



การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก

SELECTING THE KEY FEATURES OF MOBILE BANKING
FOR SMALL AND MEDIUM BANKS

มยุรี จิตเจริญรุ่งโรจน์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2562

การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

SELECTING THE KEY FEATURES OF MOBILE BANKING
FOR SMALL AND MEDIUM BANKS



MAYUREE CHITCHAROENRUNGROJN

A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

(Business Administration (Marketing))

Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University

2019

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์
เรื่อง
การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก
ของ
มยุรี จิตเจริญรุ่งโรจน์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก	 ประธาน
(อาจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล)	(รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีพรรณ พิริยะกุล)
	 กรรมการ
	(อาจารย์ ดร.เศรษฐวิษฐ์ พรหมสิทธิ์)

ชื่อเรื่อง	การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคาร ขนาดกลางและขนาดเล็ก
ผู้วิจัย	มยุรี จิตเจริญรุ่งโรจน์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2562
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. อินทกะ พิริยะกุล

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์ สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กที่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ และด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 16.30 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การตรวจสอบยอดเงินคงเหลือโดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบ การชำระค่าสินค้าและบริการด้วยการสแกนบาร์โค้ดหรือคิวอาร์โค้ด การสมัครใช้บริการโดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาธนาคาร มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 7.60

คำสำคัญ : โมบายแบงก์กิ้ง, ธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก, คุณลักษณะ

Title	SELECTING THE KEY FEATURES OF MOBILE BANKING FOR SMALL AND MEDIUM BANKS
Author	MAYUREE CHITCHAROENRUNGROJN
Degree	MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
Academic Year	2019
Thesis Advisor	Intaka Piriyakul , Ph.D.

The objective of research is to study to selecting the key features of mobile banking for small and medium banks consist of perceived usefulness, such as deposits, loan services, transfer and payment services, credit services, investment services, other services and the perceived ease of use, the influence the intention of using mobile banking for small and medium bank users in Bangkok. The sample group consisted of 400 people. A questionnaire was used as a tool for data collection. The research found the following: most of the respondents were female, aged between thirty to thirty-nine, single, held a Bachelor's degree or equivalent, were professionals or employees of private companies and earned an average monthly income of 30,001-45,000 baht. The results of the hypothesis testing found that the perceived usefulness of deposits, loan services and transfer/payment services influenced the intention to use mobile banking among small and medium bank users in Bangkok, with statistical significance of 0.05, which can be explained by 16.30% perceived ease of use by checking the remaining balance without logging into the system; the payment of goods and services by scanning the barcode or QR code, applying for mobile banking without having to contact the bank and influencing the intention to use mobile banking among users of small and medium banks in Bangkok, with a statistical significance of 0.05, which can be described as 7.60%

Keyword : Key features, Mobile banking, Small and medium banks

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลา ให้คำปรึกษา ตลอดจนข้อแนะนำต่างๆ ในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ระพีพรรณ พิริยะกุล ประธานการควบคุมสารนิพนธ์ อาจารย์ ดร.เศรษฐวัสส์ พรมสิทธิ์ และ อาจารย์ ดร.วรินราไพ รุ่งเรืองจิตต์ ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของแบบสอบถาม และเป็นคณะกรรมการในการสอบสารนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาในการให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยชิ้นนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณาจารย์โครงการพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน ที่ให้ความเมตตา ให้ความรู้ ทั้งในภาคทฤษฎี รวมถึงการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำเรื่องระบบ i-Thesis และความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว ญาติพี่น้อง ที่ให้การสนับสนุนและเป็นที่กำลังใจ ขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานที่คอยดูแล ช่วยเหลือในทุก ๆ เรื่อง รวมถึงรุ่นพี่ MBA สาขาวิชาการตลาดรุ่นที่ 16 (นอกเวลาราชการ) สำหรับคำแนะนำ และความช่วยเหลือที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณเพื่อนนิสิต MBA สาขาวิชาการตลาดรุ่นที่ 17 (นอกเวลาราชการ) สำหรับน้ำใจ มิตรภาพ คำแนะนำต่างๆ ที่มีส่วนช่วยให้สารนิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลา ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณผู้มีส่วนช่วยเหลือทุกท่านที่มีได้เอ่ยนาม ณ ที่นี้

