

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงิน
ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

**FACTORS AFFECTING MOBILE BANKING USAGE BEHAVIOUR
IN BANGKOK**

พัชริดา ไล่ทอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกระบบสารสนเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงิน
ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

พัชริดา ไล่ทอง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกระบบสารสนเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงิน
ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Mobile Banking Usage Behavior in Bangkok

ชื่อ - นามสกุล

นางสาวพัชริดา ใต้ทอง

วิชาเอก

ระบบสารสนเทศ


อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉันทณรงค์ จตุรัส, ปร.ค.


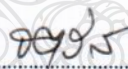
ปีการศึกษา

2559

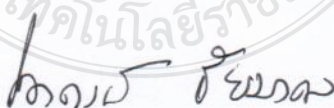
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ฉัตรวัฒน์ ไพบูลย์กุลกร, Ph.D.)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ชยันต์ กันอำ, วท.ม.)

 
..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉันทณรงค์ จตุรัส, ปร.ค.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นารถทิพย์ ชัยมงคล, ปร.ค.)

วันที่ 5 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2559

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวพัชริดา ใต้ทอง
วิชาเอก	ระบบสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตรณรงค์ จตุรัส, ประ.ด.
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ วิเคราะห์ข้อมูลระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ วิเคราะห์ข้อมูลระหว่างการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับส่วนประสมทางการตลาด และวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับทัศนคติ การศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ทั้งผู้ที่เคยใช้งานและไม่เคยใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 420 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการคือแบบสอบถาม สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไค-สแควร์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท และใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากธนาคารกสิกรไทย การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ธนาคารที่ให้มีความหลากหลายช่องทางในการสอบถามรายละเอียด ได้รับความสนใจเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือด้านความปลอดภัยของการใช้งานแอปพลิเคชันและช่องโหว่ ด้านทัศนคติ คือ ประโยชน์ของการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ ช่วยการลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร และ เทคโนโลยีมีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติที่มีต่อการใช้ธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

คำสำคัญ : ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

Independent Study Title	Factors Affecting Mobile Banking Usage Behavior in Bangkok
Name-Surname	Miss Patcharida Taithong
Major Subject	Information Systems
Independent Study Advisor	Assistant Professor Natnarong Jaturat, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

This independent study aimed to study financial transaction via mobile phone, analyze demographic characters in accordance with financial transaction via mobile phone, analyze marketing mix in accordance with financial transaction via mobile phone and analyze attitude towards using financial application with financial transaction via mobile phone.

This study was a survey research. Population and samples were people who used and did not use financial transaction via mobile phone. Samples were those of 420 people who lived or worked in Bangkok metropolitan. A set of questionnaire was used as a research instrument for data collection. Descriptive statistics included frequency, percentage, mean and standard deviation, along with hypothesis testing and Chi-square were used for data analysis.

The result of this study showed that most respondents were female, aged between 25 - 30, holding a bachelor degree or equivalent, working for private company with an average monthly income between 15,001 - 20,000 baht. Most of them used financial transaction via mobile phone with Kasikorn Bank. In marketing mix analysis, the important factors were several channels for the information inquiry, security and vulnerability respectively. In attitude towards using financial application on mobile phone analysis, cost reduction, modern and convenient use of technology were found respectively. The hypothesis testing indicated that the demographic, marketing mix, and attitude correlated with financial transaction via mobile phone.

Keywords: mobile banking, mobile phone, decision of mobile banking service usage

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขต กรุงเทพมหานคร

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์วสันต์ กันอ่ำ อาจารย์ที่ปรึกษาในการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาเสียสละเวลา ให้ความรู้ ตลอดจนช่วยเหลือ สนับสนุน และให้แนวทางที่เป็นประโยชน์ในการศึกษา ตลอดจนตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ จนทำให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ที่ให้ความอนุเคราะห์ด้านการศึกษาและคอยเป็นกำลังใจเสมอมา ขอขอบคุณ พี่น้อง และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้คำ แนะนำ และความช่วยเหลือรวมทั้งขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้สละเวลาและตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

และสุดท้ายนี้ผู้ศึกษาหวังว่า ผลจากการค้นคว้าอิสระเล่มนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจศึกษาการค้นคว้าฉบับนี้มิใช่สิ่งใดบกพร่องหรือผิดพลาดประการใดขออภัยอย่างสูงในข้อผิดพลาดมา ณ ที่นี้ด้วย

พัชริดา ใต้ทอง

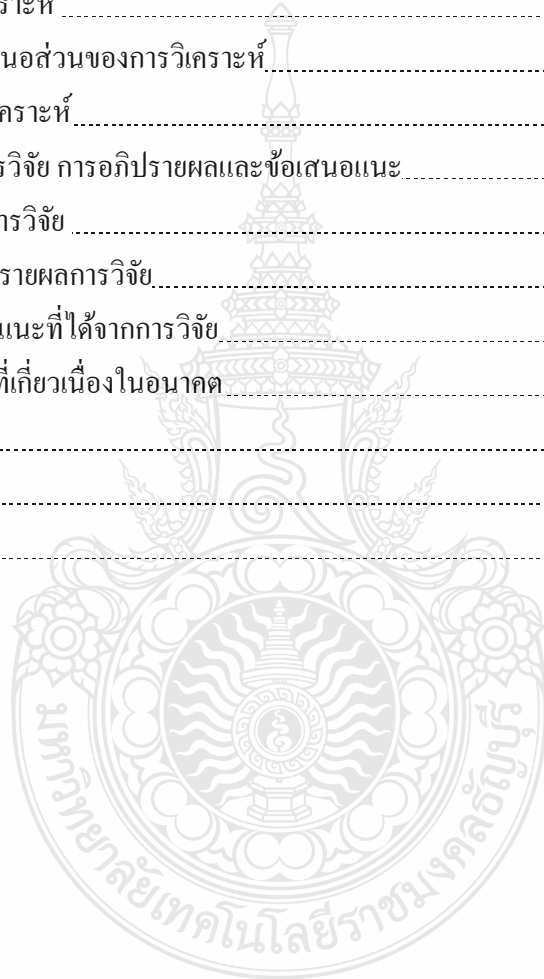


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
บทที่ 1 บทนำ	10
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	10
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	11
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	12
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	12
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	14
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	16
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	17
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.1 ธนาคารและกิจกรรมของธนาคาร.....	18
2.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่.....	21
2.3 Mobile Banking.....	22
2.4 ปุ่มช่วยเหลือ Mobile Banking.....	23
2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	26
2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	27
2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	32
2.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติหรือเจตคติ.....	34
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	38
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	47
4.1 การนำเสนอส่วนของการวิเคราะห์.....	48
4.2 ผลการวิเคราะห์.....	53
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	80
5.1สรุปผลการวิจัย.....	80
5.2 การอภิปรายผลการศึกษา.....	92
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	95
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	96
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก.....	101
ประวัติผู้เขียน.....	104



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	48
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	48
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม ระดับการศึกษา.....	48
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	49
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	49
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก ตามการใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากธนาคาร.....	50
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร.....	50
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านทัศนคติ.....	52
ตารางที่ 4.9 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างเพศกับการใช้งานธุรกรรมการเงิน ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	53
ตารางที่ 4.10 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างอายุกับการใช้งานธุรกรรมการเงิน ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	55
ตารางที่ 4.11 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างระดับการศึกษากับการใช้งาน ธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	56
ตารางที่ 4.12 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างอาชีพกับการใช้งาน ธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการ ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	60
ตารางที่ 4.14 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับการ ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	62
ตารางที่ 4.15 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยด้านราคากับการ ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	63
ตารางที่ 4.16 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายกับการ ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	65
ตารางที่ 4.17 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกับการ ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	66
ตารางที่ 4.18 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยด้านความปลอดภัยกับการ ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	68
ตารางที่ 4.19 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างความรู้ความเข้าใจกับบริการของธนาคารกับการ ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	70
ตารางที่ 4.20 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างความรู้ความเข้าใจบริการของธนาคาร กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	71
ตารางที่ 4.21 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างเทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็ว ต่อการใช้งานกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	73
ตารางที่ 4.22 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำ ธุรกรรมที่ธนาคารกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	75
ตารางที่ 4.23 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหา การใช้งานกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่.....	76
ตารางที่ 4.24 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย.....	78

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้คงต้องยอมรับกันว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) นั้นเป็นปัจจัยที่ 5 เนื่องจากพฤติกรรมของมนุษย์ที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากอินเทอร์เน็ตที่แต่ก่อนมักจะเห็นอยู่ในแต่คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะหรือคอมพิวเตอร์พกพา แต่ปัจจุบันนี้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามากมายทำให้เกิดโทรศัพท์มือถือที่ทันสมัยขึ้นและได้มีการพัฒนาฟังก์ชันการทำงานใหม่ๆ เกิดขึ้นทำให้หลายคนส่วนใหญ่นั้นให้ความสนใจการบริการต่างๆ จึงทำให้เกิดผู้พัฒนาระบบต่างๆ ในธุรกิจของตนเอง โดยการปรับเปลี่ยนเว็บไซต์ของตนเองให้มาเป็นโมบาย-อิตีชั่นเพื่อคนที่ใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ผ่านมือถือ นั้นเกิดความสะดวกสบายในข้อมูลและยังพัฒนามาเรื่อยๆ นอกจากนี้จะกล่าวถึง Digital Economy หรือเศรษฐกิจดิจิทัลนั้น ประเทศไทยเคยผ่านนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ทันกับโลกในยุคปัจจุบัน ตั้งแต่ Knowledge Economy หรือเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ และ Creative Economy การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ แม้ว่าแนวทางเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ประเทศไทยต้องการแต่ด้วยความไม่มั่นคงทางการเมืองทำให้การขับเคลื่อนนโยบายเหล่านี้ขาดความต่อเนื่องจนไม่เห็นผลเป็นชิ้นเป็นอันแต่หากมองกลับในอีกมุมหนึ่งต่างก็มาจากรากฐานเดียวกัน คือ “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอาศัยองค์ความรู้เป็นพื้นฐาน” ใน Knowledge Economy นั้นเศรษฐกิจถูกวางให้มีการพัฒนาโดยอาศัยความรู้ความสามารถของบุคลากรที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ Creative Economy นั้นมีเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการผ่านทางนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ดังนั้นหากจะเข้าใจความหมายของ Digital Economy นั้นคือ “การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตมวลรวมของประเทศ” อย่างไรก็ตามสืบเนื่องจากที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อเศรษฐกิจดิจิทัลโดยมุ่งเน้นการผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลตลอดจนการใช้ดิจิทัลรองรับการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กสอ. จึงได้สนองนโยบายรัฐบาลในประเด็นดังกล่าวโดยนำดิจิทัลเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม SMEs ซึ่งส่วนใหญ่ยังไม่สามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือ ICT มาใช้ในธุรกิจได้เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจและทักษะในการใช้ประโยชน์จาก ICT ทั้งนี้ กสอ. ได้จัดสรรงบประมาณ 100.45 ล้านบาทมาใช้ในการพัฒนา

ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมภายใต้กรอบแนวคิดดิจิทัลเอสเอ็มอี (Digital SMEs) ด้วยการปรับกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างเป็นระบบ จากงานศึกษานี้จะกล่าวถึงตัวแอปพลิเคชันของธนาคารต่าง ๆ ที่ใช้แอปพลิเคชันบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือเป็นรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ ในรูปของออนไลน์โดยได้มีการออกแบบมาให้ใช้งานได้ง่ายผ่านอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้ผู้ใช้งานนั้นไม่จำเป็นที่จะเดินเข้าธนาคารทำธุรกรรมทางการเงินอีกต่อไป เพราะบริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ นั้นได้ถูกออกแบบมาเพื่อความคล่องตัวในการใช้งานและยังสามารถที่จะตอบสนองความต้องการและความสะดวกของทุกชนชั้นเช่นเดียวกันทางธนาคารต้องมีการปรับตัวและใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการนำเสนอบริการใหม่นอกเหนือจากบริการพื้นฐานและนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการให้บริการเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคได้อีกช่องทางหนึ่งอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและกลายมาเป็นกระแสหลักของพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน เนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็วในการใช้บริการจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมถึงปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้งานการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชาชนทั่วไปในด้านส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์อย่างยิ่งทั้งทางตรงและทางอ้อมกับธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ พัฒนาระบบให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพเหมาะสมกับสภาพการณ์และความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขัน ในด้านการบริการที่ค่อนข้างสูงในปัจจุบันและเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการกับทางธนาคารให้มากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างประชากรศาสตร์กับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
- 1.2.4 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างทัศนคติกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.3.3 ปัจจัยด้านทัศนคติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งไม่ทราบจำนวนอย่างชัดเจน เนื่องจากมีผู้คนเข้ามาทำงานอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก การคัดเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบโควตา จำแนกออกตามพื้นที่โดยการแบ่งพื้นที่เขตตามที่ตั้งของพื้นที่โดยแบ่งพื้นที่ทั้งหมดออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เขตชั้นใน สถานที่เก็บข้อมูล คือ ห้างมาบุญครอง สยามสแควร์ เซ็นทรัลพระราม 3 อนุสาวรีย์ จำนวน 134 ราย เขตชั้นกลาง สถานที่เก็บข้อมูล คือ เซ็นทรัลพระราม 2 เซ็นทรัลลาดพร้าว เซ็นทรัลบางนา ห้างโลตัสสาขาบางพลัด จำนวน 134 ราย และเขตชั้นนอก สถานที่เก็บข้อมูล คือ ไอทีสแควร์หลักสี่ ห้างโลตัสสาขาหนองแขม จำนวน 134 ราย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้ศึกษาไม่สามารถทราบจำนวนผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครได้อย่างชัดเจน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณหาค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้ คือจำนวน 400คน และจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด เนื่องจากเอกสารอาจชำรุด ผู้ศึกษาได้เพื่อแบบสอบถาม จำนวน 20 ชุด รวมเป็นจำนวน 420 ชุดระยะเวลาการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 ถึง เดือน มกราคม 2559

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 วิธีการดำเนินการ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครโดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1.2 ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่เคยใช้งานหรือไม่เคยใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่สุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินงานการศึกษาตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 ถึง เดือน มกราคม 2559

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็น

1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่

- 1.1.1 เพศ
- 1.1.2 อายุ
- 1.1.3 ระดับการศึกษา
- 1.1.4 อาชีพ
- 1.1.5 รายได้ต่อเดือน

1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่

- 1.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- 1.2.2 ปัจจัยด้านราคา
- 1.2.3 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย
- 1.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1.3 ปัจจัยด้านทัศนคติได้แก่

- 1.3.1 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร
- 1.3.2 ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร
- 1.3.3 เทคโนโลยีมีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน
- 1.3.4 ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร
- 1.3.5 สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน

2. ตัวแปรตาม แบ่งเป็น

2.1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่

- 2.1.1 โอนเงิน
- 2.1.2 เช็คยอดเงิน
- 2.1.3 เดบิตเงิน
- 2.1.4 ชำระเงิน

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1.5.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographics) หมายถึง ลักษณะเฉพาะของผู้ใช้บริการที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดรายได้ต่อเดือนสถานภาพสมรสและอาชีพ ซึ่งสามารถแยกคำศัพท์ได้ดังนี้

