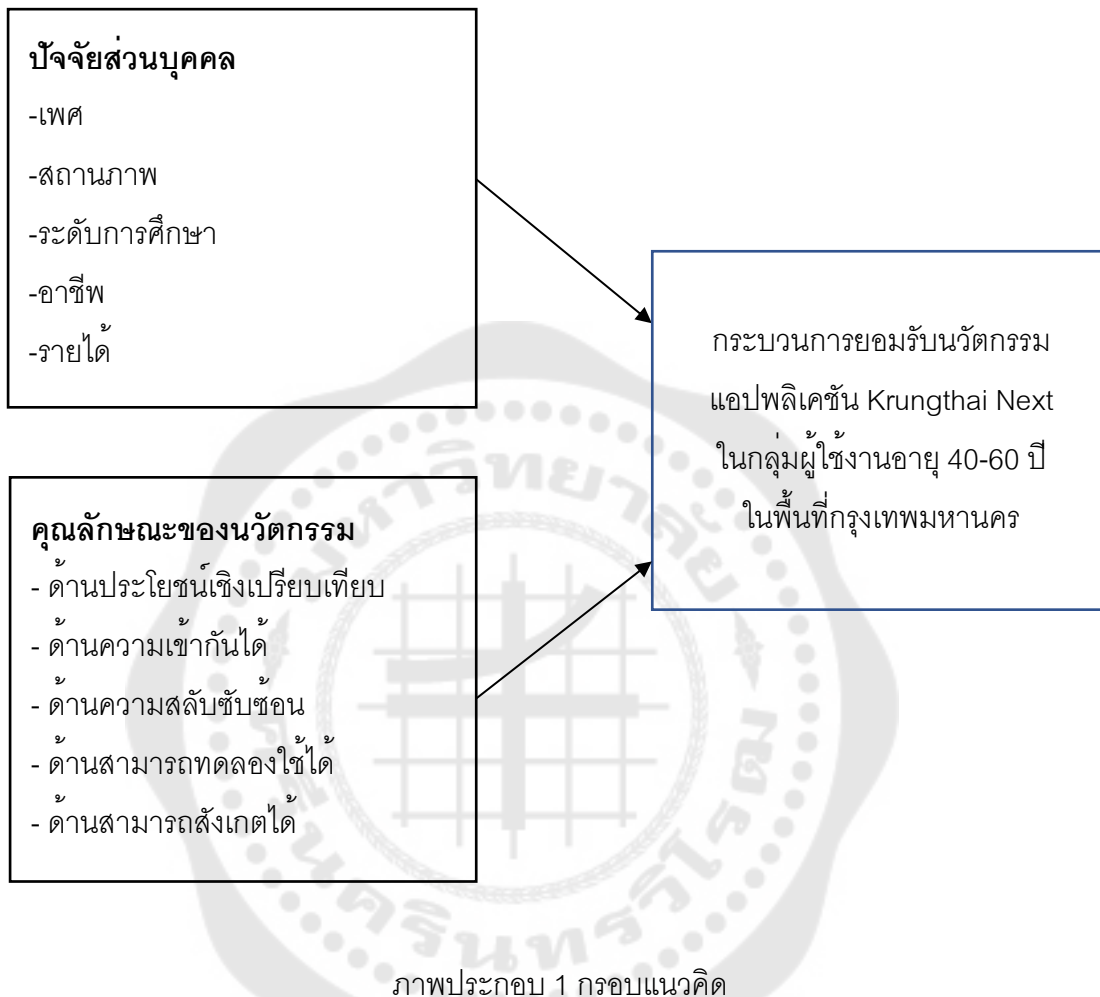
3. ประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทำการศึกษา เปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจว่าจะทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่เหล่านั้นหรือไม่ คือ เมื่อผู้บริโภคเริ่มเปรียบเทียบว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next นั้นมีความสามารถที่แตกต่างจากแอปพลิเคชันธนาคารอื่นๆอย่างไร เลือกใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next เพราะสะดวก เลือกใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next เพราะ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน

4. การทดลองใช้ (Trial) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคได้ตัดสินใจที่จะทดลองใช้ เป็นจุดเริ่มต้นในการหาซื้อ จะซื้อในปริมาณไม่มากก่อน คือ การทดลองดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Krungthai Next มาลองใช้งาน

5. ยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นตอนที่หากผู้บริโภคได้รับผลการทดลองเป็นที่น่าพึงพอใจ ก็จะมีการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปจนกลายเป็นซื้อประจำคือการที่ผู้บริโภคแนะนำให้ผู้อื่นใกล้ชิดใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

แอปพลิเคชัน Krungthai Next หมายถึง แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยที่ทำงานบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาของลูกค้า ทำหน้าที่ให้บริการธุรกรรมการเงินที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ ลูกค้าสามารถที่จะทำธุรกรรมการเงินด้วยตัวเองผ่านเครือข่าย Internet ได้ทุกที่ ทุกเวลา ใช้งานง่าย ทั้งดูบัญชี โอนเงิน ชำระเงิน สำหรับผู้มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (Saving), บัญชีเงินฝากกระแสรายวัน (Current), Net Savings, Net Extra, และ Net Fixed กับธนาคารกรุงไทยเสมือนได้ทำธุรกรรมการเงินที่ธนาคารด้วยตนเองตลอด 24 ชม.

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมุติฐานงานวิจัย

1.3.1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบไปด้วย เพศ สถานภาพ ระดับชั้น การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน

1.3.2 คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้นำเสนอตามหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับนวัตกรรม
 - 2.1 ความหมายของนวัตกรรม
 - 2.2 คุณลักษณะการยอมรับนวัตกรรม
 - 2.3 ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม
 - 2.4 การแบ่งกลุ่มผู้ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่
3. แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน
 - 3.1 ความหมายของโมบายแอปพลิเคชัน
 - 3.2 แนวโน้มการใช้งานโมบายแอปพลิเคชัน
4. ข้อมูลพื้นฐานแอปพลิเคชัน Krungthai Next
 - 4.1 คุณสมบัติเด่นแอปพลิเคชัน Krungthai Next
 - 4.2 ขั้นตอนการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Krungthai Next (สำหรับลูกค้าที่ยังไม่เคยติดตั้ง)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, น. 57-58) ได้อธิบายว่าปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับชั้นการศึกษา อาชีพ และรายได้ สามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลในการกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมาย และสะดวกในการวัดผลมากกว่าตัวแปรอื่นๆ โดยปัจจัยทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศนั้นอาจส่งผลให้มีทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างกัน เช่น ผู้หญิงมักจะมีความอ่อนโยนกว่าผู้ชาย ส่วนผู้ชายส่วนใหญ่จะมีความเป็นผู้ร่ำสูงกว่าผู้หญิง นักการตลาดจึงนำลักษณะความแตกต่างของเพศมาประยุกต์ใช้กับสินค้าบางประเภท ในอดีตผลิตภัณฑ์ประเภท ครีมบำรุงผิว น้ำหอม ยาระงับกลิ่นกาย จะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิง แต่

ในปัจจุบันพบว่า สินค้าเหล่านี้มีการเจริญเติบโตมากในส่วนของผู้ชาย ทำให้กลายเป็นสินค้าที่สามารถใช้ได้ทั้ง 2 เพศ (Unisex)

2. อายุ ผลลัพธ์แต่ละประเภทจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน อีกทั้งความชอบและรสนิยมของบุคคลอาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามวัย แต่ตัวแปรอายุอาจจะเป็นตัวแปรลงได้ เช่น ผลลัพธ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนวัยหนุ่มสาว อาจจะมีผู้สูงอายุมาซื้อแทน เนื่องจากจิตวิทยาภายในของมนุษย์ที่ยังคงคิดว่าตัวเองยังเป็นหนุ่มสาวอยู่เสมอ

3. สถานภาพครอบครัว เป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาตั้งแต่อดีต ฝ่ายการตลาดส่วนใหญ่จะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่จะใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง และสนใจโครงสร้างด้านสื่อต่างๆ ที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครอบครัวเพื่อมาพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

4. ระดับชั้นการศึกษา รายได้ และอาชีพ (Education level Income and Occupation) เป็นตัวแปรที่มักจะมีความสัมพันธ์กันอย่างยิ่ง ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมีอาชีพการงานที่ดี มั่นคงและมีรายได้สูง ทำให้แนวโน้มที่จะบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าและมีราคาสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาต่ำ โอกาสที่จะมีอาชีพการงานในระดับสูงย่อมเป็นได้น้อย ทำให้มีรายได้ต่ำ ฝ่ายการตลาดส่วนมากจึงมักโยนเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรตัวอื่นๆ เพื่อกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และจะได้จัดเตรียมสินค้าให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.1 ความหมายของนวัตกรรม

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) นวัตกรรม (Innovation) มาจากรากศัพท์ในภาษาละตินคำว่า innovare ซึ่งแปลว่า “ทำสิ่งใหม่” และระบุความหมายของนวัตกรรมว่า เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

Katz (2011, ฌูเลีย สันตะการผล, 2554, น. 20) อธิบายว่า นวัตกรรม หมายถึง การรวบรวม การผสมผสาน หรือการสร้างสรรค์ความรู้ที่ไม่เคยมีมาก่อนที่มีความเกี่ยวข้อง และเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือบริการใหม่

Rogers (1995, p. 11) อธิบายว่า นวัตกรรมคือการกระทำที่ถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ด้วยบุคคลแต่ละคน ซึ่งการพิจารณาว่าสิ่งใดเป็นนวัตกรรมนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ของแต่ละบุคคลและระยะเวลาด้วย ซึ่งสิ่งใหม่ ๆ ตามความหมายของนวัตกรรมของโรเจอร์นี้อาจหมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เคยเป็นความคิดหรือวิธีการปฏิบัติที่เคยทำกันมาก่อนแต่ได้หยุดปฏิบัติกันไประยะเวลาหนึ่ง

ต่อมาได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่เนื่องจากเห็นว่าสามารถช่วยแก้ปัญหาในสภาพการณ์ใหม่นั้นได้ ก็ถือว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งใหม่ได้

บุญเกิด ครอบหาเวช (2545, น. 37) กล่าวว่า นวัตกรรมคือ ความพยายามใดๆที่จะนำสิ่งใหม่เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการเดิมที่ทำอยู่จนได้ผลสำเร็จและแผ่กระจายออกไปจนกลายเป็นการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมดาสามัญ

กิตานันท์ มลิทอง (2540, น. 245) กล่าวว่า นวัตกรรมคือเรื่องของการปฏิบัติแนวความคิด หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยมีใครใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาของเดิมที่มีอยู่แล้วให้มีความทันสมัยและได้ผลดีมากขึ้น และเมื่อมีการนวัตกรรมนั้นมาใช้จะช่วยให้มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ได้ผลลัพธ์ที่ดี มีประสิทธิผลสูงกว่าเดิมและยังเป็นการช่วยประหยัดเวลาและประหยัดแรงงานอีกด้วย

ดังนั้นสรุปได้ว่า คำว่า นวัตกรรม อาจหมายถึงสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อน หรือสิ่งใหม่ที่เคยทำมาแล้วแต่ได้มีการรื้อฟื้นขึ้นหรือพัฒนาให้ดีกว่าเดิมเพื่อเป็นการสร้างสรรค์เพิ่มคุณค่า และทำประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

2.2 คุณลักษณะการยอมรับนวัตกรรม

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการแพร่กระจายของนวัตกรรม Roger (1995) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1. คุณลักษณะในประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การที่องค์กรหรือบุคคลรับรู้ว่าการนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ดีกว่าหรือมีประโยชน์กว่าสิ่งเดิมหรือสามารถใช้แทนสิ่งเดิมได้ เช่น ด้านความคุ้มค่า ด้านประสิทธิภาพการทำงานหรือด้านความสะดวกในการใช้งาน ยิ่งองค์กรหรือบุคคลเห็นประโยชน์จากนวัตกรรมมากเท่าไร จะทำให้อัตราการยอมรับนวัตกรรมนั้นเพิ่มขึ้นเท่านั้น

2. คุณลักษณะความเข้ากันได้ (Compatibility) คือ การที่บุคคลมองว่าการนวัตกรรมนั้นสอดคล้องกับค่านิยม แนวคิด เทคโนโลยี และประสบการณ์ในอดีตของผู้รับนวัตกรรม หากนวัตกรรมใดสอดคล้องกับ แนวคิด ค่านิยม และสิ่งต่างๆได้ดี ก็มีแนวโน้มที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วขึ้น

3. คุณลักษณะความซับซ้อน (Complexity) คือ การที่นวัตกรรมถูกมองว่ายากต่อการนำไปใช้หรือยากต่อการทำความเข้าใจ ยิ่งมีความซับซ้อนมากเท่าไรก็จะมีแนวโน้มที่การยอมรับนวัตกรรมจะเป็นไปได้ช้ามากเท่านั้น

4. คุณลักษณะความสามารถในการนำไปทดลองใช้ (Trialability) คือ การที่บุคคลสามารถนำนวัตกรรมไปทดลองใช้เพื่อให้เห็นผลที่แท้จริงได้ ซึ่งนวัตกรรมที่สามารถนำไปทดลองได้จะถูกยอมรับได้รวดเร็วกว่า และมีอัตราการยอมรับที่สูงกว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถทดลองได้อีกด้วย

5. คุณลักษณะการสังเกตได้ (Observability) คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมนั้นรู้สึกว่าการนวัตกรรมสามารถมองเห็นกระบวนการในการปฏิบัติและเห็นผลลัพธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ถ้าผลลัพธ์ทางนวัตกรรมสามารถเห็นได้ชัดเจนมากเท่าไรจะส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้นมากขึ้น

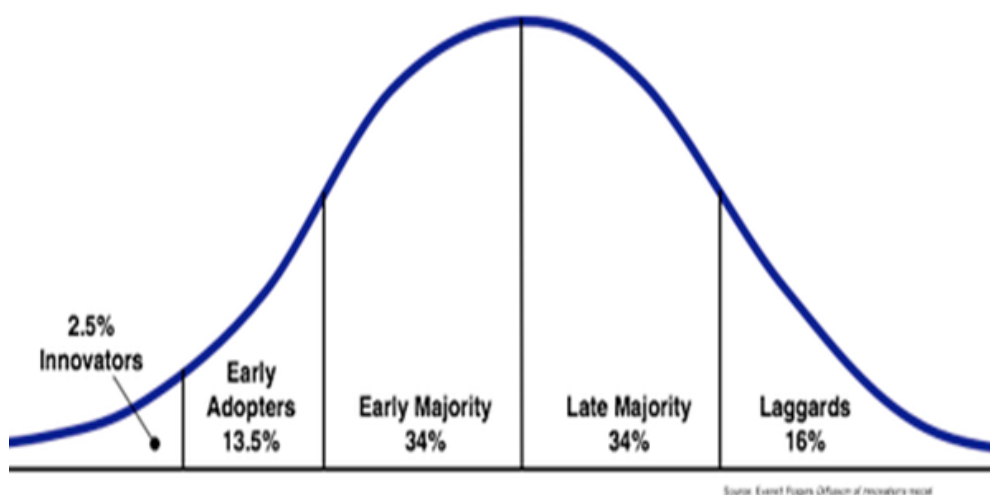
2.3 ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม

การยอมรับนวัตกรรมของแต่ละบุคคล จะประกอบไปด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้ (สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2538)

1. การรับรู้ (Awareness) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด แต่ยังไม่มีความรู้รายละเอียดมากพอให้ตัดสินใจ
2. มีความสนใจ (Interest) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคเริ่มมีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ จนต้องพยายามหาข้อมูลเพิ่มเติมตามที่ตนเองสนใจ
3. ประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคทำการศึกษา เปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจว่าจะทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่เหล่านั้นหรือไม่
4. การทดลองใช้ (Trial) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคได้ตัดสินใจที่จะทดลองใช้ เป็นจุดเริ่มต้นในการหาซื้อ จะซื้อในปริมาณไม่มากนัก
5. ยอมรับ (Adoption) เป็นขั้นตอนที่หากผู้บริโภคได้รับผลการทดลองเป็นที่น่าพึงพอใจ ก็จะทำการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป จนกลายเป็นซื้อประจำ

2.4 การแบ่งกลุ่มผู้ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

ในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ชนิดใดชนิดหนึ่ง ผู้บริโภคจะมีปฏิกริยาตอบสนองเร็วช้าแตกต่างกัน ตามลักษณะ Product Life Cycle (สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2538) สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มได้ดังนี้



1. กลุ่มผู้นำสมัย (innovators) มีอยู่ประมาณ 2.5% ข้างจำนวนผู้บริโภคที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ไปใช้ เป็นผู้ที่มีลักษณะนิสัยชอบเสี่ยงชอบทดลองของใหม่ ชอบอยู่ในเมืองมากกว่าชนบท เป็นผู้นำสังคม มักมีอิทธิพลเหนือการตัดสินใจของผู้อื่น

2. กลุ่มนำสมัย (Early Adopters) มีอยู่ประมาณ 13.5% มีลักษณะเป็นผู้มีหน้ามีตาในสังคม เป็นที่เคารพนับถือ มักเป็นผู้นำกลุ่มทางความคิด พร้อมที่จะยอมรับสิ่งใหม่หลังจากที่ได้พิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว

3. กลุ่มทันสมัย (Early Majority) มีอยู่ประมาณ 34% มีลักษณะเป็นบุคคลที่มีความละเอียดรอบคอบในการตัดสินใจสูง พร้อมที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนคนอื่นทั่วไป แต่ไม่สมัครใจเป็นผู้นำ เพราะรู้สึกเสี่ยงเกินไป

4. กลุ่มตามสมัย (Late Majority) มีอยู่ประมาณ 34% มีลักษณะเป็นบุคคลที่ช่างสงสัยจะรอดูผลจากการนำไปใช้ของกลุ่มอื่นก่อน ต้องการการพิสูจน์ว่าดีจริงจึงจะตาม

5. กลุ่มล่าสมัย (Laggards) มีอยู่ประมาณ 16% มีเป็นลักษณะเป็นบุคคลที่มีความอนุรักษ์นิยม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงจะยอมรับนวัตกรรมก็ต่อเมื่อนั้นมีการยอมรับจนกลายเป็นสิ่งปกติใช้ในชีวิตประจำวันไปแล้ว

3. แนวคิดเกี่ยวกับโมบายแอปพลิเคชัน

3.1 ความหมายของโมบายแอปพลิเคชัน

สุชาติ พลาชัยภิรมย์ศิลป์ (2554) อธิบายไว้ว่า โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) หมายถึงแอปพลิเคชันที่มีส่วนช่วยในการทำงานบนอุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาของ

ผู้ใช้ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านี้สามารถที่จะทำงานบนระบบปฏิบัติการต่างๆ (OS) ที่แตกต่างกัน ตัวอย่างของระบบปฏิบัติการบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่

- Symbian OS ของ โนเกีย
- Windows Mobile ของ Microsoft
- BlackBerry OS ของ RIM
- iOS ของ Apple
- Android OS ของ Google

อภิศักดิ์ อัจฉินท์ (2557) อธิบายว่า โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ประกอบขึ้นจากคำสองคำ คือคำว่า Mobile กับ Application ซึ่งมีความหมายดังนี้ คำว่า Mobile คืออุปกรณ์สื่อสารที่ใช้สำหรับพกพา สามารถใช้งานได้ตามความสามารถพื้นฐานของโทรศัพท์และยังทำงานได้เปรียบเสมือนกับเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับคำว่า แอปพลิเคชัน (Application) หมายถึง โปรแกรมประเภทหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต ซึ่งแอปพลิเคชันถูกเขียนขึ้นมาให้ใช้งานได้ง่าย และตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้งาน เมื่อนำคำทั้ง 2 คำมารวมกันอาจกล่าวได้ว่า โมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) คือ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อที่จะสามารถทำงานได้บนสมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ดังนั้นจึงจะเห็นว่าในปัจจุบันมีโมบายแอปพลิเคชันต่างๆ ที่ถูกพัฒนาออกมาให้ผู้ใช้งานได้ใช้อย่างมากมาย ทั้งแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แอปพลิเคชันเกี่ยวกับธุรกรรมออนไลน์ ความบันเทิง แอปพลิเคชันเกมส์ต่างๆ เป็นต้น

โมบายแอปพลิเคชันแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. เนทีฟแอปพลิเคชัน (Native Application) หมายถึง แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นด้วยชุดคำสั่ง เพื่อเอาไว้สำหรับพัฒนาแอปพลิเคชันของ OS Mobile นั้นโดยเฉพาะ ข้อดีคือผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานได้สะดวก จาก Google Play หรือ Apple's App Store รวมถึงการทำงานแบบไม่ต้องเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในบางแอปพลิเคชัน ส่งผลให้เกิดความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชัน

2. ไฮบริดแอปพลิเคชัน (Hybrid Application) หมายถึง แอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบมาเพื่อให้สามารถรองรับได้ทุกระบบปฏิบัติการ โดยใช้ชุดคำสั่งเข้าช่วย ให้สามารถทำงานได้ทุกระบบปฏิบัติการ และหลายแพลตฟอร์มภายในแอปพลิเคชันเดียว ทำให้ผู้พัฒนาไม่เสียเวลาในการพัฒนาเพราะเขียนชุดคำสั่งครั้งเดียว สามารถใช้งานได้ในทุกแพลตฟอร์มและช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

3. เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) คือ แอปพลิเคชันที่ถูกเขียนขึ้นมาเพื่อเป็น Browser สำหรับการใช้งานเว็บเพจต่าง ๆ ซึ่งถูกปรับแต่งให้แสดงผลแต่ส่วนที่จำเป็น เป็นการลดทรัพยากรในการประมวลผลของตัวเครื่องสมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต ทำให้โหลดหน้าเว็บไซต์ได้เร็วขึ้น ข้อดี คือใช้งานง่ายได้สะดวกทุกที่ ทุกเวลา รวมถึงมีการอัปเดต แก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา และใช้งานได้ทุกแพลตฟอร์ม

3.2 แนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน

สุชาติ พลาชัยภิรมย์ศิลป์ (2554) แนวโน้มการใช้งานสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งมีผลมาจากการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Applications) และเทคโนโลยีของตัวเครื่องโทรศัพท์จากค่ายผู้ผลิตต่างๆ โดยเฉพาะการพัฒนาแอปพลิเคชันอุปกรณ์สื่อสารของบริษัทต่าง ๆ ที่แข่งขันกันเพื่อชิงความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ซึ่งการพัฒนาแอปพลิเคชันแบ่งออกเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันระบบ (Operation System) และแอปพลิเคชันซอฟต์แวร์ที่ตอบสนองการใช้งานบนอุปกรณ์และด้วยแอปพลิเคชันที่เพิ่มขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้นที่ให้ผู้ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่มีแนวโน้มใช้โปรแกรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การทำธุรกรรมทางการเงิน เชื่อมต่อและสืบค้นข้อมูลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ชมภาพยนตร์ ฟังเพลง หรือแม้แต่การเล่นเกมที่ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ด้วยอัตราการขยายตัวด้านการใช้งานอุปกรณ์เคลื่อนที่ ส่งผลให้บริษัทชั้นนำด้านโทรศัพท์มือถือหลายแห่งหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาโปรแกรมบนโทรศัพท์มือถือโดยเชื่อว่าจะมีอัตราการดาวน์โหลดเพื่อใช้งานที่เติบโตอย่างเห็นได้ชัด อุปกรณ์สื่อสารที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบันคือ โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟน (Smartphone) ทั้งนี้มีผลมาจากแอปพลิเคชันของอุปกรณ์เคลื่อนที่ มีการพัฒนาอย่างมากทั้งจากค่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์หรือจากที่บริษัทพัฒนาซอฟต์แวร์

4. ข้อมูลพื้นฐานของแอปพลิเคชัน Krungthai Next

“Krungthai Next” เป็นแอปพลิเคชันที่มาจากการพัฒนาอีกขั้นจาก KTB Netbank ซึ่งแอปพลิเคชัน “Krungthai Next” มีจุดเด่นที่เน้นส่งมอบความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย พร้อมทั้งให้บริการธุรกรรมทางการเงินที่ครอบคลุมแก่ประชาชนทุกพื้นที่ของประเทศ ภายใต้โมโนทัศน์ที่ว่า “ชีวิตครบ แอปเดียวอยู่” กล่าวคือ ผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองผ่านเครือข่าย Internet ได้ทุกที่ ทุกเวลา ใช้งานง่าย ทั้งการเรียกดูบัญชี การโอนเงิน การชำระเงินสำหรับผู้มีบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ (Saving), กระแสรายวัน (Current), Net Savings, Net Extra, และ Net Fixed กับธนาคารกรุงไทยก็เสมือนทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตัวเองได้ตลอด

24 ชม. ซึ่งระบบปฏิบัติการบนโทรศัพท์มือถือที่รองรับแอปพลิเคชันนี้คือ iOS version 9 ขึ้นไปและ Android version 5 ขึ้นไป (ธนาคารกรุงเทพ, 2562)

4.1 คุณสมบัติเด่นของแอปพลิเคชัน Krungthai Next

1. มีเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์สำหรับผู้ใช้งาน (user interface) ที่ใช้งานง่ายและไม่ซับซ้อน เช่น การเพิ่มรูปโปรไฟล์ การปรับเปลี่ยนรายการโปรดได้ด้วยตัวเอง สามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือและสามารถนำรายการโอน-เติม-จ่ายรวมถึงรายการที่ใช้งานบ่อยมาไว้ในหน้าแรก

2. เพิ่มความสะดวกรวดเร็วของการทำธุรกรรมประเภท โอน-เติม-จ่าย การโอนเงินผ่านแอปพลิเคชัน Krungthai Next นั้นปราศจากค่าธรรมเนียม ทั้งการโอนเงินแบบข้ามเขต หรือต่างธนาคาร นอกจากนี้ หลังจากทำรายการเสร็จสิ้นแล้ว ใบสลิปจะถูกบันทึกไว้ในตัวอุปกรณ์และสามารถเพิ่มบัญชีที่ต้องทำธุรกรรมบ่อย ๆ ไว้ในรายการโปรด ทำให้ไม่ต้องกรอกเลขที่บัญชีบ่อย ๆ

การเติมเงิน ผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถเติมเงินโทรศัพท์ได้ทุกเครือข่าย และแอปพลิเคชันกรุงไทย NEXT นี้ก็ยังรองรับการเติมเงินค่าผ่านทางมอเตอร์เวย์กรมทางหลวง (บัตร M-PASS), กรมการทางพิเศษแห่งประเทศไทย (บัตร Easy Pass) รวมถึง e-Wallet อย่าง True Money อีกด้วย

การจ่ายเงิน แอปพลิเคชัน Krungthai Next รองรับชำระเงินครอบคลุมทั้งในภาครัฐ, เอกชน รวมถึงรัฐวิสาหกิจ เช่น การไฟฟ้านครหลวง การประปานครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค การประปาส่วนภูมิภาค ค่าบริการโทรศัพท์มือถือ กรมขนส่ง กรมธนารักษ์ กรมสรรพสามิต ชำระหนี้กองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) การชำระค่าปรับจราจร การชำระเงินในการซื้อของออนไลน์ในเฟซบุ๊กและการซื้อหรือจองสลากกินแบ่งรัฐบาล นอกจากนี้ยังมีระบบ Travel Card เพื่อการจัดการบัตรและแลกเงินเก็บเพิ่มได้ ลดความเสี่ยงในการถูกโจรกรรมทางการเงินขณะท่องเที่ยวต่างประเทศ และระบบการใช้งาน E-donation (กรุงไทย เติมนบุญ) ซึ่งผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถบริจาคเงินพร้อมรับใบอนุโมทนาบุญอิเล็กทรอนิกส์ได้ทันที รวมถึงส่งข้อมูลให้กับกรมสรรพากรเพื่อใช้ในการยื่นลดหย่อนภาษีอีกด้วย

3. มีประสิทธิภาพในการใช้งานดีและที่เร็วขึ้น กล่าวคือ แอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถรองรับจำนวนธุรกรรมได้มากกว่าเดิม 5 เท่า จากเดิมที่สามารถทำธุรกรรมได้เพียง 8,000 รายการต่อวินาที เพิ่มเป็นสามารถรองรับการทำธุรกรรมได้เกินกว่า 25,000 รายการต่อวินาที เพื่อเข้ามารองรับการทำรายการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล แอปพลิเคชัน Krungthai Next มีการนำเทคโนโลยีในการยืนยันตัวตนเพื่อปลดล็อกแอปพลิเคชันด้วยการสแกน

ลายนิ้วมือ (Fingerprint) สแกนใบหน้า (Face Recognition) อีกทั้งยังมีระบบ Tokenization ในตรวจสอบความปลอดภัยในการธุรกรรมทุกครั้ง โดยผู้ใช้สามารถตั้งค่าให้ใส่รหัส PIN ในทุก ๆ ครั้งที่ทำธุรกรรม หรือสามารถตั้งค่าให้ใส่รหัส PIN ตามจำนวนเงินที่ต้องการไว้ได้ เช่น การโอนเงินมากกว่า 1,000 บาท จะต้องใส่ PIN เป็นต้น

ขั้นตอนการดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Krungthai NEXT (สำหรับลูกค้าที่ยังไม่เคยติดตั้ง Application)

1. ค้นหาแอปพลิเคชัน Krungthai Next บน App store หรือ Play store
2. ดาวน์โหลด โดยค้นหาคำว่า Krungthai Next
3. ติดตั้งแอปพลิเคชัน Krungthai Next

หมายเหตุ: ในกรณีที่โทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ดาวน์โหลดแอปพลิเคชันได้ผ่านกระบวนการการดัดแปลงระบบปฏิบัติการ (Root , Jailbreak) จะไม่สามารถติดตั้งแอปพลิเคชัน Krungthai Next ได้ เพื่อความปลอดภัยของการทำธุรกรรมและเป็นการลดความเสี่ยงในการถูกติดตั้งมัลแวร์หรือไวรัสลงในอุปกรณ์ดังกล่าว แต่ผู้ใช้งานสามารถใช้งานผ่านช่องทางเว็บไซต์ได้ตามปกติ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรชนก พลาบุญย์ (2558) ทำการศึกษา การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ พร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-25 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี รู้จักบริการพร้อมเพย์จาก TV และ ยังพบว่าการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทยร้อยละ 69 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

วัชรพล คงเจริญ (2557) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนมากเป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 31-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยส่วนใหญ่ใช้บริการฝากเงินสดเข้าบัญชีตัวเองและผู้อื่น ใน 1 เดือน ใช้บริการ 4-6 ครั้งและพบว่า ปัจจัยของการยอมรับนวัตกรรม อันได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านการสังเกตได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสามารถนำไป

ทดลองใช้ ด้านการยอมรับความเสี่ยง และด้านความซับซ้อน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จันจิรา แซ่เตี่ยว (2559) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการเลือกใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนสำหรับวัยกลางคน พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพ การเลือกใช้แอปพลิเคชัน และช่องทางการค้นหาแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สัตว์อักษรบนสมาร์ทโฟนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รูปแบบตัวอักษรบนสมาร์ทโฟนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ช่วงระยะเวลาที่ใช้สมาร์ทโฟนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันที่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นวัยกลางคนจึงมีความต้องการสีของตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษรที่ชัดเจน เพื่อความชัดเจนในการมองเห็นข้อความบนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

พิพิธ ไตรภวานนท์ (2557) ศึกษา กระบวนการยอมรับนวัตกรรมรถยนต์ระบบไฮบริดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 25-31 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่ากับ 15,001 - 25,000 บาท นั้นมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบรถยนต์ระบบไฮบริดในระดับมาก มีการรับรู้ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรงมีความสัมพันธ์กับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมรถยนต์ไฮบริดในชั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผลขั้นทดลอง และขั้นยอมรับ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มุ่งเน้นสังคมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมรถยนต์ไฮบริดในชั้นรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับ อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ธีรพงศ์ อุ่นตันเตยานนท์ (2557) ศึกษา การยอมรับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนมากเป็นเพศชาย อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับชั้นการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ปัจจัยทางนวัตกรรมเทคโนโลยี ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม ด้านความสอดคล้อง ด้านการสังเกตได้ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการระบบ 3G หรือ 4G ในอนาคตอยู่ในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ปัจจัยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้

บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ดำรงการบอกต่อให้บุคคลอื่นใช้บริการ 3G หรือ 4G อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปีในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมืองานวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 40-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai Next ที่มีอายุ 40-60 ปี และอาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545, น. 25-26) โดยคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ	n	คือ	ขนาดกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย
	Z	คือ	ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 95% (เท่ากับ 1.96)
	e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้โดยกำหนดไว้ที่ $\pm 5\%$

เมื่อนำมาแทนค่าสูตรได้ผลดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ผลจากการคำนวณ จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยทั้งหมด 385 คน และผู้วิจัยมีการเก็บตัวอย่างเพิ่มเติมอีก 15 ตัวอย่าง ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลเพื่องานวิจัยครั้งนี้มีทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

1.3 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกตัวอย่างโดยวิธีการเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากสถานที่ชุมชนที่มีผู้คนหนาแน่นในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ สวนลุมพินี เขาวรรชอนุเสาวรีย์ชัยสมรภูมิ วงเวียนใหญ่ และ สวนจตุจักร

ขั้นตอนที่ 2 เลือกตัวอย่างโดยวิธีกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจสถานที่ละ 80 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม (Screening Questions) เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed - ended Questions) โดยคำถามเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed - ended Questions) โดยคำถามเป็นคำถามที่ให้เลือกตอบเพียงข้อเดียว ได้แก่ เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านความเข้าใจได้ ด้านความสลับซับซ้อน ด้านสามารถทดลองใช้ได้ ด้านสังเกตได้ โดยคำถามส่วนนี้มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

โดยใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยมีสเกลทั้งสิ้น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

เกณฑ์การประเมินจะใช้สูตรการคำนวณหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2544, น. 29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนที่สูงที่สุด} - \text{คะแนนที่ต่ำที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ซึ่งแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยคุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีคุณลักษณะของนวัตกรรมในระดับสูงมาก

3.41 – 4.20 หมายถึง มีคุณลักษณะของนวัตกรรมในระดับสูง

2.61 – 3.40 หมายถึง มีคุณลักษณะของนวัตกรรมในระดับดีปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง มีคุณลักษณะของนวัตกรรมในระดับต่ำ

1.00 – 1.80 หมายถึง มีคุณลักษณะของนวัตกรรมในระดับต่ำมาก

ส่วนที่ 4 เป็นลักษณะคำถามเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ซึ่งแบ่งเป็น 5 ส่วนคือ ขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ ขั้นยอมรับ โดยคำถามส่วนนี้มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

โดยใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยมีสเกลทั้งสิ้น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน

ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

เกณฑ์การประเมินจะใช้วิธีคำนวณหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2544, น. 29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนที่สูงที่สุด} - \text{คะแนนที่ต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ซึ่งแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปีในระดับดีมาก

3.41 – 4.20 หมายถึง มีการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปีในระดับดี

2.61 – 3.40 หมายถึง มีการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปีในระดับดีปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง มีการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปีในระดับไม่ดีกว่า

1.00 – 1.80 หมายถึง มีการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปีในระดับไม่ดีย่างมาก

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

2. สร้างแบบสอบถามแล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและขอคำแนะนำมาปรับปรุงแก้ไข

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งเพื่อพิจารณาให้เรียบร้อยก่อนการนำไปทดลอง

4. นำแบบสอบถามไปทดลองเบื้องต้น (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยจำนวน 30 ชุดแล้วนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการหาค่า

สัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ค่าอัลฟาที่แสดงถึงระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ถ้าค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง และค่าที่ใกล้กับ 0 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นต่ำ โดยค่าความเชื่อมั่นที่สามารถยอมรับได้ ควรมีค่ามากกว่า 0.7 จึงเป็นแบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยตามประชากรที่กำหนดไว้ ซึ่งแหล่งที่รวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย จำนวน 400 คน ตามสถานที่ที่กำหนด
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิจัยโดยเก็บรวบรวมจากหนังสือ ตำรา เอกสาร วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์และวารสารต่างๆ รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
2. นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบเรียงมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้
3. ทำการบันทึกข้อมูลที่ลงรหัสไว้ลงบนเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามส่วนที่ 1 ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นำมาแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
2. แบบสอบถามส่วนที่ 2 ทางด้านคุณลักษณะนวัตกรรม ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสลับซับซ้อน ด้านสามารถทดลองใช้ได้ ด้านสังเกตเห็นผลได้ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. แบบสอบถามส่วนที่ 3 ด้านการยอมรับนวัตกรรม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

1. Independent t-test เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน

2. One way ANOVA เพื่อทำการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

3. ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของตัวแปรตาม 1 ตัวกับตัวแปรอิสระหลายตัว(ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป)

สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบไปด้วย

1.1. ค่าร้อยละ (Percentage) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545, น. 36)

$$P = \left[\frac{f}{n} \right] \times 100$$

กำหนดให้ P แทน ค่าร้อยละ หรือ เปอเซ็นต์

f แทน ความถี่

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545, น. 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

กำหนดให้ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย

1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วานิชย์
บัญชา, 2545, น. 36)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การทดสอบค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามหรือค่าที่ใช้วัดความสอดคล้อง
ภายในของคำตอบ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค
(Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549, น. 35)

$$\alpha = \frac{k - \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}{1 + (k-1) \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}$$

เมื่อ α แทน ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด
 k แทน จำนวนคำถาม
 $\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
 $\frac{\text{variance}}{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติสำหรับใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน

3.1 สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549, น. 108) โดยใช้สูตรดังนี้

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ t มีขั้นแห่งความเป็นอิสระ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ $\bar{x}_i$ แทน ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ $i; i=1,2$

S_p แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

n_i แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ i

s_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ $i; i=1,2$

$$s_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$$

3.2 สถิติ F-Test แบบการวิเคราะห์แบบ ONE-WAY ANOVA ที่ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวในกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม ที่มีตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปรขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549, น. 258)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติในการพิจารณา F - distribution

MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

ถ้าหากพบความแตกต่างอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างแบบรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่น 95% เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3

$$LTD = t_{1-\alpha/2;n-k} \sqrt{ms_w \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

เมื่อ	LSD	แทน ผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากร
	$t_{1-\alpha/2;n-k}$	แทน ค่าที่ใช้ในการแจกแจงแบบ t-test ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และชั้นทางความอิสระภายในกลุ่ม
	MS_w	แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	n_1	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.3 ค่า Brown-Forsythe

กรณีความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน และถ้าพบว่าค่า Brown-Forsythe มีความแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยสถิติ Dunnett's T3 ดังสูตร

$$\text{Brown-Forsythe} = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{MS_w \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

เมื่อ	MS_w	แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	$\bar{x}_1$	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2

3.3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้เป็นค่าพยากรณ์โดยมีรูปแบบของสมการดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560, น. 173)

$$Y = C + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3$$

โดยสามารถแทนค่าสมการได้ดังนี้

Y หมายถึง ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

C หมายถึง ค่าคงที่ (Constant)

β หมายถึง ค่าเบต้า (Beta)

X หมายถึง ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย เรื่อง อิทธิพลด้านคุณลักษณะนวัตกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภค อายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง นำมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกยกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
Sig	แทน	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่ใช้ในสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ใน F-distribution
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ใน t-distribution
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย(Unstandardized)
β	แทน	ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai

Next

ส่วนที่ 3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next

ส่วนที่ 4 ผลวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ(Percentage) ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงจำนวน(คน)และร้อยละของข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลจำนวน 400 คน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	176	44
หญิง	224	56
รวม	400	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2.สถานภาพ		
โสด	255	63.7
สมรส	130	32.5
อื่นๆ ได้แก่ หย่าร้าง	15	3.8
รวม	400	100
3.ระดับชั้นการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับชั้นปริญญาตรี	35	8.8
ระดับชั้นปริญญาตรี	197	49.3
สูงกว่าระดับชั้นปริญญาตรี	168	42.0
รวม	400	100
4.อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	83	20.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	244	61.0
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	36	9.0
ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง/	5	1.3
เกษตรกร	32	8.0
ไม่ได้ประกอบอาชีพ		
รวม	400	100
5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	5	1.3
15,001 – 30,000 บาท	56	14.0
30,001 – 45,000 บาท	186	46.5
45,001 – 60,000 บาท	99	24.8
60,001 บาทขึ้นไป	54	13.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถามงานวิจัยครั้งนี้จำนวนรวมทั้งหมด 400 คน แบ่งได้ตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ พบได้ว่าผู้กรอกแบบสอบถามส่วนมากคือเพศหญิง ทั้งสิ้น 224 คน หรือร้อยละ 56 รองลงมาเป็นเพศชาย ทั้งสิ้น 176 คน หรือร้อยละ 44

สถานภาพ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามส่วนมากมีสถานภาพโสด ทั้งสิ้น 255 คน หรือร้อยละ 63.7 รองลงมา มีสถานภาพสมรส ทั้งสิ้น 130 คน หรือร้อยละ 32.5 และมีสถานภาพอื่นๆ ได้แก่ หย่าร้าง ทั้งสิ้น 15 คน หรือร้อยละ 3.8

ระดับชั้นการศึกษา พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามส่วนมากเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ทั้งสิ้น 197 คน หรือร้อยละ 49.3 รองลงมาเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ทั้งสิ้น 168 คน หรือร้อยละ 42 และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ทั้งสิ้น 35 คน หรือร้อยละ 8.8

อาชีพ พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนมากประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทั้งสิ้น 244 คน หรือร้อยละ 61 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งสิ้น 83 คน หรือร้อยละ 20.8 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ทั้งสิ้น 36 คน หรือร้อยละ 9 ไม่ได้ประกอบอาชีพ ทั้งสิ้น 32 คน หรือร้อยละ 8 และประกอบอาชีพค้าขาย/รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง/เกษตรกร ทั้งสิ้น 5 คน หรือร้อยละ 1.3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 30,001 – 45,000 บาท ทั้งสิ้น 186 คน หรือร้อยละ 46.5 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 45,001 – 60,000 บาท ทั้งสิ้น 99 คน หรือร้อยละ 24.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 30,000 บาท ทั้งสิ้น 56 คน หรือร้อยละ 14 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 60,001 บาทขึ้นไป ทั้งสิ้น 54 คน หรือร้อยละ 13.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ทั้งสิ้น 5 คน หรือร้อยละ 1.3

ตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความซับซ้อน ด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้ และด้านสามารถสังเกตได้โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังต่อไปนี้

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next

คุณลักษณะของนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ			
1. แอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวก รวดเร็วกว่าการไปทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาของธนาคารกรุงไทย	4.33	0.84	สูงมาก
2. แอปพลิเคชัน Krungthai Next ใช้งานง่ายกว่า แอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิม	4.28	0.82	สูงมาก
3. แอปพลิเคชัน Krungthai Next ช่วยให้เข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้ง่ายกว่าการไปติดต่อที่สาขาของธนาคาร	4.34	0.83	สูงมาก
รวมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ	4.32	0.75	สูงมาก
ด้านความเข้าใจได้			
4. ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถตอบสนองความต้องการด้านธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี	4.05	0.84	สูง
5. ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีคุณสมบัติที่ครอบคลุมต่อการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบัน	4.14	0.82	สูง
6. ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมต่างๆ	4.20	0.85	สูง
รวมด้านความเข้าใจได้	4.13	0.74	สูง
ด้านความซับซ้อน			
7. ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถสมัครใช้งานได้ง่าย	4.29	0.80	สูงมาก
8. ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถเรียนรู้ทำความเข้าใจได้ง่ายด้วยตนเอง	3.98	0.91	สูง
9. ท่านคิดว่า รูปแบบรายการธุรกรรมต่างๆของแอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถจดจำได้ง่าย	4.26	0.82	สูงมาก
รวมด้านความซับซ้อน	4.18	0.74	สูง

ตาราง 2 (ต่อ)

คุณลักษณะของนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้			
10. ท่านคิดว่า กิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ทำให้ท่านสนใจแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมากขึ้น	3.97	0.91	สูง
11. ท่านคิดว่า การที่ธนาคารกรุงไทยใช้นายณเดชน์ คุกิมยะเป็นพรีเซ็นเตอร์ ช่วยกระตุ้นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยให้มาใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มากขึ้น	3.97	1.01	สูง
12. ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีคุณสมบัติใหม่เช่น ถอนเงินไม่ใช้บัตร เงินเข้าออกไลน์บอกฟรีเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจใช้งานแอปพลิเคชัน	4.23	0.87	สูงมาก
รวมด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้	4.06	0.79	สูง
ด้านสามารถสังเกตได้			
10. ท่านคิดว่า เมื่อท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ทำให้ท่านสามารถประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นอย่างดี	4.24	0.87	สูงมาก
11. ท่านคิดว่า เมื่อท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ทำให้ท่านสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้มากกว่าแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิม	4.23	0.87	สูงมาก
12. ท่านมักได้ยินผู้คนรอบข้างแนะนำให้ท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยอยู่เป็นประจำ	4.00	0.97	สูง
รวมด้านสามารถสังเกตได้	4.16	0.76	สูง
รวมคุณลักษณะนวัตกรรม	4.17	0.68	สูง

จากตาราง 2 พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 สามารถจำแนกเป็นรายด้านดังนี้

1.ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก ทั้งสิ้น 3 ข้อ โดยสามารถเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังต่อไปนี้ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ช่วยให้เข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้ง่ายกว่าการไปติดต่อที่สาขาของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 แอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกรวดเร็วกว่าการไปทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาของธนาคารกรุงไทยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ใช้งานง่ายกว่า แอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ

2.ด้านความเข้ากันได้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ทั้งสิ้น 3 ข้อ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังต่อไปนี้ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมต่างๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีคุณสมบัติที่ครอบคลุมต่อการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถตอบสนองความต้องการด้านธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าในปัจจุบันได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ

3.ด้านความซับซ้อน พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก ทั้งสิ้น 2 ข้อ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังต่อไปนี้ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถสมัครใช้งานได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รูปแบบรายการธุรกรรมต่างๆของแอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถจดจำได้ง่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ และพบระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง จำนวนทั้งสิ้น 1 ข้อ ได้แก่ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถเรียนรู้ ทำความเข้าใจได้ง่ายด้วยตนเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

4.ด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก ทั้งสิ้น 1 ข้อ ได้แก่ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีคุณสมบัติใหม่เช่น ถอนเงินไม่ใช้บัตร เงินเข้าออกไลน์บอกฟรีเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจใช้งาน แอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 และพบระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ทั้งสิ้น 2 ข้อ ได้แก่ กิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ทำให้ท่านสนใจแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมากขึ้น และ การที่ธนาคารกรุงไทยใช้นายณเดชน์ คุภิมยะเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ช่วยกระตุ้นลูกค้าของธนาคารกรุงไทยให้มาใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เท่ากันทั้ง 2 ข้อ

5.ด้านสามารถสังเกตได้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก ทั้งสิ้น 2 ข้อ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังต่อไปนี้ เมื่อท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ทำให้ท่านสามารถประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ทำให้ท่านสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้มากกว่าแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ และพบระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ทั้งสิ้น 1 ข้อ ได้แก่ ท่านมักได้ยินผู้คนรอบข้างแนะนำให้ท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยอยู่เป็นประจำโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ส่วนที่ 3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของผู้กรอกแบบสอบถาม ได้แก่ ขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ ขั้นยอมรับใช้ค่าเฉลี่ย(Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) ดังนี้

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next

การยอมรับนวัตกรรม Krungthai NEXT	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ขั้นรับรู้			
1.ท่านรับรู้ข้อมูลว่าธนาคารกรุงไทยกำลังพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ตั้งแต่ท่านยังใช้งานแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิม	3.87	0.95	ดี
2.ท่านรับรู้ว่าธนาคารกรุงไทยมีการเปิดตัวแอปพลิเคชัน Krungthai Next แทนที่แอปพลิเคชัน KTB Netbank	4.00	0.99	ดี
3.ท่านรับรู้ว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมีบริการต่างๆของธนาคารอยู่มากมายเช่น การโอนเงิน ถอนเงิน เช็ค ยอดเงิน จ่ายบิล ฯลฯ	4.06	0.98	ดี
รวมขั้นรับรู้	3.98	0.85	ดี
ขั้นมีความสนใจ			
4.ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเมื่อท่านได้ยินจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	3.87	0.93	ดี
5.ท่านสอบถามข้อมูลแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยจากบุคคลใกล้ชิด	3.99	1.00	ดี
6.ท่านค้นหาข้อมูลแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยตามสื่อต่างๆ	4.03	1.00	ดี
รวมขั้นมีความสนใจ	3.96	0.86	ดี

ตาราง 3 (ต่อ)

การยอมรับนวัตกรรม Krungthai NEXT	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ขั้นประเมินผล			
7. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยจะเป็นทางเลือกที่ดีในการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ	4.18	0.84	ดี
8. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยสามารถทำให้การให้บริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น	4.22	0.81	ดีมาก
9. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยช่วยให้ท่านไม่ต้องเสียอารมณ์กับการรอคิวที่สาขาของธนาคาร	4.22	0.86	ดีมาก
รวมขั้นประเมินผล	4.21	0.77	ดีมาก
ขั้นทดลองใช้			
10. เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ท่านพบว่าใช้งานได้ง่ายกว่าแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิมเป็นอย่างมาก	4.17	0.84	ดี
11. เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ท่านพบว่าสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้สะดวก รวดเร็วกว่าเดิม	4.23	0.80	ดีมาก
12. เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ท่านพบว่ามีความสอดคล้องตามที่ท่านคาดหวังไว้	4.21	0.86	ดีมาก
รวมขั้นทดลองใช้	4.20	0.77	ดี
ขั้นยอมรับ			
13. ท่านจะแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย	4.11	0.85	ดี
14. ท่านจะแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ปัญหากับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเหมือนกัน	3.97	0.92	ดี
15. ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมีประโยชน์ต่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆของผู้คนเป็นอย่างมาก	4.25	0.83	ดีมาก
รวมขั้นยอมรับ	4.11	0.80	ดี
รวมการยอมรับนวัตกรรม	4.09	0.71	ดี

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งสามารถจำแนกรายได้ดังนี้

1.ขั้นรับรู้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดีทั้งสิ้น 3 ข้อ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ รับรู้ว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมีบริการต่างๆของธนาคารอยู่มากมายเช่น การโอนเงิน ถอนเงิน เช็คยอดเงิน จ่ายบิล ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รับรู้ว่าธนาคารกรุงไทยมีการเปิดตัวแอปพลิเคชัน Krungthai Next แทนที่แอปพลิเคชัน KTB Netbank มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และท่านรับรู้ข้อมูลว่าธนาคารกรุงไทยกำลังพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ตั้งแต่ท่านยังใช้งานแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

2.ขั้นมีความสนใจ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดีทั้งสิ้น 3 ข้อโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ค้นหาข้อมูลแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยตามสื่อต่างๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 สอบถามข้อมูลแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยจากบุคคลใกล้ชิดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และมีความสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเมื่อท่านได้ยินจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ตามลำดับ

3.ขั้นประเมินผล พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดีมากทั้งสิ้น 2 ข้อ ได้แก่ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยสามารถทำให้การให้บริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น และแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยช่วยให้ท่านไม่ต้องเสียอารมณ์กับการรอคิวที่สาขาของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เท่ากันทั้ง 2 ข้อ และพบระดับความคิดเห็นในระดับดีทั้งสิ้น 1 ข้อ ได้แก่แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยจะเป็นทางเลือกที่ดีในการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

4. ขั้นทดลองใช้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

เมื่อวิเคราะห์แต่ละข้อ พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดีมาก ทั้งสิ้น 2 ข้อ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้แก่ เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ท่านพบว่าสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้สะดวกรวดเร็วกว่าเดิมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ท่านพบว่ามีความสอดคล้องตามที่ท่านคาดหวังไว้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ตามลำดับ และพบระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ท่านพบว่าใช้งานได้ง่ายกว่าแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิมเป็นอย่างมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

5. ขั้นยอมรับ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

เมื่อพิจารณาแต่ละข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดีมาก ทั้งสิ้น 1 ข้อ ได้แก่ แอปพลิเคชัน Krungthai Next มีประโยชน์ต่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆของผู้คนเป็นอย่างมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และพบระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดี จำนวน 2 ข้อ โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้ ท่านจะแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ท่านจะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารปัญหากับผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเหมือนกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ตามลำดับ

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลผู้กรอกแบบสอบถาม พบว่า ค่าความถี่ของผู้กรอกแบบสอบถามมีการกระจายอยู่มาก ดังนั้นในส่วนของ การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงดำเนินการจัดกลุ่มตัวอย่างใหม่ เพื่อให้มีจำนวนที่เหมาะสมดังนี้

ตาราง 4 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลที่จัดกลุ่มใหม่

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	176	44
หญิง	224	56
รวม	400	100
2.สถานภาพ		
โสด	270	67.5
สมรส	130	32.5
รวม	400	100
3.ระดับชั้นการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับชั้นปริญญาตรี	35	8.8
ระดับชั้นปริญญาตรี	197	49.3
สูงกว่าระดับชั้นปริญญาตรี	168	42.0
รวม	400	100
4.อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	83	20.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	244	61.0
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	41	10.2
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	32	8.0
รวม	400	100
5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	61	15.3
30,001 – 45,000 บาท	186	46.5
45,001 – 60,000 บาท	99	24.8
60,001 บาทขึ้นไป	54	13.5
รวม	400	100

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้น การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สมมติฐาน จะทดสอบด้วยสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพราะฉะนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0)ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีน้อยกว่า 0.05

โดยทำวิเคราะห์ความแปรปรวนแต่ละกลุ่มก่อนโดยใช้สถิติ Levene's test สามารถตั้งสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรแตกต่างกัน

ตาราง 5 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของ ธนาคารกรุงไทย	Levene's test	
	F	Sig.
ชั้นรับรู้	2.092	0.149
ชั้นมีความสนใจ	2.047	0.153
ชั้นประเมินผล	1.251	0.264
ชั้นทดลองใช้	1.036	0.309
ชั้นยอมรับ	1.391	0.239
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมโดยรวม	3.466	0.063

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบค่า Levene's test จะเห็นได้ว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวมมีค่า Sig. 0.063 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายชั้น พบว่าชั้นรับรู้ ชั้นมีความสนใจ ชั้นประเมินผล ชั้นทดลองใช้ และชั้นยอมรับ มีค่า Sig. 0.149 0.153 0.264 0.309 และ 0.239 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน

ตาราง 6 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามเพศ

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย	เพศ	t-test for Equality of Means			
		X	S.D.	t	Sig
ชั้นรับรู้	ชาย	4.02	0.91	0.781	0.435
	หญิง	3.95	0.81		
ชั้นมีความสนใจ	ชาย	3.99	0.92	0.58	0.562
	หญิง	3.94	0.81		
ชั้นประเมินผล	ชาย	4.23	0.82	0.577	0.564
	หญิง	4.19	0.74		
ชั้นทดลองใช้	ชาย	4.22	0.82	0.52	0.603
	หญิง	4.18	0.73		
ชั้นยอมรับ	ชาย	4.11	0.85	-0.027	0.979
	หญิง	4.11	0.77		
กระบวนการยอมรับนวัตกรรม	ชาย	4.11	0.76	0.562	0.575
โดยรวม	หญิง	4.07	0.67		

จากตาราง 6 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next จำแนกตามเพศ พบว่า

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย โดยรวม มีค่า Sig. 0.575 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แปลความหมายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณากระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยรายชั้นพบว่า

ชั้นรับรู้ มีค่า Sig. 0.435 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แปลความหมายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นมีความสนใจ มีค่า Sig. 0.562 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แปลความหมายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นประเมินผล มีค่า Sig. 0.564 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แปลความหมายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นทดลองใช้ มีค่า Sig. 0.603 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แปลความหมายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นยอมรับ มีค่า Sig. 0.979 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แปลความหมายได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.2 สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเขียนสมมติฐานทางสถิติดังต่อไปนี้

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์หสมมติฐาน จะทดสอบด้วยสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เพราะฉะนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0)ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยทำการทดสอบความแปรปรวน ด้วยสถิติ Levene's test โดยมีสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรแตกต่างกัน

ตาราง 7 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

กระบวนกรยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย	Levene's test	
	F	Sig.
ขั้นรับรู้	0.05	0.823
ขั้นมีความสนใจ	0.175	0.676
ขั้นประเมินผล	0.129	0.720
ขั้นทดลองใช้	0.154	0.695
ขั้นยอมรับ	0.689	0.407
กระบวนกรยอมรับนวัตกรรมโดยรวม	0.258	0.612

จากตาราง 7 พบว่า กระบวนกรยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีค่า Sig. 0.612 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า กระบวนกรยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวมจำแนกตามสถานภาพมีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อวิเคราะห์รายขั้น พบว่า กระบวนกรยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ ขั้นยอมรับ มีค่า Sig. 0.823 0.676 0.720 0.695 0.407 ตามลำดับ. ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า กระบวนกรยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในแต่ละสถานภาพมีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 8 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพ

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย	สถานภาพ	t-test for Equality of Means			
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig
ขั้นรับรู้	โสด	3.97	0.86	-0.199	0.843
	สมรส	3.99	0.85		
ขั้นมีความสนใจ	โสด	3.95	0.86	-0.317	0.752
	สมรส	3.98	0.85		
ขั้นประเมินผล	โสด	4.19	0.76	-0.584	0.559
	สมรส	4.24	0.80		
ขั้นทดลองใช้	โสด	4.19	0.76	-0.538	0.591
	สมรส	4.23	0.80		
ขั้นยอมรับ	โสด	4.09	0.77	-0.862	0.389
	สมรส	4.16	0.86		
กระบวนการยอมรับนวัตกรรม	โสด	4.08	0.70	-0.564	0.573
โดยรวม	สมรส	4.12	0.74		

จากตาราง 8 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามสถานภาพ พบว่า

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวม มีค่า Sig. 0.573 ซึ่งพบว่ามีค่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณากระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยรายชั้นพบว่า

ขั้นรับรู้ มีค่า Sig. 0.843 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นมีความสนใจ มีค่า Sig. 0.752 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นประเมินผล มีค่า Sig. 0.559 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นทดลองใช้ มีค่า Sig. 0.591 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นยอมรับ มีค่า Sig. 0.389 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.3 ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเขียนสมมติฐานทางสถิติดังต่อไปนี้

H_0 : ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ในระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน หากพบว่า ค่าความแปรปรวนในกลุ่มไม่แตกต่างกัน จะใช้การทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ F-test และถ้าความแปรปรวนในกลุ่มแตกต่างกัน จะใช้ทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ Brown-Forsythe

โดยทำการทดสอบความแปรปรวน โดยใช้สถิติ Levene's test โดยมีสมมติฐานดังต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรแตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม Krungthai		Levene's test		
Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ขั้นรับรู้	0.352	2	397	0.704
ขั้นมีความสนใจ	0.824	2	397	0.439
ขั้นประเมินผล	0.119	2	397	0.888
ขั้นทดลองใช้	0.139	2	397	0.871
ขั้นยอมรับ	0.183	2	397	0.833
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมโดยรวม	0.121	2	397	0.886

จากตาราง 9 พบว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวม มีค่า Sig. 0.886 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยโดยรวมในแต่ละระดับการศึกษามีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อวิเคราะห์แต่ละขั้น พบว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ ขั้นยอมรับ มีค่า Sig. 0.704 0.439 0.888 0.871 0.833 ตามลำดับ. ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ ขั้นยอมรับ ในแต่ละระดับการศึกษามีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐาน กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ซึ่งในแต่ละระดับการศึกษามีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ F-test

ตาราง 10 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา โดยใช้สถิติ F-test

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม		แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Krungthai Next แอปพลิเคชัน ของธนาคารกรุงไทย							
ขั้นรับรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.205	2	0.103	0.14	0.869	
	ภายในกลุ่ม	290.592	397	0.732			
	รวม	290.797	399				
ขั้นมีความสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.025	2	0.513	0.699	0.498	
	ภายในกลุ่ม	291.19	397	0.733			
	รวม	292.215	399				
ขั้นประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	0.604	2	0.302	0.502	0.606	
	ภายในกลุ่ม	238.782	397	0.601			
	รวม	239.386	399				
ขั้นทดลองใช้	ระหว่างกลุ่ม	0.313	2	0.157	0.263	0.769	
	ภายในกลุ่ม	236.775	397	0.596			
	รวม	237.089	399				
ขั้นยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	0.752	2	0.376	0.583	0.559	
	ภายในกลุ่ม	255.926	397	0.645			
	รวม	256.678	399				
กระบวนการยอมรับนวัตกรรม โดยรวม		ระหว่างกลุ่ม	0.397	2	0.198	0.394	0.675
		ภายในกลุ่ม	199.848	397	0.503		
		รวม	200.244	399			

จากตารางที่ 10 ผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา พบว่า

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย โดยรวม มีค่า Sig. 0.675 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

เมื่อวิเคราะห์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแต่ละชั้นพบว่า

ชั้นมัธยมศึกษา มีค่า Sig. 0.869 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นมีความสนใจ มีค่า Sig. 0.498 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นประเมินผล มีค่า Sig. 0.606 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นทดลองใช้ มีค่า Sig. 0.769 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นยอมรับ มีค่า Sig. 0.559 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า ระดับชั้นการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงเขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0)ก็ต่อเมื่อระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน หากพบว่าค่าความแปรปรวนในกลุ่มไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ F-test และถ้าความแปรปรวนในกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ Brown-Forsythe

โดยทำการทดสอบความแปรปรวนของแต่ละกลุ่ม ด้วยสถิติ Levene's test มีสมมติฐานดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม Krungthai		Levene's test		
Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ขั้นรับรู้	0.484	3	396	0.693
ขั้นมีความสนใจ	1.692	3	396	0.182
ขั้นประเมินผล	0.582	3	396	0.627
ขั้นทดลองใช้	0.172	3	396	0.915
ขั้นยอมรับ	1.081	3	396	0.357
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมโดยรวม	0.323	3	396	0.808

จากตารางที่ 11 พบว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวม มีค่า Sig. 0.808 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยในแต่ละอาชีพมีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณาแต่ละขั้น พบว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ ขั้นยอมรับ มีค่า

Sig. 0.693 0.182 0.627 0.915 0.357 ตามลำดับ. ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นรับรู้ ชั้นมีความสนใจ ชั้นประเมินผล ชั้นทดลองใช้ ชั้นยอมรับ ในแต่ละอาชีพมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐาน กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ซึ่งในแต่ละอาชีพมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน จะทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test

ตาราง 12 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติ F-test

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชัน ของธนาคารกรุงไทย		แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ชั้นรับรู้	ระหว่างกลุ่ม		3.1	3	1.033	1.423	0.236
	ภายในกลุ่ม		287.697	396	0.727		
	รวม		290.798	399			
ชั้นมีความสนใจ	ระหว่างกลุ่ม		3.363	3	1.121	1.537	0.204
	ภายในกลุ่ม		288.852	396	0.729		
	รวม		292.215	399			
ชั้นประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม		1.227	3	0.409	0.68	0.565
	ภายในกลุ่ม		238.16	396	0.601		
	รวม		239.386	399			

ตาราง 12 (ต่อ)

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
Krungthai Next แอปพลิเคชัน ของธนาคารกรุงไทย	ระหว่างกลุ่ม	0.854	3	0.285	0.477	0.698
ขั้นทดลองใช้	ภายในกลุ่ม	236.235	396	0.597		
	รวม	237.089	399			
ขั้นยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	0.82	3	0.273	0.423	0.737
	ภายในกลุ่ม	255.857	396	0.646		
	รวม	256.678	399			
กระบวนการยอมรับนวัตกรรม โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.372	3	0.457	0.91	0.436
	ภายในกลุ่ม	198.873	396	0.502		
	รวม	200.244	399			

จากตารางที่ 12 ผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามอาชีพ พบว่า

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย โดยรวม มีค่า Sig. 0.436 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณากระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแต่ละชั้นพบว่า

ขั้นรับรู้ มีค่า Sig.0.236 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นมีความสนใจ มีค่า Sig. 0.204 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นประเมนผล มีค่า Sig. 0.565 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นทดลองใช้ มีค่า Sig. 0.698 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ขั้นยอมรับ มีค่า Sig. 0.737 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือยอมรับสมมติฐานหลัก(H0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H1) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.5รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงเขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-way Analysis of Variance : One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0)ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า 0.05

ในการทดสอบสมมติฐาน หากพบว่าค่าความแปรปรวนในกลุ่มไม่แตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ F-test และถ้าความแปรปรวนในกลุ่มแตกต่างกันให้ทดสอบความแตกต่างด้วยสถิติ Brown-Forsythe

โดยทำการทดสอบความแปรปรวนก่อน ด้วยสถิติ Levene's test มีสมมติฐานดังต่อไปนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มตัวแปรแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

กระบวนการยอมรับนวัตกรรม		Levene's test		
Krungthai Next แอปพลิเคชัน ของธนาคารกรุงไทย		Levene Statistic	df1	df2
ขั้นรับรู้		2.991	3	396
ขั้นมีความสนใจ		1.273	3	396
ขั้นประเมินผล		1.049	3	396
ขั้นทดลองใช้		0.886	3	396
ขั้นยอมรับ		1.986	3	396
กระบวนการยอมรับ นวัตกรรมโดยรวม		1.003	3	396
				Sig.
				0.031*
				0.283
				0.371
				0.449
				0.115
				0.391

*ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวม มีค่า Sig. 0.391 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยโดยรวมในแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐาน จึงทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test ปรากฏผลในตาราง 16

เมื่อพิจารณาแต่ละขั้น พบว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้มีค่า Sig. 0.031 ซึ่งพบว่าน้อยกว่า 0.05 กล่าวคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0)และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นยอมรับมีค่าความแปรปรวนที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐาน จึงทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Brown - Forsythe ปรากฏผลในตารางที่ 14

ส่วนกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ มีค่า Sig. 0.283 0.371 0.449 0.115

ตามลำดับ. ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นรับรู้ ชั้นมีความสนใจ ชั้นประเมินผล ชั้นทดลองใช้ในแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีค่าความแปรปรวนไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นในการทดสอบสมมติฐาน จึงทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ F-test ปรากฏผลในตาราง 15

ตาราง 14 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Brown – Forsythe

Robust Tests of Equality of Means		Statistic	df1	df2	Sig
ชั้นรับรู้	Brown - Forsythe	0.39	3	208.421	0.761

จากตาราง 14 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นรับรู้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบค่า Sig. 0.761 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงผลทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้วยสถิติ F-test

กระบวนการยอมรับ						
นวัตกรรม Krungthai	แหล่งความ	SS	df	MS	F	Sig
Next แอปพลิเคชัน	แปรปรวน					
ของธนาคารกรุงไทย						
ขั้นมีความสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.493	3	0.164	0.223	0.88
	ภายในกลุ่ม	291.722	396	0.737		
	รวม	292.215	399			
ขั้นประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	1.454	3	0.485	0.807	0.491
	ภายในกลุ่ม	237.932	396	0.601		
	รวม	239.386	399			
ขั้นทดลองใช้	ระหว่างกลุ่ม	2.105	3	0.702	1.182	0.316
	ภายในกลุ่ม	234.984	396	0.593		
	รวม	237.089	399			
ขั้นยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	0.895	3	0.298	0.462	0.709
	ภายในกลุ่ม	255.782	396	0.646		
	รวม	256.677	399			
กระบวนการยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	0.923	3	0.308	0.611	0.608
	ภายในกลุ่ม	199.321	396	0.503		
	รวม	200.244	399			
นวัตกรรมโดยรวม						

จากตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่างของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวม พบค่า Sig. 0.608 ซึ่งพบว่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดง

ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณากระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยแต่ละชั้นพบว่า

ชั้นมีความสนใจ พบค่า Sig. 0.88 ซึ่งพบว่ามีค่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นมีประเมิณผล พบค่า Sig. 0.491 ซึ่งพบว่ามีค่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นทดลองใช้ พบค่า Sig. 0.316 ซึ่งพบว่ามีค่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

ชั้นยอมรับ พบค่า Sig. 0.709 ซึ่งพบว่ามีค่ามากกว่า 0.05 กล่าวคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก(H_0)และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถเขียนสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้

H_0 : คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ไม่ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

H_1 : คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การวิเคราะห์ด้วยสมการ Mutiple Regression ด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ 95% เพราะฉะนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) ต่อเมื่อมีค่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง(H_1) ต่อเมื่อมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมากกว่า 0.05

ตาราง 16 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	r	R^2	R^2_{adj}	S.E.
1	0.905	0.818	0.816	0.304

จากตาราง 16 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.905 และค่า R^2_{adj} มีค่า 0.816 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 5 ตัว เป็นตัวแปรต้นร่วมกันพยากรณ์การยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next ได้ร้อยละ 81.6 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.304

ตาราง 17 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	163.830	5	32.766	354.520	0.000*
Residual	36.415	394	0.092		
Total	200.224	399			

$$R=0.905, R^2=0.818, R^2_{adj}=0.816$$

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) ด้านความเข้ากันได้(X_2) ด้านความซับซ้อน(X_3) ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ เข้าสมการเพื่อพยากรณ์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อย

กว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ คำนวณน้ำหนักความสำคัญ
ของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน และคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดง
ในตารางที่ 18

ตาราง 18 แสดงผลคำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม
แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	Unstandardized		standardized	t	Sig.
	(B)	Std. Error	(β)		
(Costant)	0.123	0.096	-	1.285	0.199
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_1)	0.321	0.034	0.34	9.485	0.00*
ด้านความเข้ากันได้(X_2)	0.091	0.04	0.095	2.271	0.024*
ด้านความซับซ้อน(X_3)	0.194	0.038	0.204	5.08	0.00*
ด้านความสามารถนำไป ทดลองใช้(X_4)	0.12	0.037	0.133	3.206	0.001*
ด้านสามารถสังเกตได้(X_5)	0.219	0.042	0.234	5.185	0.00*

*ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 18 คำนวณน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบของตัวแปรที่มีระดับต่อ
การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-
60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิง
เปรียบเทียบ(X_1) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.321 ด้านความเข้า
กันได้(X_2) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.091 ด้านความสลับซับซ้อน
(X_3) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.194 ด้านความสามารถนำไป
ทดลองใช้(X_4) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.12 และด้านสามารถ
สังเกตได้(X_5) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.219

ซึ่งสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.123 + 0.321(X_1) + 0.091(X_2) + 0.194(X_3) + 0.12(X_4) + 0.219(X_5)$$

จากสมการการพยากรณ์หมายความว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย เพิ่มขึ้น 0.321 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย เพิ่มขึ้น 0.091 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความซับซ้อนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย เพิ่มขึ้น 0.194 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย เพิ่มขึ้น 0.12 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านสามารถสังเกตได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย เพิ่มขึ้น 0.219 หน่วย

จากสมการ พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ($\beta=0.34$)

เมื่อพิจารณาคูณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นรับรู้ พบว่า

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	r	R^2	R^2_{adj}	S.E.
1	0.688	0.473	0.467	0.623

จากตาราง 19 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.688 และค่า R^2_{adj} มีค่า 0.467 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 5 ตัว เป็นตัวแปรต้นร่วมกันพยากรณ์การยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next ขึ้นรับรู้ได้ร้อยละ 46.7 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.623

ตาราง 20 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นรับรู้

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	137.669	5	27.534	70.844	0.000*
Residual	153.129	394	0.389		
Total	290.798	399			

$$R=0.688, R^2=0.473, R^2_{adj}=0.467$$

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) ด้านความเข้ากันได้(X_2) ด้านความซับซ้อน(X_3) ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ เข้าสมการเพื่อพยากรณ์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นรับรู้ เนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ ค่าน้ำหนัก ความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน และคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดงในตารางที่ 21

ตาราง 21 คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นรับรู้

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	Unstandardized		standardized	t	Sig.
	(B)	Std. Error	(β)		
(Constant)	0.329	0.197		1.671	0.095
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1)	0.301	0.069	0.265	4.337	0.00*
ด้านความเข้าใจ(X_2)	0.158	0.082	0.138	1.927	0.055
ด้านความซับซ้อน(X_3)	0.298	0.078	0.259	3.799	0.00*
ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4)	0.082	0.077	0.076	1.076	0.282
ด้านสามารถสังเกตได้(X_5)	0.029	0.087	0.026	0.335	0.738

*ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 21 คำนวณน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบของตัวแปรที่มีระดับต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นรับรู้ ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.301 ด้านความซับซ้อน(X_3) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.298

ซึ่งสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.329 + 0.301(X_1) + 0.298(X_3)$$

จากสมการการพยากรณ์หมายความว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นรับรู้ เพิ่มขึ้น 0.301 หน่วย และคุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความซับซ้อนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นรับรู้ เพิ่มขึ้น 0.298 หน่วย

จากสมการ พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นรับรู้ ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ($\beta=0.265$)

เมื่อพิจารณาคูณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นมีความสนใจพบว่า

ตาราง 22 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	r	R^2	R^2_{adj}	S.E.
1	0.716	0.513	0.506	0.601

จากตาราง 22 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.716 และค่า R^2_{adj} มีค่า 0.506 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 5 ตัว เป็นตัวแปรต้นร่วมกันพยากรณ์การยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next ได้ร้อยละ 50.6 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.601

ตาราง 23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นมีความสนใจ

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	149.791	5	29.958	82.876	0.000*
Residual	142.425	394	0.361		
Total	292.215	399			

$$R=0.716, R^2=0.513, R^2_{adj}=0.506$$

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) ด้านความเข้ากันได้(X_2) ด้านความซับซ้อน(X_3) ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ เข้าสมการเพื่อพยากรณ์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นมีความสนใจ เนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน และคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดงในตารางที่ 24

ตาราง 24 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นมีความสนใจ

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	Unstandardized		standardized	t	Sig.
	(B)	Std.Error	(β)		
(Costant)	0.307	0.19	-	1.616	0.107
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_1)	0.107	0.067	0.094	1.593	0.112
ด้านความเข้าใจกันได้อัน (X_2)	0.09	0.079	0.078	1.138	0.256
ด้านความซับซ้อน (X_3)	0.107	0.076	0.093	1.416	0.158
ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ (X_4)	0.267	0.074	0.246	3.612	0.00*
ด้านสามารถสังเกตได้ (X_5)	0.312	0.084	0.276	3.729	0.00*

*ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 24 ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบของตัวแปรที่มีระดับต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นมีความสนใจ ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ (X_4) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.267 และด้านสามารถสังเกตได้ (X_5) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.312

ซึ่งสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.307 + 0.267X_4 + 0.312(X_5)$$

จากสมการการพยากรณ์หมายความว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นมีความสนใจ เพิ่มขึ้น 0.267 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านสามารถสังเกตได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นมีความสนใจ เพิ่มขึ้น 0.312 หน่วย

จากสมการ พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านสามารถสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นมีความสนใจในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ($\beta=0.276$)

เมื่อพิจารณาคุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นประเมินผลพบว่า

ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	r	R^2	R^2_{adj}	S.E.
1	0.855	0.731	0.727	0.404

จากตาราง 25 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.855 และค่า R^2_{adj} มีค่า 0.727 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 5 ตัว เป็นตัวแปรต้นร่วมกันพยากรณ์การยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next ได้ร้อยละ 72.7 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.404

ตาราง 26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นประเมินผล

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	174.923	5	34.985	213.825	0.000*
Residual	64.464	394	0.164		
Total	239.286	399			

$$R=0.855, R^2=0.731, R^2_{adj}=0.727$$

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) ด้านความเข้ากันได้(X_2) ด้านความซับซ้อน(X_3) ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ เข้าสมการเพื่อพยากรณ์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นประเมินผลเนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ คำนวณหาค่าความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน และคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดงในตารางที่ 27

ตาราง 27 คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นประเมินผล

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	Unstandardized		standardized	t	Sig.
	(B)	Std.Error	(β)		
(Costant)	0.098	0.128	-	0.769	0.443
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_1)	0.333	0.045	0.323	7.402	0.00*
ด้านความเข้ากันได้(X_2)	0.171	0.053	0.164	3.22	0.001*
ด้านความซับซ้อน(X_3)	0.26	0.051	0.25	5.123	0.00*
ด้านความสามารถนำไป ทดลองใช้(X_4)	- 0.018	0.05	-0.018	-0.359	0.72
ด้านสามารถสังเกตได้(X_5)	0.228	0.056	0.223	4.052	0.00*

*ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 27 คำนวณน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบของตัวแปรที่มีระดับต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยชั้นประเมินผล ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.333 ด้านความเข้ากันได้(X_2) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.171 ด้านความซับซ้อน(X_3) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.26 และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.228

ซึ่งสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.098 + 0.333(X_1) + 0.171(X_2) + 0.26(X_3) + 0.228(X_5)$$

จากสมการการพยากรณ์หมายความว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นประเมินผล เพิ่มขึ้น 0.333 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความเข้ากันได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นประเมินผล เพิ่มขึ้น 0.171 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความซับซ้อนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นประเมินผล เพิ่มขึ้น 0.26 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านสามารถสังเกตได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นประเมินผล เพิ่มขึ้น 0.228 หน่วย

จากสมการ พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นประเมินผล ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ($\beta=0.323$)

เมื่อพิจารณาคูณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นทดลองใช้พบว่า

ตาราง 28 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	r	R^2	R^2_{adj}	S.E.
1	0.906	0.820	0.818	0.329

จากตาราง 28 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.906 และค่า R^2_{adj} มีค่า 0.818 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 5 ตัว เป็นตัวแปรต้นร่วมกันพยากรณ์การยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next ขึ้นทดลองใช้ได้อย่างละ 81.8 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.329

ตาราง 29 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นทดลงใช้

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	194.519	5	38.904	360.071	0.000*
Residual	42.570	394	0.108		
Total	237.089	399			

$$R=0.906, R^2=0.820, R^2_{adj}=0.818$$

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) ด้านความเข้ากันได้(X_2) ด้านความซับซ้อน(X_3) ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ เข้าสมการเพื่อพยากรณ์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นทดลงใช้เนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ คำนวณหาค่าความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน และคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดงในตารางที่ 30

ตาราง 30 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	Unstandardized		standardized	t	Sig.
	(B)	Std.Error	(β)		
(Constant)	-0.088	0.104		-0.848	0.397
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (X_1)	0.547	0.037	0.532	14.931	0.00*
ด้านความเข้าใจได้(X_2)	0.025	0.043	0.024	0.577	0.565
ด้านความซับซ้อน(X_3)	0.08	0.041	0.077	1.937	0.053
ด้านความสามารถนำไป ทดลองใช้(X_4)	0.151	0.04	0.155	3.742	0.00*
ด้านสามารถสังเกตได้(X_5)	0.212	0.046	0.208	4.629	0.00*

*ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 30 ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบของตัวแปรที่มีระดับต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.547 ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.151 และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.212

ซึ่งสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = -0.088 + 0.547(X_1) + 0.151(X_4) + 0.212(X_5)$$

จากสมการการพยากรณ์หมายความว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นทดลองใช้ เพิ่มขึ้น 0.547 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นทดลองใช้ เพิ่มขึ้น 0.151 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านสามารถสังเกตได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นทดลองใช้ เพิ่มขึ้น 0.212 หน่วย

จากสมการ พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นทดลองใช้ ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ($\beta=0.532$)

เมื่อพิจารณาคูณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นยอมรับพบว่า

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

Model	r	R^2	R^2_{adj}	S.E.
1	0.839	0.704	0.701	0.439

จากตาราง 31 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.839 และค่า R^2_{adj} มีค่า 0.701 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 5 ตัว เป็นตัวแปรต้นร่วมกันพยากรณ์การยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next ได้ร้อยละ 70.1 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.439

ตาราง 32 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรด้านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	180.800	5	36.160	187.764	0.000*
Residual	75.877	394	0.193		
Total	256.677	399			

$$R=0.839, R^2=0.704, R^2_{adj}=0.701$$

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) ด้านความเข้ากันได้(X_2) ด้านความซับซ้อน(X_3) ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) ได้รับคัดเลือกเป็นตัวแปรพยากรณ์ เข้าสมการเพื่อพยากรณ์กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นเนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์ คำนวณหาค่าความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน และคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการถดถอย ดังแสดงในตารางที่ 33

ตาราง 33 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรที่มีระดับต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	Unstandardized		standardized	t	Sig.
	(B)	Std.Error	(β)		
(Costant)	-0.029	0.139	-	-0.209	0.835
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ	0.318	0.049	0.298	6.506	0.00*
ด้านความเข้าใจกันได้	0.01	0.058	0.009	0.171	0.864
ด้านความซับซ้อน	0.225	0.055	0.209	4.085	0.00*
ด้านความสามารถนำไป ทดลองใช้	0.116	0.054	0.114	2.155	0.032*
ด้านสามารถสังเกตได้	0.316	0.061	0.298	5.175	0.00*

*ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตาราง 33 ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบของตัวแปรที่มีระดับต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ(X_1) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.318 ด้านซับซ้อน(X_3) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.225 ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้(X_4) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.116 และด้านสามารถสังเกตได้(X_5) มีค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปแบบของคะแนนดิบเท่ากับ 0.316

ซึ่งสามารถเขียนสมการการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = -0.029 + 0.318(X_1) + 0.225(X_3) + 0.116(X_4) + 0.316(X_5)$$

จากสมการการพยากรณ์หมายความว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นยอมรับ เพิ่มขึ้น 0.318 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความซับซ้อนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นยอมรับ เพิ่มขึ้น 0.225 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นยอมรับ เพิ่มขึ้น 0.116 หน่วย คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านสามารถสังเกตได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ขึ้นยอมรับเพิ่มขึ้น 0.316 หน่วย

จากสมการ พบว่า คุณลักษณะของนวัตกรรมด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบและด้านสามารถสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยขึ้นยอมรับ ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด ($\beta=0.298$)

ตาราง 34 สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการ ทดสอบ
สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน	
1.1 เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน	
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นรับรู้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นมีความสนใจ	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นประเมินผล	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ	○
1.2 สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน	
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นรับรู้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นมีความสนใจ	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นประเมินผล	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ	○

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการ ทดสอบ
1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน	
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นรับรู้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นมี ความสนใจ	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้น ประเมินผล	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้น ยอมรับ	○
1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน	
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นรับรู้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นมี ความสนใจ	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้น ประเมินผล	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้	○
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้น ยอมรับ	○

ตาราง 34 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการ ทดสอบ
1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน	
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นรับรู้	O
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นมีความสนใจ	O
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นประเมินผล	O
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นทดลองใช้	O
กระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ชั้นยอมรับ	O
สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย	
คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ	P
คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ด้านความเข้ากันได้	P
คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ด้านความซับซ้อน	P
คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้	P
คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ด้านสามารถสังเกตได้	P
หมายเหตุ เครื่องหมาย P หมายถึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เครื่องหมาย O หมายถึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

ความมุ่งหมายการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างลักษณะด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ สถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะการยอมรับนวัตกรรมในด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองได้ และสังเกตได้ต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทราบถึงการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยสามารถนำผลที่ได้จากงานวิจัยไปประยุกต์ วางแผน และพัฒนาแอปพลิเคชัน Krungthai Next ได้
2. ผู้ที่สนใจในเรื่องนวัตกรรมและเทคโนโลยีแอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการศึกษาและวิจัยด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องในครั้งต่อไปได้

สมมติฐานงานวิจัย

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน
2. คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

วิธีการดำเนินการศึกษาและค้นคว้า

1. ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานทำวิจัย ได้แก่ ผู้ที่มีอายุ 40-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

กรุงเทพมหานคร และ เคยใช้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai Next ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ที่ให้บริการแอปพลิเคชัน Krungthai Next ที่มีอายุ 40-60 ปี และอาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ระบุระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, น. 25-26) และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นลักษณะคำถามคัดกรองผู้กรอกแบบสอบถาม (Screening Questions) เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed - ended Questions) โดยคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว มีทั้งหมด 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นลักษณะคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed - ended Questions) โดยคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นลักษณะคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วนคือ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ สังเกตได้ มีทั้งหมด 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นลักษณะคำถามที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ในกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ซึ่งแบ่งเป็น 5 ส่วนคือ ขั้นรับรู้ ขั้นมีความสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองใช้ ขั้นยอมรับ มีทั้งหมด 15 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1. แบบสอบถามส่วนที่ 1 ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ นำมาแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

2. แบบสอบถามส่วนที่ 2 ด้านคุณลักษณะนวัตกรรม ได้แก่ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ สังเกตเห็นผล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. แบบสอบถามส่วนที่ 3 ด้านการยอมรับนวัตกรรม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน ด้วยการทดสอบแบบ Independent Sample t-test และ One-way Analysis of Variance

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วยประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ด้วยการทดสอบแบบ Multiple Regression Analysis

สรุปผลการค้นคว้า

ผลการศึกษการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถามได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผลวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้กรอกแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 400 คน พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง ทั้งสิ้น 224 คน หรือร้อยละ 56 มีสถานภาพโสด ทั้งสิ้น 255 คน หรือร้อยละ 63.7 มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี ทั้งสิ้น 197 คน หรือร้อยละ 49.3 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ทั้งสิ้น 244 คน หรือร้อยละ 61 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 30,001 – 45,000 บาท ทั้งสิ้น 186 คน หรือร้อยละ 46.5

ตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีคำถามทั้งหมด 15 ข้อ

ผลวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของผู้กรอกแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 400 คน พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามส่วนมากมีระดับความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวมอยู่ในระดับสูง พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งสามารถแยกเป็นแต่ละด้านได้ ดังต่อไปนี้

1.ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับสูงมาก พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ช่วยให้เข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้ง่ายกว่าการไปติดต่อที่สาขาของธนาคาร พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

2.ด้านความเข้ากันได้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมต่างๆ พบค่าเฉลี่ย 4.20

3.ด้านความซับซ้อน พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถสมัครใช้งานได้ง่าย พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

4.ด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง พบค่าเฉลี่ยเท่า 4.06 โดยข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีคุณสมบัติใหม่เช่น ถอนเงินไม่ใช้บัตร เงินเข้าออกไลน์บอกฟรีเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจใช้งานแอปพลิเคชัน พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

5.ด้านสามารถสังเกตได้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับสูง พบค่าเฉลี่ยเท่า 4.16 โดยข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เมื่อท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ทำให้ท่านสามารถประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นอย่างดี พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ตอนที่ 3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของผู้กรอกแบบสอบถาม ซึ่งมีคำถามทั้งหมด 15 ข้อ

ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งสิ้น 400 คน พบว่า ผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next โดยรวมในระดับดี พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ซึ่งสามารถแยกเป็นแต่ละขั้นได้ ดังต่อไปนี้

1.ขั้นรับรู้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดี พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านรับรู้ว่ามีแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมีบริการต่างๆของธนาคารอยู่มากมายเช่น การโอนเงิน ถอนเงิน เช็คยอดเงิน จ่ายบิล ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

2.ชั้นมีความสนใจ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดี พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านค้นหาข้อมูลแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยตามสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

3.ชั้นประเมินผล พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดมีทั้งหมด 2 ข้อคือ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยสามารถทำให้การให้บริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น และแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยช่วยให้ท่านไม่ต้องเสียอารมณ์กับการรอคิวที่สาขาของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เท่ากันทั้ง 2 ข้อ

4.ชั้นทดลองใช้ พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดี พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ท่านพบว่าสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้สะดวก รวดเร็วกว่าเดิม พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

5.ชั้นยอมรับ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในระดับดี พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 โดยข้อที่พบค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมีประโยชน์ต่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆของผู้คนเป็นอย่างมาก พบค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้น การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน

1.1 เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.2 สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.4อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

1.5รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ ส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

ผลวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 ด้านส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภคนอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้าน ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภคนอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานครมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่นๆ ($\beta = 0.34$)

อภิปรายผล

จากการศึกษา การยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภคนอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญสามารถมาอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับชั้น การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 5 ด้านที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะปัจจุบันสมาร์ตโฟนได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพ และแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งก็เป็นแอปพลิเคชันที่เพิ่มความสะดวก

รวดเร็วในการทำธุรกรรมการเงินต่างๆ ให้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย ทุกสาขาอาชีพมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิพิศ โหตรวณนธ์ (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการยอมรับนวัตกรรมรถยนต์ไฮบริดของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรมรถยนต์ระบบไฮบริดไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อธิพงศ์ อุ่นตันตยานนท์ (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพ ระดับชั้นการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ที่ประกอบไปด้วย ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ความเข้ากันได้ความสลับซับซ้อน สามารถทดลองใช้ได้ และสังเกตได้ ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย พบว่า คุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรม ทั้ง 5 ด้านส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภคอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Roger (1995) ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของนวัตกรรม เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการแพร่กระจายของนวัตกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

1. คุณลักษณะในประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การที่องค์กรหรือบุคคลรับรู้ว่าการนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ดีกว่าหรือมีประโยชน์กว่าสิ่งที่มีอยู่เดิมหรือสามารถใช้แทนสิ่งที่มีอยู่เดิมได้ เช่น ด้านความคุ้มค่า ด้านประสิทธิภาพในการทำงานหรือด้านความสะดวกในการใช้งาน ยิ่งองค์กรหรือบุคคลเห็นประโยชน์จากนวัตกรรมมากเท่าไร จะทำให้แนวโน้มที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้นมีมากขึ้นเท่านั้น

2. คุณลักษณะความเข้ากันได้ (Compatibility) คือ การที่บุคคลมองว่าการนวัตกรรมนั้นสอดคล้องกับค่านิยม แนวคิด เทคโนโลยี และประสบการณ์ของผู้รับนวัตกรรม หากนวัตกรรมใดสอดคล้องกับ แนวคิด ค่านิยม และสิ่งต่างๆ ได้ดี ก็มีแนวโน้มที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมนั้นได้ง่ายขึ้นและรวดเร็วขึ้น

3. คุณลักษณะความซับซ้อน (Complexity) คือ การที่นวัตกรรมถูกมองว่ายากต่อการนำไปใช้หรือยากต่อการทำความเข้าใจ ยิ่งมีความซับซ้อนมากเท่าไรก็จะมีแนวโน้มที่การยอมรับนวัตกรรมจะเป็นไปได้ช้ามากเท่านั้น

4. คุณลักษณะความสามารถในการนำไปทดลองใช้ (Trialability) คือ การที่นวัตกรรมสามารถนำไปทดลองใช้เพื่อให้เห็นผลที่แท้จริงได้ ซึ่งนวัตกรรมที่สามารถนำไปทดลองได้ จะถูกยอมรับได้รวดเร็วกว่า และมีอัตราการยอมรับที่สูงกว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถทดลองได้อีกด้วย

5. คุณลักษณะการสังเกตได้ (Observability) คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมนั้น รู้สึกว่านวัตกรรมสามารถมองเห็นกระบวนการในการปฏิบัติและเห็นผลลัพธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ถ้าผลลัพธ์ทางนวัตกรรมสามารถเห็นได้ชัดเจนมากเท่าไรก็ทำให้การยอมรับนวัตกรรมนั้นเร็วขึ้น

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรพล คงเจริญ (2557) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรม อันได้แก่ ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ ด้านการสังเกตได้ ด้านความเข้ากันได้ ด้านความสามารถนำไปทดลองใช้ ด้านการยอมรับความเสี่ยง และด้านความซับซ้อน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรพงศ์ อุณัตินเตยานนท์ (2557) ศึกษาวิจัยเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีการยอมรับนวัตกรรมด้านประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม ด้านความสอดคล้อง ด้านความซับซ้อน ด้านการทดสอบได้ และด้านการสังเกตได้ อยู่ในระดับสูง แนวโน้มในการใช้บริการระบบ 3G หรือ 4G ในอนาคตอยู่ที่ใช้บริการแน่นอน การบอกต่อให้บุคคลอื่นใช้บริการ 3G หรือ 4G อยู่ที่ยกต่อแน่นอน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการศึกษารายการยอมรับนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทยในกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 40-60 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังนี้

อิทธิพลของคุณลักษณะของการยอมรับนวัตกรรมสามารถทำนายกระบวนการยอมรับนวัตกรรมนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ได้ถึงร้อยละ 81.6 และเมื่อพิจารณาในรายด้านทั้ง 5 ด้าน จะพบว่าด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบนั้นส่งผลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่นๆ ดังนั้นธนาคารควรที่จะให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีคุณสมบัติใหม่ เช่น การยื่นขอสินเชื่อผ่าน

แอปพลิเคชัน ปรับปรุงหน้าตาของแอปพลิเคชันให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการและช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1.ในการวิจัยครั้งถัดไปควรทำการวิจัยเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Krungthai Next ว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด และควรปรับปรุงด้านใดบ้าง

2.ในการวิจัยครั้งถัดไปควรทำการวิจัยศึกษากลุ่มตัวอย่างจากจังหวัดอื่นๆ นอกเหนือจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3.ในการวิจัยครั้งถัดไปอาจใช้วิธีเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ใช้งาน Krungthai Next



บรรณานุกรม

- Nuttachit. (2561). SCB Easy – K-Plus – กรุงไทย NEXT เกมนี้ต้องต่าง. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/79166>
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Wan, Y., Nakayama, M., & Sutcliffe, N. (2010). The impact of age and shopping experiences on the classification of search, experience, and credence goods in online shopping. *Information Systems And E-Business Management*, 10(1), 135-148.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: สามลดดา.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2540). เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันจิรา แซ่เตียว. (2559). พฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับวัยกลางคน. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐยา สิ้นตระการผล. (2554). การบริการจัดการนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: เอกซ์เปอร์เน็ท.
- ธนาคารกรุงไทย. (2562). คำถามที่พบบ่อย - Krungthai NEXT. Retrieved from <https://www.ktb.co.th/th/content/personal/krungthai-next/faq>
- ธีรพงศ์ อุ่นตันเตยานนท์. (2557). การยอมรับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.), สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2545). นวัตกรรมการศึกษา. กรุงเทพฯ: เอสอาร์พรีนติ้ง.
- พรชนก พลาบุญย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์PromptPay)ของรัฐบาลไทย. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พิพิธ โหตรวณนท์. (2557). กระบวนการยอมรับนวัตกรรมรถยนต์ระบบไฮบริดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วัชรพล คงเจริญ. (2557). ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ บธ.ม.), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

สุชาดา พลาชัยภิรมย์ศิลป์. (2554). แนวโน้มการใช้โมบายแอปพลิเคชัน. วารสารนักบริหาร, 31(4), 110-115.

สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2538). นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.

อภิศักดิ์ อัจฉนันท์. (2557). รู้หรือไม่ว่า!! โมบายแอปพลิเคชันคืออะไร? และวิธีสังเกตแอปฯ ปลอมทำได้
อย่างไร? Retrieved from สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2562 จาก
<http://news.siamphone.com/news-17863.html>



ภาคผนวก





แบบสอบถาม

เรื่อง

อิทธิพลด้านคุณลักษณะนวัตกรรมที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย

ในกลุ่มผู้บริโภคนอายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Influence of Innovation Characteristics toward Innovation Adoption Process of
Krungthai Next Mobile Application among 40-60 Aged User in Bangkok
Metropolis

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัย อิทธิพลด้านคุณลักษณะ
นวัตกรรม ที่มีต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของ
ธนาคารกรุงไทย ในกลุ่มผู้บริโภค อายุ 40-60 ปี ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ

ข้อแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

1. กรุณาตอบคำถามทุกข้อ
2. กรุณาเติมเครื่องหมาย x ลงในช่องว่างให้ตรงกับความจริง
และตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะของประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของนวัตกรรม

ส่วนที่ 3 การยอมรับนวัตกรรม

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลา
และให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องว่าง [] ที่ตรงกับความจริงเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

- [] 1. ชาย [] 2. หญิง

2. สถานภาพ

- [] 1. โสด [] 2. สมรส [] 3. อื่นๆ ระบุ _____

3. ระดับการศึกษา

- [] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี [] 2. ปริญญาตรี
[] 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- [] 1. พนักงานบริษัทเอกชน [] 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
[] 3. ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ [] 4. ค้าขาย/รับจ้างทั่วไป/ลูกจ้าง/เกษตรกร
[] 5. ไม่ได้ประกอบอาชีพ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- [] 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท [] 2. 15,001-30,000 บาท
[] 3. 30,001-45,000 บาท [] 4. 45,001-60,000 บาท
[] 5. 60,000 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของ
ธนาคารกรุงไทย**

กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นหรือความรู้สึกมากที่สุด

คุณลักษณะของนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1 ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2 ไม่ เห็น ด้วย	3 ไม่แน่ใจ	4 เห็น ด้วย	5 เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
ด้านประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ					
แอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกรวดเร็วกว่าการทำธุรกรรมทางการเงินที่สาขาของธนาคารกรุงไทย					
แอปพลิเคชัน Krungthai Next ใช้งานง่ายกว่า แอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิม					
แอปพลิเคชัน Krungthai Next ช่วยให้เข้าถึงบริการต่างๆ ของธนาคารกรุงไทยได้ง่ายกว่าการไปติดต่อที่สาขาของธนาคาร					
ด้านความเข้ากันได้					
ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถตอบสนองความต้องการด้านธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี					
ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีคุณสมบัติที่ครอบคลุมต่อการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบัน					
ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมต่างๆ					
ด้านความซับซ้อน					
ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถสมัครใช้งานได้ง่าย					

**ส่วนที่ 2(ต่อ) คุณลักษณะของนวัตกรรม Krungthai Next แอปพลิเคชันของ
ธนาคาร กรุงไทย**

กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นหรือความรู้สึกมากที่สุด

คุณลักษณะของนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	1 ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2 ไม่ เห็น ด้วย	3 ไม่แน่ใจ	4 เห็น ด้วย	5 เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
ด้านความซับซ้อน					
ท่านคิดว่า การใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถเรียนรู้ ทำความเข้าใจได้ง่ายด้วยตนเอง					
ท่านคิดว่า รูปแบบรายการธุรกรรมต่างๆของแอปพลิเคชัน Krungthai Next สามารถจดจำได้ง่าย					
ด้านความสามารถในการนำไปทดลองใช้					
ท่านคิดว่ากิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยทำให้ท่านสนใจ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มากขึ้น					
ท่านคิดว่า การที่ธนาคารกรุงไทยใช้นายณเดชน์ คุกิมิยะ เป็นพรีเซ็นเตอร์ ช่วยกระตุ้นลูกค้าของธนาคารให้มาใช้ แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมากขึ้น					
ท่านคิดว่า แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีคุณสมบัติใหม่เช่น ถอนเงินไม่ใช้บัตร เงินเข้าออกไลน์บอกฟรี เป็นสิ่งกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจใช้งานแอปพลิเคชัน					
ด้านสามารถสังเกตได้					
ท่านคิดว่า เมื่อท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยทำให้ท่านสามารถทำธุรกรรมได้การเงินได้สะดวกรวดเร็วขึ้นเป็นอย่างมาก					
ท่านคิดว่า เมื่อท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ทำให้ท่านสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้ ง่ายกว่าการไปติดต่อที่สาขาของธนาคาร					
ท่านมักจะได้ยินผู้คนรอบข้างแนะนำให้ท่านใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยอยู่เป็นประจำ					

ส่วนที่ 3 การยอมรับ Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย
กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นหรือความรู้สึกมากที่สุด

การยอมรับ Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย	ระดับความคิดเห็น				
	1 ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2 ไม่ เห็น ด้วย	3 ไม่แน่ใจ	4 เห็น ด้วย	5 เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
ขั้นรับรู้					
ท่านเคยทราบข้อมูลว่าธนาคารกรุงไทยกำลังพัฒนาแอปพลิเคชันใหม่ตั้งแต่ท่านยังใช้แอปพลิเคชัน KTB Netbank					
ท่านทราบว่าธนาคารกรุงไทยมีการเปิดตัวแอปพลิเคชัน Krungthai Next แทนที่แอปพลิเคชัน KTB Netbank					
ท่านทราบว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยมีบริการต่างๆ ธนาคารอยู่มากมาย เช่น การโอนเงิน ถอนเงิน เช็คยอดเงิน จ่ายบิล ฯลฯ					
ขั้นมีความสนใจ					
ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเมื่อท่านได้ยินจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ					
ท่านสอบถามข้อมูลแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จากบุคคลใกล้ชิด					
ท่านค้นหาข้อมูลแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของ ธนาคารกรุงไทย ตามสื่อต่างๆ					
ขั้นประเมินผล					
ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย จะเป็นทางเลือกที่ดีในการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ					
ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย สามารถทำให้การใช้บริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น					
ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ช่วยให้ท่านไม่ต้องเสียอารมณ์กับการรอคิวที่สาขาของธนาคาร					

ส่วนที่ 3 (ต่อ) การยอมรับ Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย
กรุณาใส่เครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นหรือความรู้สึกมากที่สุด

การยอมรับ Krungthai Next แอปพลิเคชันของธนาคารกรุงไทย	ระดับความคิดเห็น				
	1 ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	2 ไม่ เห็น ด้วย	3 ไม่แน่ใจ	4 เห็น ด้วย	5 เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
ขั้นตอนการใช้					
เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ท่านพบว่าใช้งานได้ง่ายกว่าแอปพลิเคชัน KTB Netbank เดิมเป็นอย่างมาก					
เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยท่านพบว่าสามารถเข้าถึงบริการต่างๆของธนาคารกรุงไทยได้สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม					
เมื่อท่านทดลองใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย ท่านพบว่า มีคุณสมบัติตามที่ท่านคาดหวังไว้					
ขั้นยอมรับ					
ท่านจะแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดใช้แอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย					
ท่านจะแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ปัญหา กับผู้ที่ใช้งานแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทยเหมือนกัน					
ท่านคิดว่าแอปพลิเคชัน Krungthai Next ของธนาคารกรุงไทย มีประโยชน์ต่อการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆของผู้คนเป็นอย่างมาก					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายพลการ ถิ่นจันทร์
วัน เดือน ปี เกิด	20 พฤษภาคม พ.ศ.2534
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2552-2555 ศิลปศาสตรบัณฑิต (การออกกำลังกายและการกีฬา) จาก วิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 25560-2562 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ) จาก คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ที่อยู่ปัจจุบัน	252/105 ซอยเคหะร่มเกล้า 39 ถนนราษฎร์พัฒนา แขวงคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