มยุรี จิตเจริญรุ่งโรจน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญรูปภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)	5
สมมติฐานในการวิจัย	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)	8
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)	10
3. ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารขนาดกลางและธนาคารขนาดเล็ก.....	13
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	30

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	32
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล	36
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58
บทที่ 5 สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ	59
ความมุ่งหมายของการวิจัย	59
สมมติฐานในการวิจัย	59
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
อภิปรายผล	63
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	64
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป	64
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก.....	67
ประวัติผู้เขียน.....	74

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1	ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน mobile banking ปี 2561 – 2562.....	1
ตาราง 2	สรุปคุณลักษณะของโมบายแบงก์กิ้ง.....	27
ตาราง 3	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	41
ตาราง 4	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งโดยรวม	44
ตาราง 5	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ	45
ตาราง 6	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ	46
ตาราง 7	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต	47
ตาราง 8	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน	48
ตาราง 9	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ	49
ตาราง 10	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง	50
ตาราง 11	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจใช้ โมบายแบงก์กิ้ง	51
ตาราง 12	แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)	52
ตาราง 13	แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง	53

ตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)	55
ตาราง 15 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง	56
ตาราง 16 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	58



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
ภาพประกอบ 2 แสดงแบบจำลองการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) .	8
ภาพประกอบ 3 แสดงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior : TPB)	9
ภาพประกอบ 4 แสดงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)	10
ภาพประกอบ 5 ขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	12
ภาพประกอบ 6 TMB Touch Mobile App	15
ภาพประกอบ 7 Thanachart Connect.....	17
ภาพประกอบ 8 UOB MIGHTY Mobile Application	19
ภาพประกอบ 9 KK e-Banking Mobile Application.....	20
ภาพประกอบ 10 CIMB CLICKS on Mobile Application	21
ภาพประกอบ 11 LH Bank M Choice Mobile Application	23
ภาพประกอบ 12 TISCO Mobile Application.....	24

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

โทรศัพท์มือถือได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการชีวิตประจำวันมากขึ้น เปรียบได้เป็นปัจจัยที่ห้า ในการดำรงชีวิต รองมาจาก อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค เทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถเพิ่มศักยภาพโทรศัพท์มือถือทำได้มากกว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารเพียงอย่างเดียว ปัจจุบันโทรศัพท์มือถือสามารถใช้สั่งอาหาร เรียกบริการรถแท็กซี่ รวมถึงเป็นธนาคาร (Mobile Banking) ที่สามารถทำธุรกรรมการเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ จ่ายบิลต่างๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยไม่ต้องเดินทางไปธนาคารอีกต่อไป

โมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) คือ บริการทางการเงินบนโทรศัพท์มือถือ มีความแม่นยำและเหมือนกันกับการทำธุรกรรมผ่านตู้ ATM และ เคาน์เตอร์ธนาคาร ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร ลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร

จากการขยายตัวของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ส่งผลให้ความนิยมซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้การชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าผ่านสมาร์ทโฟนสูงขึ้นตามไปด้วย อีกทั้งรัฐบาลได้สนับสนุนการเข้าสู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ทำให้ผู้ใช้บริการเริ่มเปลี่ยนมาใช้ช่องทางโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน mobile banking ปี 2561 – 2562

ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน mobile banking	ปี 2561	ปี 2562
จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ (บัญชี)	46,004,931	60,084,598
ปริมาณรายการ (พันรายการ)	2,839,368	4,925,137
มูลค่ารายการ (พันล้านบาท)	17,502	24,408

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

การก้าวเข้าสู่ Digital Banking ทำให้ธนาคารต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งจากธนาคารด้วยกัน และผู้ให้บริการที่มีชื่อสถาบันการเงิน (Non-Bank) เช่น True Wallet, Rabbit

Line Pay เป็นต้น ธนาคารจึงต้องปรับตัวเพื่อป้องกันการสูญเสียