

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสร้างความภักดีกับผู้ใช้ระบบโมบายแบงก์กิงในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นายสมานสันติ พณิชยเสรีวงษ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพที่ส่งผลต่อการสร้างความภักดีของผู้ใช้งานระบบโมบายแบงก์กิง (Mobile Banking) โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยคุณภาพของระบบโมบายแบงก์กิงประกอบด้วย ปัจจัยคุณภาพด้านเทคนิค ปัจจัยคุณภาพด้านระบบโปรแกรมประยุกต์ และปัจจัยคุณภาพด้านการให้บริการช่วยเหลือลูกค้า ปัจจัยคุณภาพด้านเทคนิค ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย: ปัจจัยการป้องกันเชิงเทคนิคด้านความปลอดภัย ปัจจัยขั้นตอนการทำธุรกรรม และปัจจัยค่าแถลงนโยบายด้านความปลอดภัย ปัจจัยคุณภาพด้านระบบโปรแกรมประยุกต์ ประกอบด้วย 3 ปัจจัยย่อย: ปัจจัยด้านเนื้อหา การออกแบบ และความเชื่อถือได้ของระบบโมบายแบงก์กิง ปัจจัยคุณภาพด้านการให้บริการช่วยเหลือลูกค้าประกอบด้วย 2 ปัจจัยย่อย: ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการช่วยเหลือลูกค้า และปัจจัยด้านการตอบสนองให้ความช่วยเหลือลูกค้า ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความรับรู้ความปลอดภัยของระบบโมบายแบงก์กิง คือ ปัจจัยขั้นตอนการทำธุรกรรมและค่าแถลงนโยบายด้านความปลอดภัย ส่วนองค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความไว้วางใจ ประกอบด้วย ขั้นตอนการทำธุรกรรม ค่าแถลงนโยบายด้านความปลอดภัย ความเชื่อถือได้ของระบบการตอบสนองให้ความช่วยเหลือ และการรับรู้ความปลอดภัย ความไว้วางใจมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจต่อระบบโมบายแบงก์กิง และสร้างความภักดีให้กับผู้ใช้งาน

**คำสำคัญ:** โมบายแบงก์กิง, คุณภาพการให้บริการ, ความไว้วางใจ, ความพึงพอใจ, ความภักดี

Thesis Title	LOYALTY CREATION FOR MOBILE BANKING USERS
Author	Mr. Samantsanti Panichsarewong
Degree	Master of Science Program (Management Information Systems)
Major Field/Faculty/University	Management Information Systems Commerce and Accountancy Thammasat University
Thesis Advisor	Professor Siriluck Rotchanakitumnuai, Ph.D.
Academic Years	2018

## ABSTRACT

The objective of this study is to determine key factors that create loyalty among mobile banking users. The three main key factors are technical quality, application quality, and customer service quality. Technical Quality consists of three sub-dimensions: technical protection, transaction procedure and security statement. Application quality consists of three sub-dimensions: content, design and reliability of the system. Customer service quality has two sub-dimensions: channels to assist customer and responsiveness of customer service. Transaction procedure and security statement are the key factors that enhance perceived security among users. Key factors that effect on customer trust consist of transaction procedure, security statement, reliability, responsiveness, and perceived security. Trust among users lead to enhance customer's satisfaction and loyalty.

**Keywords:** Mobile Banking, Service Quality, Trust, Satisfaction, Loyalty