การศึกษา คือ กระบวนการเรียนรู้ของผู้ที่เรียนแต่ละคน ที่มีการตีความการนำสิ่งที่ศึกษาไปประยุกต์ใช้ให้เกิดกระบวนการเรียนรู้กับบุคคลหรือจะเรียกว่า การสร้างให้บุคคลให้มีความรู้มีความสามารถทักษะพื้นฐานเพื่อความพร้อมที่จะนำไปประกอบวิชาชีพได้

อายุ คือ เวลาที่เราได้มีชีวิตที่ดำรงอยู่นับตั้งแต่ช่วงเวลาของวันเดือนปีที่เราก่อเกิดขึ้นมาจนมาถึงช่วงเวลา ณ ปัจจุบันนี้ เป็นการบอกถึงเวลาของแต่ละบุคคลที่เกิดมาที่เป็นช่วงอายุหรือกลุ่มของอายุ เช่น 0-5 ขวบ เป็นช่วงวัยทารก 6-20 ปี เป็นช่วงวัยเด็ก 21-50 ปี เป็นช่วงวัยผู้ใหญ่ 51-80 ปี เป็นช่วงวัยชรา

เพศ คือ สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างทางด้านสรีระของผู้ชายและผู้หญิง โดยถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมหรือทางสังคมที่จะแสดงให้เห็นถึงบทบาทของเพศชายหรือเพศหญิง

อาชีพ คือ การทำมาหากินจากการทำงานกิจกรรมใด ๆ หรือการประกอบอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้หรือมีรายได้ตอบแทนกลับมาเป็นค่าจ้างหรือเงินเดือนโดยอาศัยจากความรู้ ความสามารถ แรงงาน ทักษะ ความชอบหรือความถนัดของบุคคล

รายได้ คือ ผลตอบแทนการจ้างงานที่ได้จากการทำกิจการหรือการประกอบอาชีพใด ๆ ที่ได้รับเป็นตัวค่าจ้างหรือเงินเดือนและสวัสดิการ รวมถึงผลตอบแทนอื่น ๆ ที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน

1.5.2 อินเทอร์เน็ต (Internet) หมายถึง ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งเกิดจากการเชื่อมต่อระบบคอมพิวเตอร์เครือข่ายหลายเครือข่ายรวมตัวกันเป็นระบบเครือข่ายขนาดใหญ่จึงทำให้สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ทั่วโลกเสมือนเป็นโลกที่ไร้พรมแดน

1.5.3 ธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางมือถือ

1.5.4 โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) หมายถึง อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในการสื่อสารสองทางผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้คลื่นวิทยุในการติดต่อกับโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยผ่านสถานีฐาน โดยเครือข่ายของโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการแต่ละรายจะเชื่อมต่อกับเครือข่ายของ

โทรศัพท์บ้านและเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการอื่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถเพิ่มขึ้นในลักษณะคอมพิวเตอร์พกพาจะถูกกล่าวถึงในชื่อ สมาร์ทโฟน

1.5.5 ทักษะคน คือการแสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อบุคคล สถานที่ สิ่งของ หรือ เหตุการณ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่งผลต่ออารมณ์และพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย

1.5.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ Mobile Banking ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของบริการ Mobile Banking เช่น ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร มาตรฐานของระบบการให้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความถูกต้อง แม่นยำความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวและความหลากหลายของบริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี บริการโอนเงิน บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการต่าง ๆ บริการเติมเงิน โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

ด้านราคา (Price) หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับอัตราค่าบริการหรือค่าธรรมเนียมในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ เช่น ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและมาตรฐานของการให้บริการไม่มีค่าธรรมเนียมรายปีและการให้บริการโดยไม่คิดค่าธรรมเนียม เช่น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า บริการชำระค่าบริการต่าง ๆ บริการเติมเงิน โทรศัพท์เคลื่อนที่ บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี เป็นต้น

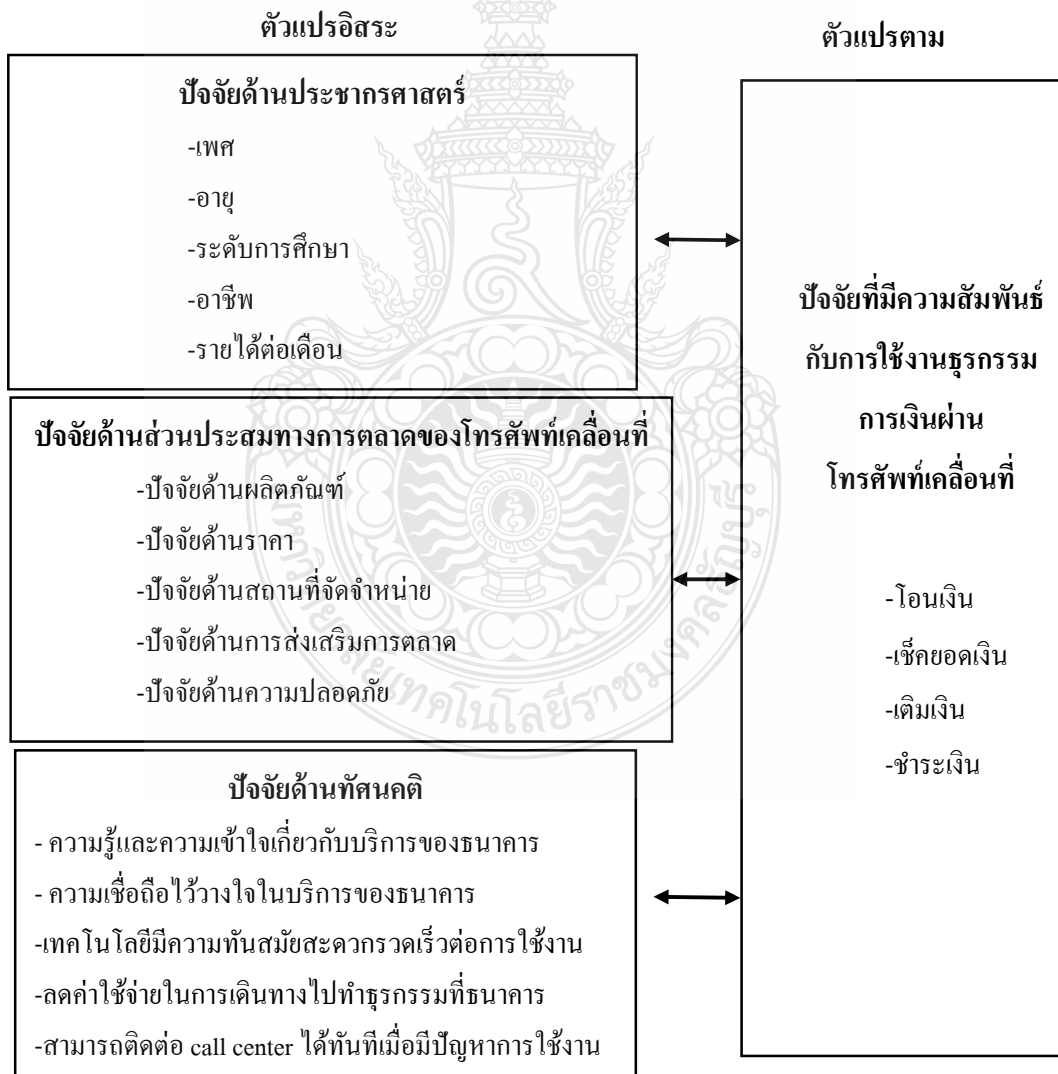
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับช่องทางที่ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อรับบริการหรือสอบถามรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น ความหลากหลายของช่องทางในการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม เช่น สอบถามจากพนักงานประจำสาขาหรือพนักงาน Call Center หรือดูรายละเอียดในเว็บไซต์ของธนาคาร ความสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ความสะดวกในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ทุกที่ที่มีสัญญาณโทรศัพท์ครอบคลุม ความสะดวกในการสมัครใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับการให้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือได้ทุกเครือข่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การจัดเตรียมเอกสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ความหลากหลายของการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การแนะนำและให้ความรู้การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อแนะนำการให้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าของธนาคารอย่างสม่ำเสมอ ผ่านทาง SMS, MMS หรือ E-mail นอกจากนี้ทาง

ธนาคารมีการมอบของที่ระลึกของสมนาคุณ สำหรับลูกค้าในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่นวันปีใหม่ วันเกิด หรือเมื่อมีการสมัครใช้บริการเป็นครั้งแรก เป็นต้น

1.5.7 การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Decision of Mobile Banking Service Usage) หมายถึง การตระหนักถึงความต้องการการค้นคว้าหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประเมินผลทางเลือก แล้วจึงทำการตัดสินใจ หลังจากการใช้บริการก็จะทำการประเมินผลว่าเกิดความพึงพอใจหรือไม่ในการใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ในครั้งต่อไปของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการแนะนำหรือบอกต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้แก่บุคคลรอบข้าง

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



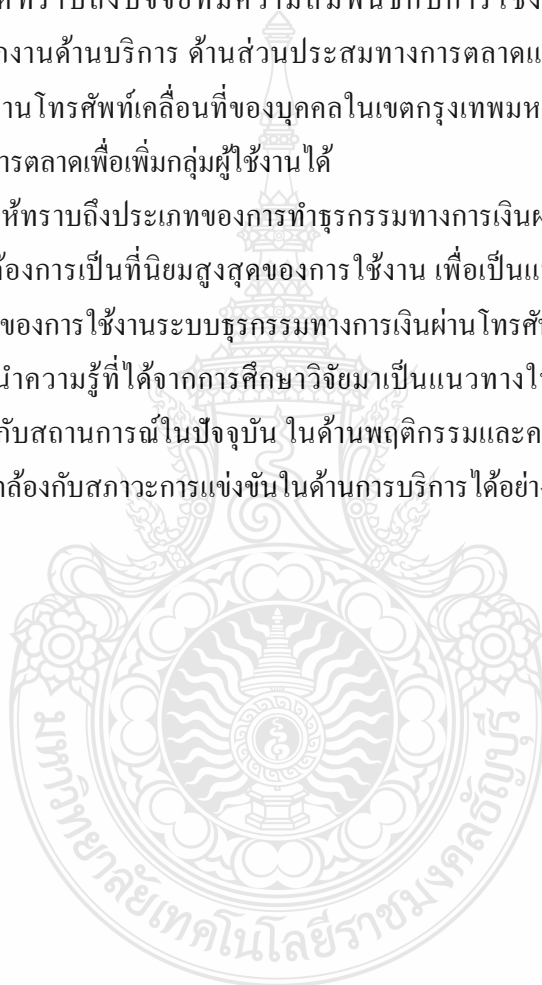
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครมาเป็นแนวทางการพัฒนาการบริการของการดำเนินธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำไปพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.7.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากงานด้านบริการ ด้านส่วนประสมทางการตลาดและด้านทัศนคติของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อนำไปให้ธนาคารนำไปดำเนินการทางการตลาดเพื่อเพิ่มกลุ่มผู้ใช้งานได้

1.7.3 เพื่อให้ทราบถึงประเภทของการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นว่าประเภทใดที่มีความต้องการเป็นที่นิยมสูงสุดของการใช้งาน เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาถึงการพัฒนาและการต่อยอดของการใช้งานระบบธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

1.7.4 เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ของธนาคารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ในด้านพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าให้มีประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับสภาวะการแข่งขันในด้านการบริการได้อย่างเหมาะสม



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

- 2.1 ธนาคารและกิจกรรมของธนาคาร
- 2.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่
- 2.3 Mobile Banking
- 2.4 ปุ่มช่วยเหลือ Mobile Banking
- 2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติหรือเจตคติ
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ธนาคารและกิจกรรมของธนาคาร

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่จะต้องจ่ายเงินตามพระราชบัญญัติธนาคารพาณิชย์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2522 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของการธนาคารพาณิชย์ไว้ว่า การธนาคารพาณิชย์คือ ธนาคารที่ประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องการจ่ายเงินเมื่อทวงถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันกำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น 1. การให้กู้ยืม 2. ซื้อมาขายหรือเก็บเงินตามตั๋วเงิน หรือตราสารเปลี่ยนมืออื่นใด 3. ซื้อมาขายเงินตราต่างประเทศทั้งนี้จะประกอบธุรกิจประเภทอื่น ๆ อันเป็นประเพณีของธนาคารพาณิชย์ด้วยก็ได้ สำหรับธนาคารพาณิชย์คือ ธนาคารที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการและหมายความรวมถึงสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ด้วยลักษณะทั่วไปของธนาคารพาณิชย์คือ 1. ธนาคารพาณิชย์ เป็นธนาคารที่รับฝากเงินประเภทที่จ่ายเงินเมื่อทวงถาม ถึงแม้ว่าจะมีธนาคารอื่นนอกจากธนาคารพาณิชย์ที่รับฝากเงินประเภทดังกล่าวได้ก็ตาม แต่กิจกรรมรับฝากเงินที่จ่ายเงินเมื่อทวงถามเป็นลักษณะอันสำคัญที่สุดของธนาคารพาณิชย์ 2. ธนาคารพาณิชย์ให้กู้เงินในระยะสั้นเป็นลักษณะสำคัญ และโดยทั่วไปก็ให้กู้ไปในทางด้านการค้า และเงินกู้จะมีการชำระคืนได้

โดยอัตโนมัติ กิจการที่ผู้กู้นำไปลงทุนจะให้รายได้แก่ผู้กู้ภายหลัง อย่างน้อยเป็นจำนวนเพียงพอสำหรับชำระเงินกู้คืน 3. ธนาคารพาณิชย์สามารถสร้างเงินในรูปแบบเงินฝากขึ้นได้ 4. ธนาคารพาณิชย์มีลักษณะเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่มีเงินเหลือใช้ชั่วคราวกับผู้ที่ต้องการกู้เงินสำหรับระยะเวลาสั้น กล่าวคือ คนที่มีเงินเหลือใช้ชั่วคราวก็เอาเงินนั้นฝากเพื่อเรียกไว้ที่ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารพาณิชย์มีได้เก็บเงินไว้เฉย ๆ แต่จะนำเอาเงินที่รับฝากออกให้คนที่ต้องการกู้ ในระยะสั้น ไปอีกทีหนึ่ง ธนาคารจึงเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่มีเงินเหลือใช้ชั่วคราวกับผู้ต้องการกู้เงินหน้าที่ของธนาคารพาณิชย์ไม่ว่าจะอยู่ในระบบใดก็ตาม ต่างก็มีหน้าที่คล้ายคลึงกัน หน้าที่ของธนาคารพาณิชย์อาจจะแยกได้เป็น 3 ประการด้วยกัน คือ 1. หน้าที่ในการรับฝากเงิน หน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของธนาคารพาณิชย์คือ การรับฝากเงินในอดีตผู้ที่นำเงินมาฝากกับธนาคารจะต้องจ่ายค่าบริการให้กับธนาคาร ในฐานะที่ธนาคารเป็นผู้ดูแลรักษาเงินให้แก่ตน ซึ่งผิดกับสมัยปัจจุบันที่ธนาคารกลับต้องเป็นผู้จ่ายดอกเบี้ยให้แก่ผู้ที่นำเงินมาฝาก เพราะกิจการธนาคารในปัจจุบันเป็นไปในลักษณะที่ธนาคารเป็นฝ่ายได้รับผลประโยชน์จากเงินฝากอย่างมาก กล่าวคือ ธนาคารสามารถนำเงินไปแสวงหาผลประโยชน์ซึ่งเกิดดอกออกผลงอกเงยขึ้นมา การรับฝากเงินของธนาคารแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ (1). การรับฝากเงินประเภทกระแสรายวันเป็นเงินที่จะต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถาม เงินฝากประเภทนี้ ธนาคารจะจ่ายดอกเบี้ยให้แก่ผู้ฝากในอัตราต่ำตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทย ออกตามความในพระราชบัญญัติการธนาคารพาณิชย์ พ.ศ.2522 เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ.2529 ได้กำหนดว่า ธนาคารให้ดอกเบี้ยแก่เงินฝากกระแสรายวันรวมตลอดถึงเงินฝากที่ต้องการจ่ายคืนเมื่อสิ้นระยะเวลาไม่ถึง 3 เดือนได้เพียงไม่เกินร้อยละ 0.01 ต่อปี เท่านั้น เว้นแต่จะเป็นเงินฝากประเภทกระแสรายวัน ซึ่งมีข้อกำหนดให้ตั้งจ่ายเช็คได้เดือนหนึ่งไม่เกิน 4 ฉบับ จึงให้ดอกเบี้ยได้ถึงร้อยละ 3 ต่อปี เหตุที่ธนาคารให้ดอกเบี้ยในอัตราต่ำ เพราะธนาคารไม่อาจเอาเงินฝากนี้ไปลงทุนถาวรในระยะยาวได้ ประกอบกับผู้ฝากได้ประโยชน์จากบริการด้านต่าง ๆ ของธนาคารเป็นการชดเชยกันไป เช่น ความสะดวกจากการใช้เช็ค การเก็บเงินตามเช็ค การหักบัญชี เป็นต้น (2). การรับฝากเงินประเภทประจำ หมายถึง เงินฝากซึ่งผู้ฝากจะถอนคืนได้เมื่อสิ้นกำหนดระยะเวลา หรือถอนคืนเมื่อไปแจ้งให้ธนาคารทราบล่วงหน้าธนาคารจะให้ดอกเบี้ยเงินฝากชนิดนี้ตามกำหนดระยะเวลาที่ฝาก แต่อัตราดอกเบี้ยอาจเพิ่มขึ้น หรือลดลงตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เหตุที่ธนาคารจ่ายดอกเบี้ยเงินฝากให้กับผู้ที่ฝากเงินประเภทประจำมาก เพราะธนาคารสามารถเอาเงินฝากนั้นไปลงทุนถาวรในระยะยาวได้ ยิ่งเงินฝากมีระยะยาวมากขึ้นเท่าไรก็ยิ่งนำไปลงทุนหาประโยชน์ได้มากขึ้นและเงินฝากประเภทนี้ผู้ฝากก็ไม่จำเป็นต้องใช้เช็คในการถอนเงิน แต่ใช้สมุดฝากเป็นหลักฐานในการฝากและถอน (3). การรับฝากเงินประเภทออมทรัพย์ เหมาะสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่จะเก็บสะสมทรัพย์ที่ละเล็กละน้อย เงินฝากประเภทนี้ สามารถที่จะถอนคืนได้ทันที จึงมีผู้เรียก

เงินฝากประเภทนี้อีกชื่อหนึ่งว่า เงินฝากกระแสรายวันพิเศษ เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ.2552 ธนาคารจะ
ให้ดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 0.75 ต่อปี (ทั้งนี้อาจเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามสถานการณ์ทาง
เศรษฐกิจ) โดยคิดดอกเบี้ยให้จากยอดเงินต่ำสุดของแต่ละเดือน และคิดรวมเข้ากับเงินต้นทุก ๆ 6
เดือน 2. การให้กู้และการสร้างเงินฝาก อาจเรียกรวมได้อีกหนึ่งว่าการขยายเครดิต การสร้างเงินฝาก
ถือได้ว่าเป็นหน้าที่สำคัญยิ่งของธนาคารพาณิชย์ เพราะการสร้างเงินฝาก นอกจากจะเป็นผลให้ระบบ
เศรษฐกิจมีเงินและเครดิตเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการผลิตการค้าและการบริโภคเพิ่มขึ้นแล้ว การ
สร้างเงินฝากยังเป็นทางหารรายได้หรือผลกำไรของธนาคารพาณิชย์อีกด้วย การขยายเครดิตของ
ธนาคารอาจจะกระทำได้โดย (1). การให้ลูกค้าเบิกเงินเกินบัญชีเงินฝากประเภทกระแสรายวัน โดย
การที่ลูกค้าตกลงขอกู้เงิน โดยวิธีขอเบิกเงินเกินบัญชี ลูกค้าสามารถส่งจ่ายเงิน ได้มากกว่าเงินที่ลูกค้ามี
อยู่ใน บัญชี ซึ่งจะไม่เกินจำนวนเงินที่ลูกค้าทำสัญญาตั้งวงเงินไว้ และจะเสียดอกเบี้ยในส่วนที่ขอ
เบิกเกินบัญชานั้น(2). ให้ลูกหนี้มาทำสัญญากู้ยืม ลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคารมักได้แก่พ่อค้า นักธุรกิจ
เมื่อธนาคารให้กู้ยืมมักไม่ได้จ่ายเงินสดให้ไป แต่ใช้วิธีเปิดบัญชีเงินฝากกระแสรายวันให้แก่ผู้กู้ แล้ว
มอบเช็คธนาคารหรือเช็คเชิรเช็คให้ผู้กู้ (3). รับซื้อตั๋วเงินโดยชั้ค่าส่วนลด ธนาคารจะรับซื้อตั๋วเงินที่
มีกำหนดระยะเวลาจากลูกค้า ในกรณีลูกค้ามีตั๋วเงินที่ยังไม่ถึงกำหนดรับเงินแต่ต้องการเงินสดทันที ก็
จะเอาตั๋วแลกเงินใบนั้นไปขายลดให้ธนาคาร 3. บริการอื่น ๆ นอกจากการรับฝากเงินและให้กู้เงินแล้ว
ธนาคารพาณิชย์ยังทำหน้าที่ในการให้บริการประเภทอื่น ๆ อีก เช่น (1). ให้บริการในด้านเป็นตัวแทน
ของลูกค้า เช่น การซื้อขายหุ้นในนามของลูกค้า ช่วยเก็บตามเช็ค ตั๋วเงิน และตราสารอื่น ๆ ช่วยเก็บเงิน
และจ่ายเงินประเภทอื่น ๆ เช่น ค่าเช่า ค่าดอกเบี้ย เงินปันผล เงินค่าน้ำค่าไฟฟ้า ทะเบียนรถยนต์ ฯลฯ
ช่วยจัดทำพินัยกรรม และเป็นตัวแทนควบคุมและดูแลผลประโยชน์ตามที่ลูกค้ามอบหมาย และช่วย
เป็นตัวแทนรัฐบาลในการจัดการเงินบางประเภท เช่น ขายพันธบัตร ตั๋วเงินคลังให้ เป็นต้น
(2). ให้บริการช่วยเหลือด้านการค้าและการชำระเงินระหว่างประเทศ เช่น การเปิดเลตเตอร์ออฟเครดิต
เพื่อสั่งสินค้าเข้า การซื้อลดตั๋วเงินต่างประเทศ ค่าสินค้าออก การเรียกเก็บเงินตามตั๋วเงินต่างประเทศ
การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ เป็นต้น (3). การให้บริการอื่น ๆ ที่ให้ความสะดวกกับลูกค้า เช่น การรับ
ฝากของมีค่า การบริการขายเช็คเดินทาง รับโอนเงินภายในประเทศและนอกประเทศ บริการด้าน
การศึกษาต่อต่างประเทศ ออกหนังสือและเอกสารต่าง ๆ หรือแจ้งข่าวสารทางการค้าและเศรษฐกิจแก่
ลูกค้า เป็นต้น (ณัฐพล ชวนสมสุข, 2553)

2.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่

โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถพิเศษเพิ่มเติม นอกเหนือจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไป ได้ถูกมองว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพาที่ทำงานในลักษณะของ โทรศัพท์เคลื่อนที่และทำให้เกิดความสะดวกสบาย ใช้งานได้รวดเร็ว เป็นอุปกรณ์ที่ลดภาระการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ที่ต้องติดต่อกับคนเป็นจำนวนมาก การเปิดออนไลน์ไว้ตลอดเวลา สามารถทำให้เราติดต่อกับคนอื่น ๆ ที่ใช้เครื่องลักษณะเดียวกันได้ทุกที่ทุกเวลา โดยที่ความสามารถของการเชื่อมต่อหลักของโทรศัพท์เคลื่อนที่ร่วมกับแอปพลิเคชันของโทรศัพท์สามารถให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์ โดยรูปแบบขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มแอนดรอยด์ และระบบปฏิบัติการ (ทรงศักดิ์ ลีมีสิริสันติกุล, 2554)

คุณสมบัติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ทรงศักดิ์ ลีมีสิริสันติกุล, 2554)

1. การเชื่อมต่ออุปกรณ์ไร้สาย เช่นการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ PDA โทรศัพท์เครื่องอื่น พรินเตอร์หรือกล้องดิจิทัลผ่านทางอินฟราเรด บลูทูธ หรือ Wi-Fi

2. สามารถรองรับไฟล์ Multimedia ได้หลากหลายรูปแบบ เช่นไฟล์ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เช่นภาพเคลื่อนไหวสกุล .gif เสียงซึ่งก็จะมีหลายรูปแบบ เช่น ไฟล์ Wave MP3 Mid ต่อไปเป็นไฟล์ วิดีโอ ซึ่งจะสามารถรองรับภาพเคลื่อนไหว หรือภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียง เช่นสกุล .3gp .mp4 เป็นต้น แอปพลิเคชันเด็ด ๆ ที่ได้รับความนิยม เช่น Whatsapp Facebook Line Camera 360 Twitter และอื่น ๆ อีกมากมาย สามารถดาวน์โหลดได้มีทั้งแบบฟรีและเสียเงิน ราคาก็ไม่แพงจนเกินไป ความสามารถอีกอย่าง คือระบบนำทางไม่ต้องซื้อ GPS มาติดตั้ง แค่ใช้โทรศัพท์แทนสามารถนำทางได้แล้ว ทำให้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว ทั้งสามารถส่งตำแหน่งปัจจุบันของเราไปให้เพื่อนผ่านทางแอปพลิเคชันได้

ข้อดีและความแตกต่างระหว่างโทรศัพท์เคลื่อนที่กับโทรศัพท์ธรรมดา (เบญจกรณ์ ขวัญสมคิด, 2555)

1. ระบบ Multitasking ในโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือการสลับเปลี่ยนการทำงานระหว่างโปรแกรมได้ เช่น กำลังเปิดโปรแกรมดูภาพถ่าย (คล้าย ACD See) อยู่และต้องการจะถ่ายรูปก็สามารถสลับไปยังโปรแกรมถ่ายภาพได้ โดยที่ไม่ต้องปิดโปรแกรมตัวเดิม และยังสามารถที่จะสลับการทำงานระหว่างโปรแกรมมากกว่า 2 โปรแกรมขึ้นไปได้ โดยที่ไม่ต้องปิดโปรแกรมตัวใด ๆ ส่วนโทรศัพท์ธรรมดาจะไม่สามารถทำได้เลย หรือไม่สามารถทำได้อย่างสมบูรณ์ เพราะไม่อาจสลับการทำงานไปมาระหว่างโปรแกรมได้เลย ทำให้การทำงานค่อนข้างล่าช้าและต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นในการทำธุรกรรมใด ๆ กับโทรศัพท์

2. การเพิ่มความสามารถด้วยการลงโปรแกรมโทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นจะสามารถเพิ่มความสามารถได้ด้วยการลงโปรแกรมเพิ่มเติม คล้ายกับคอมพิวเตอร์อยากให้อุปกรณ์ที่มีความสามารถด้านไหนก็ลงโปรแกรมตัวนั้นลงไป เช่น โทรศัพท์แสดงภาพโทรเข้าได้เล็กนิดเดียว เราสามารถที่จะลงโปรแกรมเพื่อปรับแต่งให้ภาพคนโทรเข้านั้นแสดงให้ใหญ่ขึ้นได้พร้อมฟังก์ชันอื่น ๆ ที่มาของโปรแกรม เช่น แสดงพร้อมเบอร์แสดงพร้อมข้อความ ฯลฯ โทรศัพท์ธรรมดาจะไม่สามารถแบบนี้ได้เลย ไม่สามารถเพิ่มความสามารถให้กับตนเองได้ทำได้แค่ลงโปรแกรมพื้น ๆ ทั้งนี้เชื่อว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่จะดีเสมอไป เพราะความสามารถที่มากและหลากหลายก็แลกมาด้วยการทำงานที่ซับซ้อนเช่นเดียวกับบางคนอาจจะชอบความเรียบง่ายและฟังก์ชันที่ตายตัวอย่างโทรศัพท์ธรรมดา คนที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่จำเป็นอย่างมากที่จะต้องมียุคคอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลไปมาระหว่างโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรม เกมส์ ภาพ เพลง หนังสืและครที่ที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์อยู่บ้าง เพราะการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีลักษณะที่คล้ายกับการทำงานของคอมพิวเตอร์คนที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่นั้นต้องมีลักษณะที่อยากรู้หรืออยากเห็นชอบดัดแปลงและพร้อมที่จะรับความรู้และสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ

2.3 Mobile Banking

Mobile Banking หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า M-banking, mbanking หรือ SMS Banking เป็นช่องทางหนึ่งที่มีผู้บริโภคสามารถทำรายการทางการเงินได้โดยการเข้าเว็บไซต์ของธนาคารผ่านอุปกรณ์สื่อสารไร้สาย เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น ตัวอย่างของธุรกรรมทางการเงิน ได้แก่ การตรวจสอบยอดคงเหลือของบัญชี การโอนเงินระหว่างบัญชีและการชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันนั้นการทำรายการทางการเงินต่างๆ ส่วนใหญ่จะทำผ่าน SMS (text-message) หรือ Mobile Internet (internet browser) อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังสามารถใช้โปรแกรมพิเศษที่ดาวน์โหลดมาติดตั้งยังอุปกรณ์สื่อสารไร้สายและทำธุรกรรมได้เช่นกัน (จิราพร ศรีพลวัฒน์, 2552)

ตารางที่ 2.1 ตัวอย่างรายชื่อธนาคารผู้ให้บริการ Mobile Banking ในประเทศไทย

รายชื่อธนาคาร	
1. ธนาคารกรุงเทพ	5. ธนาคารกรุงไทย
2. ธนาคารกสิกร	6. ธนาคารทหารไทย
3. ธนาคารไทยพาณิชย์	7. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
4. ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์	

ที่มา : จิราพร ศรีพลวัฒน์ (2552)

ตารางที่ 2.2 ตัวอย่างบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ให้บริการในประเทศไทย

1.ตรวจสอบยอดบัญชี	2. บริการ โอนเงินระหว่างบัญชี
3.บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ	4.บริการชำระค่าสินค้าและบริการ

ที่มา : จิราพร ศรีพลวัฒน์ (2552)

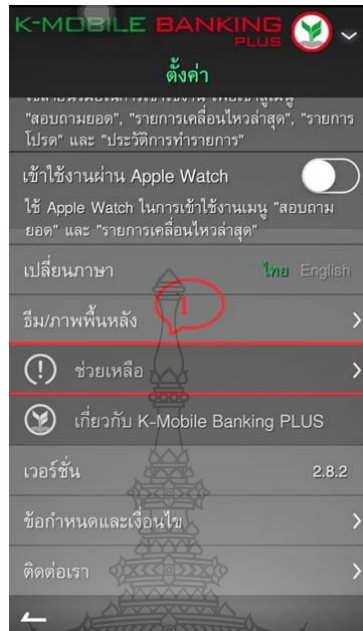
คุณลักษณะของบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง เป็นการบริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีฟังก์ชันรองรับการใช้งานใช้เป็นซิมการ์ดเดิมของตัวเอง โดยออกแบบมาเชื่อมต่อระบบผ่านทางอินเทอร์เน็ตเบราว์เซอร์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปสู่บริการธนาคารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารนั้น ๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้บริการธนาคารได้ตลอดเวลาผ่านทางโทรศัพท์ โดยมีการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ (พิสิฐ มหามงคล, 2554)

พฤติกรรมผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หมายถึง พฤติกรรมในการใช้งานธุรกรรมทางการเงิน โดยการใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นการให้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งในแต่ละบุคคลนั้นมักจะมีการใช้งานที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคลตามพฤติกรรมและความจำเป็นของแต่ละคน โดยหลักๆในการดูพฤติกรรมการใช้งานจะมี การเช็คยอดเงิน การโอนเงิน การเติมเงิน การชำระเงินและการจ่ายบิล (พิสิฐ มหามงคล, 2554)

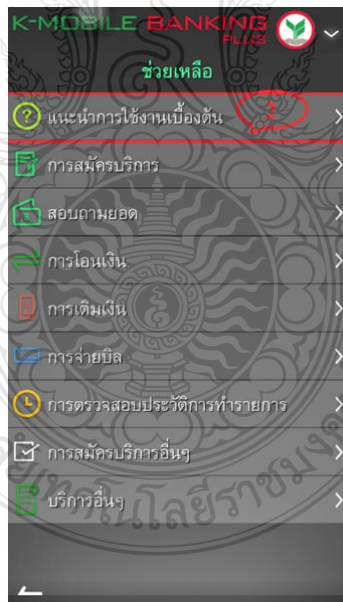
2.4 ปุ่มช่วยเหลือ Mobile Banking

ปุ่มช่วยเหลือ Mobile Banking นับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเรียนรู้วิธีการสมัครใช้บริการและธุรกรรมทางการเงินอื่น ๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ สำหรับคนที่เพิ่งสมัครใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นครั้งแรกหรือผู้ที่สนใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นพิเศษ สามารถเรียนรู้ได้ง่ายด้วยปุ่มช่วยเหลือ Mobile Banking ดังนี้

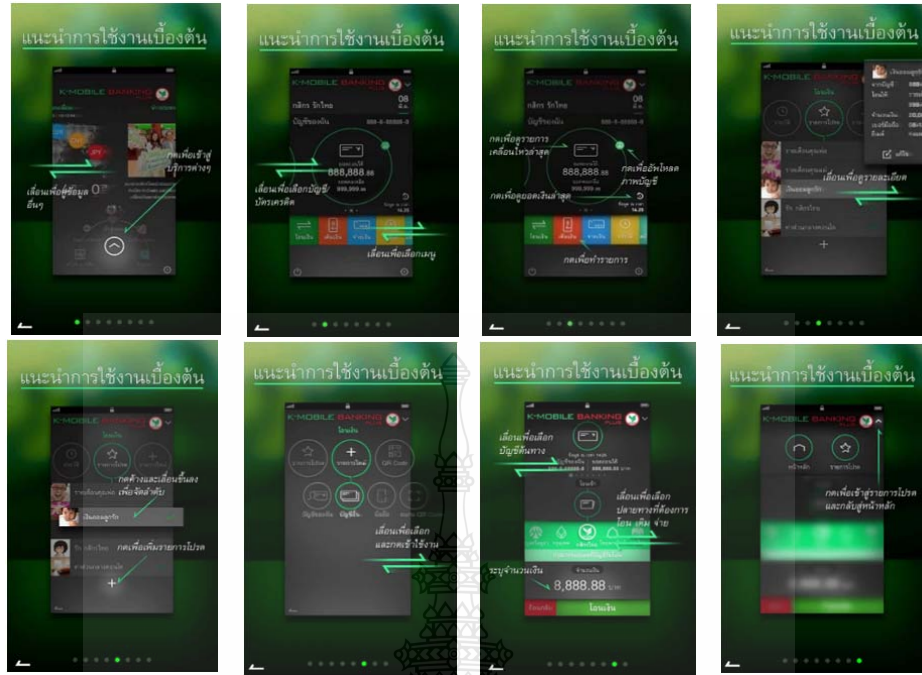
ตัวอย่าง แอปพลิเคชัน K-Mobile Banking Plus



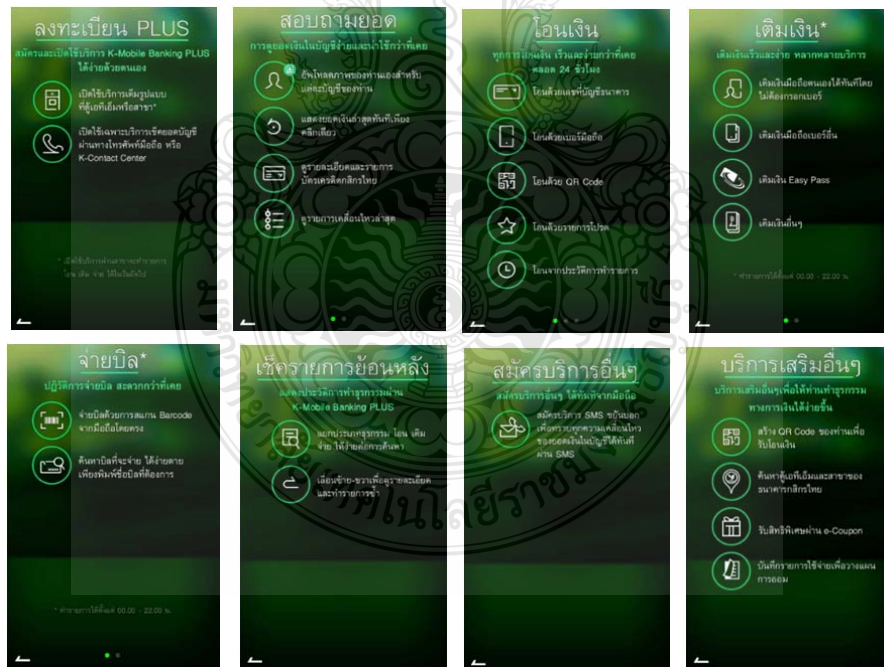
ภาพที่ 1.1 สัมผัสที่ (1) ช่องช่วยเหลือ จะปรากฏเป็นเหมือนภาพที่ 2



ภาพที่ 1.2 จะแสดงรายการต่างๆ ที่ต้องการอยากจะเรียนรู้หรือช่วยเหลือเบื้องต้น



ภาพที่ 1.3 ตัวอย่างการแนะนำการใช้งานเบื้องต้น (2)



ภาพที่ 1.4 การลงทะเบียน PLUS เพื่อสมัครและเปิดใช้บริการ K-Mobile Banking PLUS เพื่อเข้าไปใช้

บริการธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน เช็คยอดเงิน เดบิตเงินมือถือ ชำระค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ และบริการอื่น ๆ สามารถเรียนรู้กันได้อย่างง่ายดายไม่ยุ่งยากซับซ้อนด้วยปุ่มช่วยเหลือ Mobile Banking

2.5 ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory)

การบริโภคถือเป็นกิจกรรมอย่างสุดท้ายของทางเศรษฐกิจที่กล่าวได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่คนเราทุกคนต้องบริโภค เพื่อความเป็นอยู่ในการดำรงชีวิต หรือตอบสนองความต้องการให้กับระบบเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ เป็นสิ่งที่จะกระตุ้นให้เกิดการลงทุนทั้งในเรื่องของครัวเรือน การจ้างงานในธุรกิจหรือรัฐบาล ทำให้เกิดรายได้ทั้งในผู้ผลิตและยังมีสินค้าบริโภคมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของทางเศรษฐกิจ เพราะทุก ๆ หน่วยจำเป็นที่จะบริโภคและอุปโภค เพื่อสนองความต้องการด้วยกันทั้งนั้น(ศราวุธ สุวรรณเทพ, 2552)

ความหมายของการบริโภค (ศราวุธ สุวรรณเทพ, 2552)

ได้กล่าวไว้ว่า ในระบบเศรษฐศาสตร์นั้น เรื่องของการบริโภค หมายถึง การที่บุคคลนั้นจะใช้ประโยชน์ในสินค้าเพื่อเป็นการตอบสนองของความต้องการของบุคคลนั้นและยังรวมไปถึงการที่จะนำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในการผลิตเป็นสินค้าชนิดหนึ่งและในเรื่องของบริการอื่น ๆ การบริโภคยังเป็นการใช้สินค้าอื่น ๆ เช่น การใช้บริการในร้านอาหาร การพักในโรงแรม การขึ้นรถโดยสาร การท่องเที่ยว การเลือกซื้อเสื้อผ้า ฯลฯ ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่าการกระทำทั้งหลายสิ่งๆ ที่ทำให้สินค้าหรือบริการเป็นการสิ้นเปลืองสำหรับการนำมาใช้ประโยชน์แก่บุคคลนั้น ๆ ไม่ว่าจะใช้ในทางตรงหรือทางอ้อม ถือเป็นบริโภคทั้งหมด

ประเภทของการบริโภค (ศราวุธ สุวรรณเทพ, 2552)

ประเภทการบริโภคสามารถแบ่งตามลักษณะในเรื่องสินค้าได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. **บริโภคสินค้าที่ไม่คงทน** คือ เป็นการบริโภคสิ่งของชิ้นใดชิ้นหนึ่งแล้วหมดไปหรือใช้แบบสิ้นเปลืองการบริโภคในลักษณะแบบนี้เรียกว่า destruction เช่น การบริโภคอาหาร ของใช้(ยาสีฟัน สบู่ เสื้อผ้า) ยารักษา น้ำประปา ฯลฯ

2. **บริโภคสินค้าที่คงทน** คือ เป็นการบริโภคสิ่งของชิ้นใดชิ้นหนึ่งแล้วนำกลับมาใช้งานได้อีก การบริโภคในลักษณะแบบนี้เรียกว่า diminution เช่น การอยู่อาศัยบ้านหรือคอนโด การซื้อรถยนต์มาใช้ คอมพิวเตอร์ แอร์ ทีวี ฯลฯ สินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าคงทนถึงจะใช้แล้วและไม่หมดไปในทันที แต่ก็จะมีส่วนที่ค่อยจะสึกหรอไปเรื่อย ๆ จนในที่สุดก็จะไม่สามารถนำสิ่งของเหล่านั้นกลับมาใช้ได้อีก

ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) (ศราวุธ สุวรรณเทพ, 2552)

อรรถประโยชน์ (Utility) หมายถึง ความพึงพอใจในผู้บริโภคที่จะได้รับการบริโภคของการบริการหรือสินค้านั้น ๆ การที่จะใช้ประโยชน์ที่จะให้อรรถประโยชน์มากหรือน้อยนั้นมักจะขึ้นอยู่กับความต้องการในแต่ละบุคคลของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้น ๆ ถ้ามีความต้องการที่สูง สินค้าหรือการบริการนั้นก็จะให้อรรถประโยชน์จากการใช้ที่มาก แต่ในทางกลับกัน ถ้ามีความต้องการที่ต่ำ สินค้าหรือการบริการนั้นก็จะให้อรรถประโยชน์จากการใช้ที่น้อยลง

อรรถประโยชน์เพิ่มและอรรถประโยชน์รวม (ศราวุธ สุวรรณเทพ, 2552)

อรรถประโยชน์รวม (Total Utility : TU) ความหมายคือ การรวมของอรรถประโยชน์ทั้งหมดที่มีอยู่ที่ผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากการใช้สินค้าชิ้นใดชิ้นหนึ่งตั้งแต่ในหน่วยเริ่มต้นจนไปจนถึงหน่วยที่ต้องการในขณะนั้น

อรรถประโยชน์เพิ่ม (Marginal Utility : MU) ความหมายคือ อรรถประโยชน์ที่มีความพอใจที่มีอยู่ที่ผู้บริโภคเหล่านั้นจะได้รับมากขึ้น เมื่อต้องการสินค้าหรือบริการในส่วนนั้น ๆ เพิ่มขึ้นในหนึ่งหน่วย

ทฤษฎีเส้นความพอใจที่เท่ากัน (Indifference curve Theory) (นราทิพย์ ชูดวงศ์, 2550)

ทฤษฎีที่อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าถ้าผู้บริโภคมีรายได้จำกัดเพื่อซื้อสินค้า 2 ชนิด หากต้องการซื้อสินค้าหนึ่งเพิ่มขึ้นก็ต้องลดปริมาณการซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง เพื่อรักษาระดับความพอใจไว้เท่าเดิม

การเลือกซื้อทั้งในเรื่องของสินค้าและบริการให้กับตัวผู้บริโภค มีการเปรียบเทียบในเรื่องของอรรถประโยชน์เพิ่มเติมที่ผู้บริโภคจะได้รับจากตัวสินค้าและบริการแต่ละชนิด แต่ถ้าหากสินค้าที่มีราคาที่ไม่เท่ากันจะเกิดการปรับค่าอรรถประโยชน์ของสินค้าชนิดนั้น ๆ ด้วยตัวราคาของมันเอง มีการจัดลำดับสินค้าให้อรรถประโยชน์เพิ่มมีค่าจากมากไปน้อย เพราะส่วนมากผู้บริโภคจะให้ค่าทางอรรถประโยชน์เพิ่มมากที่สุดอยู่แล้วก่อนจนถึงให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มน้อยสุดหรือตัวของสินค้าทุกชนิดเป็นที่เท่ากัน ซึ่งกรณีนี้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุดในดุลยภาพผู้บริโภค

2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (คอตเลอร์ ฟิลลิปและอาร์มสตรอม แกร์, 2546) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์

ของกิจการส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่มดังที่รู้จักกัน คือ “4Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มรวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

ส่วนประสมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายตลาดเพื่อความสนใจ การจัดการใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong Gary and Kotler Philip, 2009) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้เช่นบรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขายผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัย ต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) (2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่นฐานรูปร่างลักษณะคุณภาพการบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า เป็นต้น (3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ มีคุณค่าโดยที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไปหรือหมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของ

ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

(1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น

(2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

(3) การแข่งขัน

(4) ปัจจัยอื่น ๆ

3.การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสาร เพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคล โดยใช้การจูงใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ(Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกรู้สึกความเชื่อของพฤติกรรม (Etzel, walker and Stanton, 2007) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personalselling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non personal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน[Integrated MarketingCommunication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

3.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการหรือความคิดที่ต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการกลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

3.1.1 กลยุทธ์การสร้างสรรค้งานโฆษณา (Create strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising tactics)

3.1.2 กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

3.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรงหรือใช้โทรศัพท์หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้างานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

3.2.1 กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy)

3.2.2 การบริหารหน่วยงานขาย (Sales force management)

3.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิด การซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการ โฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจการทดลองใช้หรือการซื้อโดย ลูกค้าคนสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่ายการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบคือ

3.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion)

3.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)

3.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force Promotion)

3.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้

3.4.1 การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือตราสินค้า หรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียง หรือสื่อสิ่งพิมพ์

3.4.2 ประชาสัมพันธ์ (Public relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการ วางแผน โดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรต่อผลิตภัณฑ์หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่ม ใดกลุ่มหนึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

3.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) การโฆษณา เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการ โฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) มีความหมายต่างกันดังนี้

3.5.1 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct response marketing) เป็นการ ติดต่อดูสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการ ตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัย ฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก

3.5.2 การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct response advertising) เป็น ข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่านผู้รับฟังหรือผู้ชมให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่ง ข่าวสารหรือป้ายโฆษณา

3.5.3 การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online advertising) หรือการตลาด ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic marketing หรือ E-marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่าย คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารส่งเสริมและขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมุ่งหวังผลกำไร และการค้าเครื่องมือที่สำคัญในขอบประกอบด้วย

- (1) การขายทางโทรศัพท์
- (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง
- (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก
- (4) การขายทางโทรศัพท์วิทยุหรือหนังสือพิมพ์

3.5.4 การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า

ประกอบด้วยกิจกรรมการคลังสินค้าและการเก็บรักษาสินค้าคงคลังการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

4.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือการบริโภคหรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลางผู้บริโภครีโกลหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภครีโกลหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมและใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภครีโกลหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด

(Physical distribution หรือ Market logistics) หมายถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการปฏิบัติการตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบปัจจัยการผลิตและสินค้าสำเร็จรูปจากจุดเริ่มต้น ไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไรหรือหมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภครีโกลหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมการกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้

- 4.2.1 การขนส่ง
- 4.2.2 การเก็บรักษาสินค้าและการคลังสินค้า
- 4.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าควรจะต้องให้ความสำคัญกับเครื่องมือเหล่านี้ในการวางกลยุทธ์ เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค

2.7 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (เบญจพงษ์ เทียนสง, 2521)

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์ คำว่า “Demography” น่าจะมีความหมายตามที่กล่าวข้างต้น คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง

ด้านประชากรเป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542) กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้ ตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของ (Defleur Bcll-Rokeah, 1996) ที่อธิบายว่า พฤติกรรมของบุคคลเกี่ยวข้องกับลักษณะต่าง ๆ ของบุคคลหรือลักษณะทางประชากรซึ่งลักษณะเหล่านี้สามารถอธิบายเป็นกลุ่ม ๆ ได้ คือ บุคคลที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันมักจะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันจะเลือกรับและตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารในแบบเดียวกัน และทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ในสมัยก่อนและได้นำมาประยุกต์ใช้อธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะที่ต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารที่ต่างกัน

ปรมะ สตะเวทิน (2546) คุณสมบัติเฉพาะของคนซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคนจะมีคุณสมบัติที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณแตกต่างกันด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหาหรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีจำนวนน้อย เราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้ แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมาก เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้ เพราะมีผู้รับสารจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่ละคนด้วย ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ก็คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความและการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น

2.7.1 เพศ (Sex) หญิงชายมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาทั้งหลายได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมากในเรื่อง

ความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองทั้งเพศไว้แตกต่างกัน

2.7.2 อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่าผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝนหรือเรียกคนที่มีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้หรือแสดงความคิดความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2.7.3 การศึกษา (Education) หรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกันในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน คนทั่ว ๆ ไปมักจะสนใจหรือยึดแนวความคิดในแนวสาขาของตนเป็นสำคัญและบุคคลมักมีลักษณะบางประการที่แสดงหรือบ่งชี้ถึงพื้นฐานการศึกษาหรือสาขาวิชาที่เรียนมา เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมหล่อหลอมกล่าให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกันทางด้านครูผู้สอนก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียน โดยการสอดแทรกความรู้สึกรู้จักคิดของตัวเองให้แก่ผู้เรียน ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ

2.7.4 สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) อันได้แก่ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน ภูมิตำแหน่ง พื้นฐานของครอบครัว อาชีพ รายได้และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อผู้รับ ซึ่งในการวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสถานะภาพทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

2.7.5 ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต Childs ได้สรุปถึงอิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลไว้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางด้านประชากรนั้นยังมีลักษณะอื่น ๆ อีก ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่าถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกันความคิดและ

การกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชากรด้านอื่น ๆ ได้

2.8 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติหรือเจตคติ

ทัศนคติหรือเจตคติ (Attitude) (คอตเลอร์ ฟิลลิปและคณะ, 2006) มีรากศัพท์เดิมมาจากภาษาละตินกล่าวว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกหรืออารมณ์และวิวัฒนาการด้านความชอบหรือไม่ชอบของคนเรานั้นมีมานาน อีกทั้งการแสดงออกก็มีความโน้มเอียงไปยังนิสัยหรือความคิดบางอย่างได้ ทัศนคติจะเป็นตัววางเราให้อยู่ในกรอบความชอบหรือไม่ชอบ ต่อนิสัยอย่างใดอย่างหนึ่งโดยการขับเคลื่อนเข้าหาหรือหนีออกจากสิ่งนั้น องค์ประกอบของทัศนคติประกอบด้วย 3 ประการคือ

2.8.1 ความเข้าใจ (Cognitive Component) แสดงถึงความรู้ การรับรู้ และความเชื่อ ซึ่งความรู้และการรับรู้ได้มาจากการผสมกันระหว่างประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลความรู้และผลกระทบต่อการรับรู้จะเป็นตัวกำหนดความเชื่อ หมายถึงสภาพด้านจิตใจที่สะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคลและการประเมินเกี่ยวกับความคิดของบุคคล

2.8.2 ความรู้สึก (Affective Component) สะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกทั้งในแง่บวกหรือแง่ลบของบุคคล แสดงถึงระดับความชอบหรือไม่ชอบว่ามีมากน้อยเพียงไร

2.8.3 พฤติกรรม (Behavior Component) เป็นส่วนสะท้อนถึงความน่าจะเป็น หรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อวัตถุหรือกิจกรรม

องค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 มีความสัมพันธ์กัน และส่งผลถึงกัน คือเมื่อเกิดความเข้าใจก็จะทำให้เกิดความรู้สึกแล้วส่งผลให้เกิดพฤติกรรม หรือเมื่อเกิดพฤติกรรมก็ส่งผลให้เกิดความรู้สึกและแสดงให้เห็นความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542) อธิบายว่าทำให้เกิดทัศนคติกำหนดทัศนคติต่อบุคคล สิ่งของ หรือความคิดที่ได้รับอิทธิพลต่าง ๆ ดังนี้

1. ประสบการณ์โดยตรงและประสบการณ์ในอดีต (Direct and Past Experience)
2. อิทธิพลจากครอบครัวและเพื่อน (Influence of Family and Friends)
3. การตลาดเจาะตรง (Direct Marketing)
4. การเปิดรับต่อสื่อมวลชน (Exposure to Mass Media)

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรพรรณ ช้างงานเนียม (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องลักษณะบุคคลความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพฯ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการเลือกตัวอย่างสะดวก (Convenience Sampling) จากการสำรวจข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยคิดเป็นร้อยละ 53.7 และเพศชายร้อยละ 46.3 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 56 และส่วนใหญ่ร้อยละ 54.7 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 12,001 - 24,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37 จากการสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า ส่วนใหญ่พึงพอใจในด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ คือความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลและความพึงพอใจในด้านต้นทุน คือ ช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม ส่วนความพึงพอใจในด้านความสะดวกสบาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องการให้บริการ ได้ทุกที่จากการสำรวจด้านพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ พบว่า ร้อยละ 59 ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยและประโยชน์จากการใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะความสะดวกสบาย โดยคิดเป็นร้อยละ 49

พิรพงศ์ ถ้าอุทก (2544) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นและการยอมรับของผู้บริโภคต่อบริการ(M-Commerce) พบว่าเพศไม่มีผลต่อระดับความสนใจบริการต่าง ๆ ของ M-Commerce อายุมีอิทธิพลต่อระดับความสนใจใช้บริการเฉพาะทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และ Mobile Ticketing/Travelling อาชีพมีอิทธิพลต่อระดับความสนใจใช้บริการเฉพาะทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และ Mobile Shopping ในขณะที่ระดับการศึกษาและรายได้ส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อระดับความสนใจใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้นซึ่งระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความสนใจในบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าระดับมัธยมศึกษาเนื่องจากความจำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวันของคนกลุ่มนี้มักมีหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบมากมีข้อจำกัดด้านเวลาทำให้สนใจในบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า

วราวุฒิ มีชัย (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อยู่ในระดับมาก ความจำเป็นและความต้องการในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายและการบริการ แรงจูงใจในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการเรียนรู้ในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ

มัญชุต กิ่งเนตร (2554) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 21 - 30 ปีมีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาทมีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นพนักงานบริษัทเอกชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการได้ทดลองและใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นว่าสามารถใช้งานได้ทุกเวลาให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมทางการเงินนอกเวลาทำการของธนาคารมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าความสะดวกรวดเร็วเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านราคาพบว่าอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆในการชำระค่าสินค้าและบริการเป็นปัจจัยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการพบว่าการที่สามารถทำการได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดพบว่าการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด

อภิชาติ เทศสวัสดิวงศ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 15-59 ปี จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากการสำรวจด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ใช้บริการธุรกรรมการเงินบนมือถือส่วนใหญ่เป็นเพศชายถึงร้อยละ 55.6 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 44.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 87.3 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.4 และจากการสำรวจทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ทุก ๆ ด้านในเรื่องการบริการ ได้แก่ ขั้นตอนการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความถูกต้องความปลอดภัย และภาพลักษณะอยู่ในระดับดีและจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบน

โทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการคือ 1 ครั้ง/เดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 28.3 โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้ คือสอบถามยอดเงินคงเหลือและส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมบนมือถือเพราะสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลาและประหยัดค่าใช้จ่าย

Luakkanen และคณะ (2008) ศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของทัศนคติต่อปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเบงก์กึ่งในประเทศฟินแลนด์โดยแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการเป็น 3 กลุ่มได้แก่ postponers opponents และ rejectors โดยใช้ปัจจัยจากทฤษฎีพฤติกรรมต่อต้านเทคโนโลยี (the resistance theory) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่ม Rejectors มีทัศนคติต่อต้านเทคโนโลยีอย่างชัดเจนและรุนแรงกว่ากลุ่ม opponent และ postponers ตามลำดับ โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการลดแรงต่อต้านคือ การใช้งานและความคุ้มค่าเมื่อเลือกใช้เทคโนโลยีโดยกล่าวว่าเทียบเคียงได้กับการรับรู้ความง่ายในการใช้และประโยชน์ของเทคโนโลยีในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) นอกจากประสบการณ์ที่ได้รับส่งผลต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการด้วย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ผู้ศึกษาค้นคว้าจะใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชากร ในเขตกรุงเทพมหานครที่ทำการใช้ธนาคารผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งจะไม่ทราบจำนวนเป็นอย่างชัดเจนแน่นอน เนื่องจากมีผู้คนที่เข้ามาทำงานและอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก

เพราะฉะนั้นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้โดยจะใช้วิธีการในการคัดเลือกแบบโควตา และจะจำแนกกลุ่มประชากรออกตามพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการแบ่งพื้นที่ในเขตนั้น ๆ ตามที่ตั้งของพื้นที่ โดยจะแบ่งพื้นที่ ที่ได้ทำการศึกษาทั้งหมดออกมาเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ กลุ่มเขตชั้นใน กลุ่มเขตชั้นกลางและกลุ่มเขตชั้นนอกตามสัดส่วนของประชากรที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อใช้เป็นข้อมูลทั้งหมดของประชากรที่จะทำการศึกษาและเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2557) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนและขนาดตัวอย่างของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

เขตพื้นที่	จำนวนประชากร (คน)	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง ผู้ใช้บริการทางการเงิน ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (คน)
เขตชั้นใน พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย บางรัก สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน ยานนาวา สาทร บางคอแหลม คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง	2,303,523	39.41	140
เขตชั้นกลาง พระโขนง ประเวศ บางเขน บึงกุ่ม บางกะปิ ลาดพร้าว บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วัฒนา ทองหลวง คันนายาว สะพานสูง สายไหม	2,288,875	39.16	140
เขตชั้นนอก มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ดลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนา	1,252,209	21.43	120
รวม	5,844,607	100	400

การเก็บข้อมูลผู้ค้นคว้าได้เลือกสถานที่ตามเขตพื้นที่โดยเก็บข้อมูลกระจายตามวันและเวลาต่าง ๆ ดังนี้

เขตชั้นใน สถานที่เก็บข้อมูล คือ ห้างมาบุญครอง สยามสแควร์ เซ็นทรัลพระราม 3 อนุสาวรีย์ จำนวน 134 ราย

เขตชั้นกลาง สถานที่เก็บข้อมูล คือ เซ็นทรัลพระราม 2 เซ็นทรัลลาดพร้าว เซ็นทรัลบางนา ห้างโลตัสสาขาบางพลัด จำนวน 134 ราย

เขตชั้นนอก สถานที่เก็บข้อมูล คือ ไอทีสแควร์หลักสี่ ห้างโลตัสสาขาหนองแขม จำนวน 134 ราย

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้ทำการศึกษาไม่สามารถทราบจำนวนผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครได้อย่างชัดเจน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงกำหนดหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เมื่อไม่ทราบขนาดประชากร และจำนวนประชากรมีจำนวนมากมหาศาลสูตรที่ใช้คือ

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2}$$

โดยที่ n = ขนาดตัวอย่าง

$Z = 1.960$

$E = 0.05$

σ^2

= ค่าความแปรปรวนของประชากร โดยทั่วไปจะได้จากการสำรวจ

ครั้งที่

ผ่านมา

วิธีการคำนวณสูตร ดังนี้

$$N = \frac{Z^2 \sigma^2}{E^2} = \frac{1.960^2 \cdot 0.51^2}{0.05^2} = 400 \text{ หน่วย}$$

ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้ คือจำนวน 400คน และจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

*เนื่องจากเอกสารอาจชำรุด ผู้ศึกษาได้เผื่อแบบสอบถาม จำนวน 20 ชุด รวมเป็นจำนวน420 ชุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ทำการศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่รวมถึงหลักการทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีผู้รวบรวมไว้แล้วจากวิทยานิพนธ์ บทความวารสารและสถิติที่เกี่ยวข้องทางอินเทอร์เน็ต

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ได้ใช้ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งจะมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ศึกษาหาข้อมูลจากตำรา เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อทำกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือในการวิจัยตามความมุ่งหมายของการทำวิจัยครั้งนี้
2. กำหนดขอบเขตของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวความคิดที่ได้กำหนดไว้เบื้องต้น และสร้างแบบสอบถามจำลองโดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมามีความสอดคล้องกับกับเรื่องที่ทำการศึกษา
3. ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และข้อบกพร่องของคำถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา และกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาประมวลความคิดเห็นแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้มีการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check-List) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยโครงสร้างแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับมาตราส่วนเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนนเท่ากับ 5	หมายถึง มากที่สุด
คะแนนเท่ากับ 4	หมายถึง มาก
คะแนนเท่ากับ 3	หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง น้อย
 คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

เกณฑ์เฉลี่ยในการหาค่าพิสัยและอันตรภาคชั้นของคุณลักษณะของธุรกรรมการเงินผ่าน
 โทรศัพท์เคลื่อนที่ แล้วนำผลต่างที่ได้มากำหนดเกณฑ์การวัดระดับค่าเฉลี่ย ใช้สูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของชั้น} &= \frac{\text{คะแนนชั้นสูงสุด} - \text{คะแนนชั้นต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นการวิเคราะห์ระดับความสำคัญจะมีชั้นของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
 คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย
 คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ ได้แก่ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ
 บริการของธนาคาร ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร เทคโนโลยีมีความทันสมัยสะดวก
 รวดเร็วต่อการใช้งาน ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารและสามารถติดต่อ call
 center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน

โดยโครงสร้างแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับมาตราส่วนเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้
 คะแนน ดังนี้

คะแนนเท่ากับ 5 หมายถึง มากที่สุด
 คะแนนเท่ากับ 4 หมายถึง มาก
 คะแนนเท่ากับ 3 หมายถึง ปานกลาง
 คะแนนเท่ากับ 2 หมายถึง น้อย
 คะแนนเท่ากับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ดังนั้นการวิเคราะห์ระดับความสำคัญจะมีชั้นของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้แก่ โอนเงิน เชื่อกยอดเงิน เติมเงิน ชำระเงินโดยโครงสร้างแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับมาตราส่วนเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

โดยโครงสร้างแบบสอบถาม ได้กำหนดระดับมาตราส่วนเป็น 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนนเท่ากับ 5	หมายถึง มากที่สุด
คะแนนเท่ากับ 4	หมายถึง มาก
คะแนนเท่ากับ 3	หมายถึง ปานกลาง
คะแนนเท่ากับ 2	หมายถึง น้อย
คะแนนเท่ากับ 1	หมายถึง น้อยที่สุด

ดังนั้นการวิเคราะห์ระดับความสำคัญจะมีขั้นของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 แสดงว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รวบรวม ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistic) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 420 ราย ที่ได้รวบรวมได้มานำเสนอเป็นตารางซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 การแจกแจงความถี่และร้อยละ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตาราง ใช้การพรรณนาข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 - 4 การวัดระดับการตัดสินใจของปัจจัยต่าง ๆ สำหรับผู้ที่พึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ใช้โปรแกรมสำหรับรูป SPSS มาช่วยในการคำนวณอธิบาย แต่เนื่องจากลักษณะของข้อมูล ที่จะนำมาใช้ในการประมวลไม่สอดคล้องกับข้อตกลงพื้นฐานของการใช้สถิติ ANOVA คือ มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน โดยเมื่อใช้สถิติที่ใช้ในทดสอบสมมุติฐานคือ welch พบว่าข้อมูลของบางกลุ่มมีค่าความแปรปรวนเป็นศูนย์หรือเข้าใกล้ศูนย์ จึงไม่สามารถดำเนินการได้ ผู้วิจัยจึงได้ปรับเปลี่ยนค่าของข้อมูล โดยทำการปรับระดับของการตอบแบบสอบถามในข้อพฤติกรรมการใช้ ซึ่งจากเดิมเป็นแบบ 5 ระดับ เป็นสองระดับ คือ

- 1 = ใช้ในระดับไม่มาก
- 2 = ใช้ในระดับมากถึงมากที่สุด

3.4 วิธีการเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามมารวบรวมเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

1.1 หาค่าอัตราร้อยละ ใช้สูตร

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{ความถี่ของรายการนั้น} * 100}{\text{ความถี่ทั้งหมด}}$$

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ใช้สูตร

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

เมื่อ	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
	N	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) ใช้สูตร

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n-1}}$$

เมื่อ	SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	n	แทน	จำนวนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
	X	แทน	ข้อมูลแต่ละจำนวน
	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean) ของข้อมูลในชุดนั้น

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 ค่า t-test ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระสำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยใช้สำหรับทดสอบในสมมติฐาน

2.2 One-Way ANOVA สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม โดยหากพบความแตกต่างที่เกิดขึ้นต้องทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน โดยใช้วิธี LSD (Fisher's Least-Significant Different) ใช้สำหรับทดสอบในสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550)

2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้วิธีทดสอบค่า Independent Samples t-test

2.1.1 ในกรณีความแปรปรวนของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม เท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$)
ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

2.1.2 ในกรณีความแปรปรวนของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม แตกต่างกัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$)
ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

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

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน (t-distribution)
	\bar{X}_1	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	\bar{X}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาอิสระ (degree of freedom)

2.2 หลังจากพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ ด้วยวิธีการต่อไปนี้
กรณีความแปรปรวนของประชากรทั้ง 2 กลุ่มแตกต่างกันทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ
Least Significant Difference (LSD)

ใช้สูตร			$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{\frac{2MSL}{n_1}}$
โดยที่			$n_i \neq n_j$ $r = n - k$
เมื่อ	LSD	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญได้สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ i และ j
	MSL	แทน	ค่า Mean square error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

2.3 สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square, χ^2) เป็นการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว
ทดสอบนัยสำคัญของสัดส่วนความถี่และความแปรปรวน จะใช้การทดสอบนัยสำคัญในการ
เปรียบเทียบสัดส่วนและทดสอบความสัมพันธ์ มีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ	χ^2	แทน	ค่าไค-สแควร์ (Chi-Square)
	O_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่ได้จากการสังเกต (<i>Observed Frequency</i>)
	E_{ij}	แทน	ค่าความถี่ที่ได้จากความคาดหวัง (<i>Expert Frequency</i>)
	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวแปรและกรณี $df = n - 1$
	r_{ij}	แทน	จำนวนข้อมูลคุณลักษณะตามแนวนอนในระดับที่ i...
	c_{ij}	แทน	จำนวนข้อมูลคุณลักษณะตามแนวตั้งในระดับที่ j...
	$E_{ij} = (r*c)/n$	เมื่อ	n = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 ถึงเดือน มกราคม 2559

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครผู้ศึกษาได้นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน มาวิเคราะห์หาข้อมูลและเสนอผลการวิเคราะห์ โดยใช้กราฟประกอบคำบรรยาย จำแนกออกเป็น 4 ส่วน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ ตามลำดับดังนี้

4.1 การนำเสนอส่วนของการวิเคราะห์ ได้แก่

4.1.1. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1.2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.1.3. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.2 ผลการวิเคราะห์

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
X	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Sig.	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
χ^2	แทน	ค่า Chi-Square
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยนำเสนอในรูปแบบความถี่และร้อยละ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	193	46.0
หญิง	227	54.0
รวม	420	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	125	30.0
25-30ปี	155	37.0
31-40ปี	104	25.0
41 ปีขึ้นไป	36	8.0
รวม	420	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุต่ำกว่า 40 คิดเป็นร้อยละร้อยละ 92

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	92	21.9
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	227	54.0
ปริญญาโท	72	17.1
ปริญญาเอก	29	6.9
รวม	420	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 93

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	71	16.9
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	13.3
พนักงานบริษัทเอกชน	126	30.0
กิจการส่วนตัว	76	18.1
นักศึกษา	69	16.4
อื่นๆ	22	5.2
รวม	420	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000	102	24.3
15,001-20,000	150	35.7
20,001-30,000	88	21.0
มากกว่า 30,000 ขึ้นไป	80	19.0
รวม	420	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าระหว่าง 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการ
ธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากธนาคาร

ธนาคาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
KBANK (ธนาคารกสิกรไทย)	126	30.0
SCB (ธนาคารไทยพาณิชย์)	77	18.3
BBL (ธนาคารกรุงเทพ)	75	17.9
KTB (ธนาคารกรุงไทย)	68	16.2
BAY (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา)	25	5.9
TMB (ธนาคารทหารไทย)	41	9.8
SCBT (ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์)	8	1.9
รวม	420	100

จากตารางที่ 4.6 แสดงลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน จำแนกตามธนาคาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากธนาคาร KBANK (ธนาคารกสิกรไทย) คิดเป็นร้อยละ 30.0 เพราะมาจากพฤติกรรมการใช้งานสุดโต่ง

4.1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking	วิธีแจกแจง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ระดับการประเมิน			
							\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
- ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเมนูการใช้งานที่สำคัญครบถ้วน	จำนวน	88	163	168	1	0	3.80	0.770	มาก	5
	ร้อยละ	21.0	38.8	40.0	0.2	0.0			มากที่สุด	

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดที่มีผลต่อการ ใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน ผ่าน Mobile Banking	วิธี แจก แจง	มาก ที่สุด	ปาน กลาง	น้อย ที่สุด	น้อย ที่สุด	ระดับการประเมิน				
						\bar{X}	SD	แปล ผล	อันดับ	
-การให้บริการในด้านราคา โดยไม่คิดค่าธรรมเนียมในการ ใช้บริการการทำ ธุรกรรมบางรายการ	จำนวน	129	171	93	14	13	3.93	0.957	มาก	4
	ร้อยละ	30.7	40.7	22.2	3.3	3.1			ที่ สุด	
-สถานที่ให้บริการมีความ หลากหลายช่องทางในการ สอบถามรายละเอียด	จำนวน	222	144	47	7	0	4.39	0.741	มาก	1
	ร้อยละ	52.8	34.3	11.2	1.7	0.0			ที่ สุด	
- การส่งเสริมการตลาดโดย การแนะนำและให้ความรู้ที่ หลากหลาย	จำนวน	184	125	99	10	2	4.15	0.886	มาก	3
	ร้อยละ	43.8	29.8	23.5	2.4	0.5			ที่ สุด	
-ด้านความปลอดภัยของ การใช้งานแอปพลิเคชัน และช่องโหว่ เพื่อป้องกันการ แสกบัพัญชีใช้งาน	จำนวน	224	127	63	5	1	4.35	0.794	มาก	2
	ร้อยละ	53.3	30.3	15.0	1.2	0.2			ที่ สุด	
รวม							4.12	0.999		

จากตารางที่ 4.7 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือสถานที่ให้มีความหลากหลายช่องทางในการ สอบถาม รายละเอียดเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.741 รองลงมา คือด้าน ความปลอดภัยของการใช้งานแอปพลิเคชันและช่องโหว่ เพื่อป้องกันการแสกบัพัญชีใช้งาน โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.794 และน้อยที่สุด คือด้านผลิตภัณฑ์มีเมนูการใช้งานที่ สำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.770

4.1.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ใน
เขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ

ปัจจัยด้านทัศนคติ	วิธี แจกแจง	มาก ที่สุด	มาก กลาง	ปาน น้อย	น้อย ที่สุด	ระดับการประเมิน				
						\bar{X}	SD	แปล ผล	อันดับ	
-ด้านความรู้และความเข้าใจ เกี่ยวกับบริการของธนาคาร	จำนวน	92	167	159	2	1	3.83	0.779	มาก ที่สุด	3
	ร้อยละ	21.9	39.7	37.7	0.5	0.2				
-ด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจ ในบริการของธนาคาร	จำนวน	167	136	115	1	2	4.11	0.884	มาก ที่สุด	4
	ร้อยละ	39.8	32.3	27.3	0.2	0.4				
-เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้ งาน	จำนวน	212	160	47	2	0	4.39	0.697	มาก ที่สุด	2
	ร้อยละ	50.4	38.0	11.1	0.5	0.0				
-ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร	จำนวน	327	82	12	0	0	4.75	0.489	มาก ที่สุด	1
	ร้อยละ	77.8	19.4	2.8	0	0				
-สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน	จำนวน	55	111	152	67	35	3.20	1.115	มาก	5
	ร้อยละ	13.1	26.4	36.2	16.0	8.3				
รวม							4.06	0.999		

จากตารางที่ 4.8 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติพบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารเป็นอันดับที่หนึ่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.489 รองลงมา คือเทคโนโลยีมีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.697 และน้อยที่สุดคือ สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.115

4.2 ผลการวิเคราะห์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งประกอบด้วย โอนเงิน เช็คยอดเงิน เดบิตเงิน และชำระเงิน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 1.1 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างเพศกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรม		เพศ			ผลการทดสอบสมมุติฐาน	
		ชาย	หญิง	รวม	χ^2	Sig.
การโอนเงิน	ไม่มาก	0	69	69	70.20	0.000**
	มาก	193	158	351		
การตรวจสอบบัญชี	ไม่มาก	0	18	18	15.99	0.000**
	มาก	193	209	409		
การเติมเงิน	ไม่มาก	0	194	194	306.53	0.000**
	มาก	193	33	226		
พฤติกรรม		เพศ			ผลการทดสอบสมมุติฐาน	
		ชาย	หญิง	รวม	χ^2	Sig.
การชำระค่าสินค้า	ไม่มาก	0	50	50	48.26	0.000**
	มาก	193	177	370		
รวม		193	227	420		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เพศ มีค่าเท่ากับ 70.20 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เพศ มีค่าเท่ากับ 15.99 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เพศที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เพศ มีค่าเท่ากับ 306.53 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เพศ มีค่าเท่ากับ 48.26 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 1.2 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรม	อายุ						ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ต่ำกว่า 25 ปี	25-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป	รวม	χ^2	Sig.
การโอนเงิน	ไม่มาก	0	0	34	35	69	253.42	0.000**
	มาก	125	156	69	0	350		
การตรวจสอบบัญชี	ไม่มาก	0	0	0	18	18	206.35	0.000**
	มาก	125	156	103	17	401		
การเติมเงิน	ไม่มาก	0	55	103	35	193	275.68	0.000**
	มาก	125	101	0	0	226		
การชำระค่าสินค้า	ไม่มาก	0	0	15	35	50	297.05	0.000**
	มาก	125	156	88	0	369		
รวม		125	156	103	35	419		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงินใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อายุ มีค่าเท่ากับ 253.42 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชีใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อายุ มีค่าเท่ากับ 206.35 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อายุ มีค่าเท่ากับ 275.68 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อายุมี

ความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อายุมีค่าเท่ากับ 297.05 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 1.3 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 การทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรม	ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษา					ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ปริญญาโท	ปริญญาเอก	รวม	χ^2	Sig.
การโอนเงิน	ไม่มาก	0	0	41	28	69	291.43	0.000**
	มาก	93	227	31	0	351		
การตรวจสอบบัญชี	ไม่มาก	0	0	0	18	18	263.28	0.000**
	มาก	93	227	72	10	402		
การเติมเงิน	ไม่มาก	0	94	72	28	194	198.41	0.000**
	มาก	93	133	0	0	226		
การชำระค่าสินค้า	ไม่มาก	0	0	22	28	50	274.32	0.000**
	มาก	93	227	50	0	370		
รวม		93	227	72	28	420		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.11 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ระดับการศึกษา มีค่าเท่ากับ 291.43 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ระดับการศึกษา มีค่าเท่ากับ 263.28 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ระดับการศึกษา มีค่าเท่ากับ 198.41 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ระดับการศึกษา มีค่าเท่ากับ 274.32 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 1.4 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : อาชีพที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 การทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรม		อาชีพ							ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	กิจการส่วนตัว	นักศึกษา	อื่นๆ	รวม	χ^2	Sig.
การโอนเงิน	ไม่มาก	0	0	0	0	47	22	69	310.85	0.000**
	มาก	71	56	126	76	22	0	351		
การตรวจสอบบัญชี	ไม่มาก	0	0	0	0	0	18	18	340.22	0.000**
	มาก	71	56	126	76	69	4	402		
การเติมเงิน	ไม่มาก	0	0	27	76	69	22	194	334.65	0.000**
	มาก	71	56	99	0	0	0	226		
การชำระค่าสินค้า	ไม่มาก	0	0	0	0	28	22	50	261.36	0.000**
	มาก	71	56	126	76	41	0	370		
รวม		71	56	126	76	69	22	420		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อาชีพ มีค่าเท่ากับ 310.85 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อาชีพ มีค่าเท่ากับ 340.22 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อาชีพที่มี

ความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อาชีพ มีค่าเท่ากับ 334.65 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า อาชีพ มีค่าเท่ากับ 261.36 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 1.5 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรม	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม	χ^2	Sig.	
การโอนเงิน	ไม่มาก	0	0	0	69	69	257.41	0.000**
	มาก	103	150	65	33	351		

ตารางที่ 4.13 การทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ต่อ)

พฤติกรรม		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	รวม	χ^2	Sig.
การตรวจสอบบัญชี	ไม่มาก	0	0	0	18	18	58.63	0.000**
	มาก	103	150	65	84	402		
การเติมเงิน	ไม่มาก	0	27	65	102	194	330.92	0.000**
	มาก	103	123	0	0	226		
การชำระค่าสินค้า	ไม่มาก	0	0	0	50	50	176.95	0.000**
	มาก	103	150	65	52	370		
รวม		103	150	65	102	420		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าเท่ากับ 257.41 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าเท่ากับ 58.63 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าเท่ากับ 330.92 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าเท่ากับ 176.95 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งประกอบด้วย โอนเงินเช็คยอดเงินเติมเงินและชำระเงิน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 2.1 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์		χ^2	Sig	
	ไม่มาก	มาก			
โอนเงิน	ไม่มาก	69	0	122.625	0.000**
	มาก	100	251		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	27.931	0.000**
	มาก	151	251		
เติมเงิน	ไม่มาก	169	25	329.434	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	82.296	0.000**
	มาก	119	251		
รวม		169	251		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 122.625 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 27.931 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 329.434 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0

หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 82.296 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2.2 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ปัจจัยด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ปัจจัยด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 การทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยด้านราคากับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อราคา	ระดับความพึงพอใจต่อราคา		χ^2	Sig
		ไม่มาก	มาก		
โอนเงิน	ไม่มาก	69	0	208.839	0.000**
	มาก	50	301		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	47.568	0.000**
	มาก	101	301		
เติมเงิน	ไม่มาก	119	75	193.436	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	143.561	0.000**
	มาก	69	301		
รวม		119	301		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีค่าเท่ากับ 208.839 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีค่าเท่ากับ 47.568 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีค่าเท่ากับ 193.436 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านราคา มีค่าเท่ากับ 143.561 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านราคามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2.3 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายกับการใช้งานธุรกรรม
การเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อสถานที่จัดจำหน่าย		χ^2	Sig	
	ไม่มาก	มาก			
โอนเงิน	ไม่มาก	53	16	308.544	0.000**
	มาก	0	351		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	130.222	0.000**
	มาก	35	367		
เติมเงิน	ไม่มาก	53	141	70.659	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	393.014	0.000**
	มาก	3	367		
รวม		53	367		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า χ^2 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเท่ากับ 308.544 โดยมีระดับนัยสำคัญ (sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน h_1 และปฏิเสธสมมติฐาน h_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า χ^2 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเท่ากับ 130.222 โดยมีระดับนัยสำคัญ (sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน h_1 และปฏิเสธสมมติฐาน h_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า χ^2 พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเท่ากับ 70.659 โดยมีระดับนัยสำคัญ (sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน h_1 และปฏิเสธสมมติฐาน h_0

หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้าใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีค่าเท่ากับ 393.014 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2.4 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 การทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด		χ^2	Sig	
	ไม่มาก	มาก			
โอนเงิน	ไม่มาก	69	0	232.681	0.000**
	มาก	41	310		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	52.999	0.000**
	มาก	92	310		
เติมเงิน	ไม่มาก	110	84	173.615	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	159.951	0.000**
พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด		χ^2	Sig	
	ไม่มาก	มาก			
รวม	110	310			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 232.681 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 52.999 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 173.615 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเท่ากับ 159.951 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2.5 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ปัจจัยด้านความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างปัจจัยด้านความปลอดภัยกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อความปลอดภัย		χ^2	Sig	
	ไม่มาก	มาก			
โอนเงิน	ไม่มาก	69	0	420.000	0.000**
	มาก	0	351		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	95.665	0.000**
	มาก	51	351		
เติมเงิน	ไม่มาก	69	125	96.183	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	288.719	0.000**
	มาก	19	351		
รวม		69	351		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านความปลอดภัยของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 420.00 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 95.665 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 96.183 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0

หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีค่าเท่ากับ 288.719 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ปัจจัยด้านทัศนคติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ประกอบด้วยความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารเทคโนโลยีมีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารและสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งประกอบด้วย โอนเงินเช็คยอดเงินเดิมเงินและชำระเงินสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านทัศนคติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ปัจจัยด้านทัศนคติของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 3.1 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 การทดสอบสมมติฐานระหว่างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร			χ^2	Sig
		ไม่มาก	มาก		
โอนเงิน	ไม่มาก	69	0	132.821	0.000**
	มาก	92	259		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	30.253	0.000**
	มาก	143	259		
เติมเงิน	ไม่มาก	161	33	304.146	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	91.304	0.000**
	มาก	111	259		
รวม		161	259		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพฯ

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 132.821 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 30.253 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 304.146 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 91.304 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 3.2 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่		ระดับความพึงพอใจต่อความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร		χ^2	Sig
		ไม่มาก	มาก		
โอนเงิน	ไม่มาก	69	0	213.820	0.000**
	มาก	48	303		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	48.703	0.000**
	มาก	99	303		
เติมเงิน	ไม่มาก	117	77	188.929	0.000**
	มาก	0	226		

ตารางที่ 4.20 การทดสอบสมมติฐานระหว่างความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร			χ^2	Sig
		ไม่มาก	มาก		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	146.985	0.000**
	มาก	67	303		
รวม		117	303		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 213.820 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 48.703 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 188.929 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร มีค่าเท่ากับ 146.985 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่า

น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความเชื่อถือว่าว่างใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 3.3 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์ที่ใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 การทดสอบสมมติฐานระหว่างเทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน			χ^2	Sig
		ไม่มาก	มาก		
โอนเงิน	ไม่มาก	48	21	275.680	0.000**
	มาก	0	351		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	145.746	0.000**
	มาก	30	372		
เติมเงิน	ไม่มาก	48	146	63.133	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	48	2	401.032	0.000**
	มาก	0	370		
รวม		48	372		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 275.680 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 145.746 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 63.133 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 401.032 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 3.4 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

H_1 : ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ผู้ศึกษาได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การทดสอบสมมติฐานระหว่างลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร			χ^2	Sig
		ไม่มาก	มาก		
โอนเงิน	ไม่มาก	11	58	57.461	0.000**
	มาก	0	351		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	11	7	252.274	0.000**
	มาก	0	402		
เติมเงิน	ไม่มาก	11	183	13.159	0.000**
	มาก	0	226		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	11	39	83.589	0.000**
	มาก	0	370		
รวม		11	409		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์เปรียบเทียบลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงินโดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีค่าเท่ากับ 57.461 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีค่าเท่ากับ 252.274 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.)

เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงินโดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีค่าเท่ากับ 13.159 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่าลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร มีค่าเท่ากับ 83.589 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สมมติฐานที่ 3.5 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

H_0 : ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ทำการแสดงผลการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาในการแจกแจงความถี่และใช้สถิติเชิงอนุมาน ด้วยการทดสอบ Chi-Square Tests (χ^2) ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 การทดสอบสมมติฐานระหว่างความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อความสามารถ ติดต่อ call center ได้ทันที		χ^2	Sig	
	ไม่มาก	มาก			
โอนเงิน	ไม่มาก	69	0	53.959	0.000**

ตารางที่ 4.23 การทดสอบสมมติฐานระหว่างความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานกับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความพึงพอใจต่อความสามารถ ติดต่อ call center ได้ทันที	ระดับความพึงพอใจต่อความสามารถ		χ^2	Sig
		ไม่มาก	มาก		
	มาก	185	166		
ตรวจสอบยอดเงิน	ไม่มาก	18	0	12.291	0.000**
	มาก	236	166		
เติมเงิน	ไม่มาก	194	0	235.623	0.000**
	มาก	60	166		
ชำระสินค้า	ไม่มาก	50	0	37.093	0.000**
	มาก	204	166		
รวม		254	166		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 53.959 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการตรวจสอบบัญชี โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 12.291 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการเติมเงิน โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 235.623 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ด้านการชำระค่าสินค้า โดยใช้สถิติคำนวณหาค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน มีค่าเท่ากับ 37.093 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ตารางที่ 4.24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ปัจจัย	พฤติกรรมการใช้			
	โอนเงิน	ตรวจสอบยอดเงิน	เติมเงิน	ชำระสินค้า
เพศ	✓	✓	✓	✓
อายุ	✓	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✓	✓
รายได้ต่อเดือน	✓	✓	✓	✓
ผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓
ราคา	✓	✓	✓	✓
สถานที่จัดจำหน่าย	✓	✓	✓	✓
ส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✓
ความปลอดภัย	✓	✓	✓	✓
ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร	✓	✓	✓	✓
ความเชื่อถือว่าไว้วางใจในบริการของธนาคาร	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 4.24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

ปัจจัย	พฤติกรรมการใช้			
	โอนเงิน	ตรวจสอบยอดเงิน	เติมเงิน	ชำระสินค้า
เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน	✓	✓	✓	✓
ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร	✓	✓	✓	✓
สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน	✓	✓	✓	✓

✓ คือ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

- คือ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากจำนวนประชากร 400 คน ซึ่งสรุปผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วน 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วน 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วน 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วน 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และรองลงมา คือ เพศชาย มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คืออายุระหว่าง 25-30 ปี มีจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 25 ปี มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 อายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุด คือ อายุ 41 ปีขึ้นไป มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมา คือต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 ปริญญาโทมีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 0 และน้อยที่สุด คือ ปริญญาเอก มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ กิจการส่วนตัวมีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 รับราชการมีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 นักศึกษามีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 พนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และอื่น ๆ (แม่บ้านและเกษียณอายุ) มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

ธนาคาร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากธนาคารKBANK (ธนาคารกสิกรไทย)มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ SCB (ธนาคารไทยพาณิชย์)มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 BBL (ธนาคารกรุงเทพ) มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 KTB (ธนาคารกรุงไทย) มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 TMB (ธนาคารทหารไทย) มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 BAY (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา) มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และน้อยที่สุด คือ SCBT (ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์) มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า โดยส่วนใหญ่ชื่นชอบสถานที่ที่มีความหลากหลายช่องทางในการสอบถาม โดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.741 รองลงมา คือด้านความปลอดภัยของการใช้งาน แอปพลิเคชันและช่องโหว่ เพื่อป้องกันการแฮกบัญชีใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.794 และน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์มีเมนูการใช้งานที่สำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.770

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีค่าเฉลี่ยรวมจัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ย 4.75 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.489 รองลงมา คือ เทคโนโลยีมี

ความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.697 และน้อยที่สุด คือ สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.115

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ พบว่า

การวิเคราะห์เพศของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 70.20 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 15.99 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 306.53 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 48.26 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า

ด้านการโอนเงินค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 253.42 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 206.35 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า आयुมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 275.68 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า आयुมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 297.05 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า आयुมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 291.43 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 263.28 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 198.41 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 274.32 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ระดับ

การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square มีค่าเท่ากับ 310.85 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 340.22 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 334.65 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 261.36 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน โดยใช้สถิติคำนวณค่า Chi-Square Tests (χ^2) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีค่าเท่ากับ 257.41 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 58.63 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า รายได้

เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 330.92 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 176.95 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับ การใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 2.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 122.625 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 27.931 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 329.434 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 82.296 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้าน

ผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 208.839 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านรา มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 47.568 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 193.436 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านรา มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 143.561 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 308.544 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 130.222 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัย

ด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 70.659 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 393.014 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 232.681 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 52.999 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 173.615 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 159.951 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยด้านความปลอดภัยของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 420.00 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 95.665 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 96.183 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 288.719 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติของโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานที่ 3.1 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 132.821 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 30.253 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความรู้

และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 304.146 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 91.304 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความเชื่อถือว่าไว้วางใจในบริการของธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 213.820 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความเชื่อถือว่าไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 48.703 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความเชื่อถือว่าไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 188.929 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความเชื่อถือว่าไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 146.985 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความเชื่อถือว่าไว้วางใจในบริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 275.680 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 145.746 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 63.133 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 401.032 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า เทคโนโลยีมีความทันสมัย สะดวกรวดเร็วต่อการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 57.461 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 252.274 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ลด

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 13.159 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 83.589 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานของผู้ตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า

ด้านการโอนเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 53.959 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการตรวจสอบบัญชี ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 12.291 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการเติมเงิน ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 235.623 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ด้านการชำระค่าสินค้า ค่า Chi-Square Tests มีค่าเท่ากับ 37.093 โดยมีระดับนัยสำคัญ (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ ในระดับ 0.01 หมายความว่า ความสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-30ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จากธนาคาร KBANK (ธนาคารกสิกรไทย) จากข้อมูล พบว่าเป็นกลุ่มวัยทำงานซึ่งมีรายได้เป็นของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยพรพรรณ ช้างงานิยม (2553) ได้ทำการศึกษาลักษณะบุคคลความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพฯ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการเลือกตัวอย่างสะดวก (Convenience Sampling) จากการสำรวจข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโดยคิดเป็นร้อยละ 53.7 และเพศชายร้อยละ 46.3 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.5 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 56 และส่วนใหญ่ร้อยละ 54.7 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 12,001 - 24,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37 จากการสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ส่วนใหญ่พึงพอใจในด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ คือความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลและความพึงพอใจในด้านต้นทุน คือ ช่วยทุ่นแรงในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม ส่วนความพึงพอใจในด้านความสะดวกสบาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องการให้บริการได้ทุกที่จากการสำรวจด้านพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ พบว่า ร้อยละ 59 ใช้บริการของธนาคารกสิกรไทยและประโยชน์จากการใช้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้เพราะความสะดวกสบาย โดยคิดเป็นร้อยละ 49 แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยมัญชฎากิ่งเนตร (2554) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 21 - 30 ปีมีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาทมีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นพนักงานบริษัทเอกชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการได้ทดลองและใช้เทคโนโลยีใหม่ๆให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นว่าสามารถใช้งานได้ทุกเวลาให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมทางการเงินนอกเวลาทำการของธนาคารมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่ม

ตัวอย่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าความสะดวกรวดเร็วเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านราคาพบว่าอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆในการชำระค่าสินค้าและบริการเป็นปัจจัยด้านราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการพบว่าการที่สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดพบว่าการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยรพงศ์อำทก (2544) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นและการยอมรับของผู้บริโภคต่อบริการ(M-Commerce)พบว่าเพศไม่มีผลต่อระดับความสนใจบริการต่าง ๆ ของ M-Commerce อายุมีอิทธิพลต่อระดับความสนใจใช้บริการเฉพาะทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และ Mobile Ticketing/Travelling อาชีพมีอิทธิพลต่อระดับความสนใจใช้บริการเฉพาะทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และ Mobile Shopping ในขณะที่ระดับการศึกษาและรายได้ส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อระดับความสนใจใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่เท่านั้นซึ่งระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความสนใจใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่าระดับมัธยมศึกษาเนื่องจากความจำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวันของคนกลุ่มนี้มักมีหน้าที่การทำงานที่ต้องรับผิดชอบมากมีข้อจำกัดด้านเวลาทำให้สนใจใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากกว่า

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สถานที่ที่มีความหลากหลายช่องทางในการสอบถามรายละเอียดเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือด้านความปลอดภัยของการใช้งานแอปพลิเคชันและช่องโหว่ เพื่อป้องกันการแฮกบัญชีใช้งาน และน้อยที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์มีเมนูการใช้งานที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยรวุฒิ มีชัย (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท พบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อยูในระดับมาก ความจำเป็นและความต้องการในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่ายและการบริการ แรงจูงใจในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการเรียนรู้ในการใช้บริการมีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการและสอดคล้องกับงานวิจัยมัญชุตากิ่งเนตร (2554) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ในเขต

กรุงเทพมหานครผลการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 21 - 30 ปีมีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาทมีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นพนักงานบริษัทเอกชนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการได้ทดลองและใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นว่าสามารถใช้งานได้ทุกเวลาให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมทางการเงินนอกเวลาทำการของธนาคารมากที่สุดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มตัวอย่างปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าความสะดวกรวดเร็วเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านราคาพบว่าอัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในการชำระค่าสินค้าและบริการเป็นปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการพบว่าการที่สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดพบว่าการยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด

3. ปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า การลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร เป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมา คือ เทคโนโลยีมีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน และน้อยที่สุด คือ สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยอภิชาติ เทศสวัสดิ์-วงศ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติและการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 15-59 ปี จำนวน 385 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) จากการสำรวจด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือส่วนใหญ่เป็นเพศชายถึงร้อยละ 55.6 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 44.4 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 87.3 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44.4 และจากการสำรวจทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ทุก ๆ ด้านในเรื่องการบริการ ได้แก่ ขั้นตอนการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน ความถูกต้องความปลอดภัย และภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีและจากการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนโทรศัพท์เคลื่อนที่พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการคือ 1ครั้ง/เดือน โดยคิดเป็นร้อยละ 28.3 โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้ คือสอบถามยอดเงินคงเหลือและส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมบนมือถือเพราะสะดวกรวดเร็วประหยัดเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายและสอดคล้องกับงานวิจัย Luakkanen และคณะ (2008) ศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของทัศนคติต่อปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในประเทศฟินแลนด์โดยแบ่งกลุ่มผู้ใช้บริการเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ postponers,

opponents และ rejectors โดยใช้ปัจจัยจากทฤษฎีพฤติกรรมต่อต้านเทคโนโลยี (the resistance theory) ผลการศึกษา พบว่า กลุ่ม Rejectors มีทัศนคติต่อต้านเทคโนโลยีอย่างชัดเจนและรุนแรงกว่ากลุ่ม opponent และ postponers ตามลำดับ โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการลดแรงต่อต้านคือ การใช้งานและความคุ้มค่าเมื่อเลือกใช้เทคโนโลยีโดยกล่าวว่าเทียบเคียงได้กับการรับรู้ความง่ายในการใช้ และประโยชน์ของเทคโนโลยีในแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) นอกจากนี้ประสบการณ์ที่ได้รับส่งผลต่อการรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้บริการด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัยแสดงว่าคนส่วนใหญ่มีการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับมาก แต่ยังคงพบว่า ผู้ใช้งานเพศหญิงบางส่วนที่มีปริมาณการใช้ถึงระดับมาก ซึ่งอาจเกิดจากความยุ่งยาก และความซับซ้อนของระบบ หรือความปลอดภัย จึงเสนอให้ธนาคารให้ความสนใจกับ ผู้สมัครใช้ Mobile Banking ที่เป็นเพศหญิงเป็นพิเศษ ให้ทางธนาคารมีการจัดอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ออกมาจำหน่ายเป็นการกระตุ้นยอดขายทางการตลาดอีกทางหนึ่ง อาทิเช่น เพิ่มการจัดการอบรมชี้แจงด้านความปลอดภัยให้กับผู้สมัครใช้งานระบบ Mobile Banking เพศหญิงในระหว่างการสมัครมากเป็นพิเศษ โดยมีการโทรสอบถามหรือให้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม หรืออาจสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ในนิตยสาร แม็กกาซีนผู้หญิง / เว็บไซต์ที่มีการจัดช่องว่างสำหรับเพศหญิง ให้ผู้หญิงเกิดความมั่นใจ จะช่วยให้เกิดการใช้งานมากขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ผู้ใช้บริการต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขคือสามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน เนื่องจากปริมาณผู้ใช้บริการมากก็ควรมีการเพิ่มจำนวนพนักงาน call center และมีการพัฒนา อบรมพนักงานให้สามารถตอบ โจทย์ทุกปัญหาทุกข้อสงสัยที่ลูกค้าเรียกร้องอย่าง ถูกต้องและรวดเร็ว เพราะลูกค้ามักจะพบเจออยู่เสมอในการทำงานคือ ข้อร้องเรียนเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ลูกค้าซื้อไป ในทุกองค์กรจึงตั้งให้มีแผนกบริการลูกค้าเพื่อให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้งาน สินค้า รวมทั้งรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับปัญหาที่พบจากการใช้สินค้าและบริการ โดยลูกค้าสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ผ่านทางสายด่วน หรือ Call Center ที่คอยความอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในเวลาทำการ หรือบางธุรกิจให้บริการกันตลอด 24 ชั่วโมงเลยทีเดียว เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าจึงต้องมีวิธีในการรับมือเมื่อลูกค้าโทรเข้ามาร้องเรียน ซึ่งโดยมากมักจะมาพร้อมกับความไม่พึงพอใจต่าง ๆ นานาเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการและสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้รู้สึกว่าคุณดูแลเอาใจใส่เราคืออีกประการหนึ่ง การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจส่วนประสมการตลาดอื่น ๆ เช่น การกำหนดลักษณะสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การกำหนด

ราคาที่เหมาะสมกับวิธีการจัดจำหน่าย การเลือก โปรแกรมการส่งเสริมการตลาดที่ตัดสินใจเลือก ช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นปัญหาท้าทายนักการตลาดให้ต้องปรับยุทธวิธีการจัดจำหน่ายให้ สอดคล้องกับความก้าวหน้า และเปลี่ยนแปลงไปของคนกลางประเภทต่าง ๆ เทคโนโลยี และระบบ ข่าวสารข้อมูลที่ถูกนำมาใช้กับการจัดการการจัดจำหน่ายพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นความรวดเร็ว นอกจากนี้การคิดค้นวิธีการใหม่ ๆ ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความ แตกต่างและมีประสิทธิภาพสูงขึ้นเป็นความท้าทายความอยู่รอดของธุรกิจและการตลาดยุคปัจจุบัน อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การตัดสินใจระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การพิจารณาความยาว (Length) ของการจัดจำหน่ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคว่าจะต้องผ่านคนกลางมากน้อยเพียงใด ระดับของ การจัดจำหน่ายสินค้าแตกต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคอยู่บ้างเนื่องจากองค์ประกอบของคนกลาง แตกต่างกัน วิธีการจัดจำหน่ายอาจจะดำเนินการโดยตรงโดยผ่านพนักงานขายของบริษัทผู้ลูกค้า หรือ ผ่านตัวแทนผู้ผลิตหรือสำนักงานสาขาของผู้ผลิตก็ได้

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ควรศึกษาว่าทำไมคนถึงไม่ใช้ Mobile Bankingจะได้อ้างอิงถึงหลาย ๆ แง่มุมหรือเพราะกลัว ภาระ หรือ อาจทำวิจัยต่อยอดเป็น เจาะลึกด้านความสะดวกสบาย หรือ ประเด็นอื่น ๆ เช่นวิเคราะห์เทคโนโลยี ดิจิทัลเปลี่ยนโลกของสาขาเบงก์จะได้ข้อมูลที่หลากหลาย เจาะลึกขึ้น และเป็นประโยชน์มากขึ้น

5.4.2 ควรมีการศึกษาอรรถประโยชน์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสมาร์ตแอปพลิเคชันทางการเงินเวอร์ชัน ใหม่ ๆ จากทุกธนาคาร เพราะทุกธนาคารต่างต้องการให้ลูกค้าหันมาใช้บริการของธนาคารตนและเป็น ที่ยอมรับมากที่สุด เช่น ธนาคารหนึ่งโปรโมทโปรดัคส์ใหม่ ในชื่อ "New K-Mobile Banking PLUS" คำตอบที่ดี ที่สุดของแอปการเงินบนมือถือ"โดยอธิบายรายละเอียดว่า "มือถือสมาร์ตโฟน ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิต ให้คุณทำธุรกรรมได้เร็วและง่ายในสไตล์ที่เป็นคุณ ปลอดภัย อุ่นใจ ด้วยเทคโนโลยีความปลอดภัย มาตรฐานระดับโลก." จะเห็นได้ว่าธนาคารต่างๆ มีการพัฒนาระบบITตลอดเวลา เพื่อความเป็นที่สูงสุดของ ธนาคารระดับประเทศและก้าวสู่ระดับโลก

5.4.3 ศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนใช้บริการและหลังใช้บริการเพื่อการพัฒนา ระบบสารสนเทศที่ถูกต้องตรงจุดเพื่อให้ผู้มาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินเกิดความพอใจสูงสุดอีกทั้งยังสามารถ ทำนายถึงแนวโน้มถึงประชากรที่หันมาสนใจเทคโนโลยีทางด้านธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่ได้อีกด้วย

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คอตเลอร์ ฟิลลิป. (2546). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : เพียวสัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โด ไชน่า.
- คอตเลอร์ ฟิลลิปและอาร์มสตรอม แกรี. (2549). หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน (Principles of Marketing). กรุงเทพฯ : เพียวสัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โด ไชน่า.
- จิราพร ศรีพลวัฒน์. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง. (การค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ชลาทิพย์ เทพนิกร. (2548). พฤติกรรมการฝากเงินของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันราชภัฏวไลยอลงกรณ์).
- ณัฐพล ชวนสมสุข. (2553). ภาพลักษณ์ของธุรกิจธนาคารที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าธนาคาร. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ทรงศักดิ์ ลิ้มสิริสันติกุล. (2554). Iphone4 & iPod touch. กรุงเทพฯ : วี.พี.ริ้น.
- ทิพย์สิริ ทิพย์พรหม. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ทิพย์สุดา หมั่นหาญ. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). “ปริมาณการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ ในช่วงปี 2553-2556” สืบค้นจาก <http://www.bot.or.th>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). “อัตราเติบโตสัดส่วนของทางชำระเงินไตรมาส 3 ปี 2556” สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/ps_quarterly_report/Payment%20Systems%20Insight/Payment%20Systems%20Insight%20Q3-2556_Final%20version.Pdf
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2548). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เบญจภรณ์ ขวัญสมคิด. (2555). พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์มือถือ Smartphone และการใช้เวลาของ
นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ สัมปตตะวานิชย์. (2529). เอกสารสอนชุดวิชา พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พรพรรณ ช้างงานเนียม. (2553). ลักษณะบุคคลความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทาง
การเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร.
(การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- พิสิฐ มหามงคล. (2546). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัท
การบินไทย จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- พีระพงษ์ ถ้าอุทก. (2544). ความคิดเห็นและการยอมรับของผู้บริโภคต่อบริการ (M-Commerce).
(การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- มัณฑุตา มีชัย. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้า
ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ค้นคว้าแบบอิสระปริญญา
โทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรวิมล มีชัย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่
ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ศราวุธ สุวรรณเทพ. (2551). การวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อพัฒนาธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขต
เทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุดาพร กุณฑลบุตร. (2549). **หลักการตลาด (สมัยใหม่)**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุทธนิภา ศรีไสย. (2544). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะและความต้องการออกนอกกระบบราชการของอาจารย์มหาวิทยาลัยของรัฐ**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด : วางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2557). **จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพฯ พ.ศ. 2551-2557** เรียงตามจำนวนประชากร พ.ศ. 2557. สืบค้นจาก [http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557\(thai\).pdf](http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000130/Logo/statistic/stat2557(thai).pdf)
- อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์. (2553). **ทัศนคติและการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- อภิวรรณ ลาภวรารักษ์. (2549). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ K-mAlert ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดสมุทรสาคร**. (ค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). **Marketing an Introduction** (9th ed.). Neyfersey: Pearson Education.
- Etzel, M. W., Stanton, W. J., & Walker, B. J. (2001). **Marketing** (12th ed.). Boston: McGraw Hill, Inc.
- Yamane, T. (1967). **Statistics: an introductory analysis**. New York: Harper and Row.

ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสอบถามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปประมวลผลข้อมูลในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่าน Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในรายวิชา การค้นคว้าอิสระ การศึกษาเฉพาะบุคคล ของหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปีการศึกษา 5559 โดยข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการทำแบบสอบถาม มา ณ โอกาสนี้

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย✓ ลงในช่องว่าง [] ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

- | | | |
|------------------|--|--|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1. ชาย | <input type="checkbox"/> 2. หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 25 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 25-30 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 3. 31-40 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 41 ปีขึ้นไป |
| 3. ระดับการศึกษา | <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า |
| | <input type="checkbox"/> 3. ปริญญาโท | <input type="checkbox"/> 4. ปริญญาเอก |
| 4. อาชีพ | <input type="checkbox"/> 1. รับราชการ | <input type="checkbox"/> 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4. กิจการส่วนตัว |
| | <input type="checkbox"/> 5. นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ โปรดระบุ |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท 2. 15,001-20,000 บาท
 3. 20,001-30,000 บาท 4. มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป

6. การใช้บริการธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ท่านเลือกใช้บริการจากธนาคารใด

1. KBANK (ธนาคารกสิกรไทย) 2. SCB (ธนาคารไทยพาณิชย์)
 3. BBL (ธนาคารกรุงเทพ) 4. KTB (ธนาคารกรุงไทย)
 5. BAY (ธนาคารกรุงศรีอยุธยา) 6. TMB (ธนาคารทหารไทย)
 7. SCBT (ธนาคารสแตนดาร์ด ชาร์เตอร์) 8. อื่นๆ :.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย√ลงในช่อง ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยน้อยที่สุด
7. ด้านผลิตภัณฑ์มีเมนูการใช้งานที่สำคัญครบถ้วน					
8. การให้บริการในด้านราคาโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการการทำธุรกรรมบางรายการ					
9. สถานที่ให้มีความหลากหลายช่องทางในการสอบถามรายละเอียด					
10. การส่งเสริมการตลาดโดยการแนะนำและให้ความรู้ที่หลากหลาย					
11. ด้านความปลอดภัยของการใช้งานแอปพลิเคชันและช่องโหว่ เพื่อป้องกันการแฮกบัญชีใช้งาน					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติ

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

ปัจจัยด้านทัศนคติ	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
12. ด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของธนาคาร					
13. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในบริการของธนาคาร					
14. เทคโนโลยีมีความทันสมัยสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน					
15. ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคาร					
16. สามารถติดต่อ call center ได้ทันทีเมื่อมีปัญหาการใช้งาน					

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

คำชี้แจง: กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง [] ที่ท่านเห็นว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับการใช้งานธุรกรรมการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
17. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในการ โอนเงินระหว่างบัญชี					
18. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในการ เช็คยอดเงินคงเหลือในบัญชีของท่าน					
19. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในการ เติมเงิน โทรศัพท์มือถือ					
20. ท่านใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในการ ชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ					

ข้อเสนอแนะ :

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล : น.ส. พัชริดา ใต้ทอง
วัน เดือน ปี เกิด : 18 กันยายน พ.ศ. 2533
ที่อยู่ : 2/85 หมู่ 9 ต.บางพูด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี 11120
ประวัติการศึกษา : ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขา สารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประวัติการทำงาน : วิทยากรฝึกอบรม
บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด มหาชน
เบอร์โทรศัพท์ : 080-422-3239
อีเมล : patcharida_t@rmutt.ac.th

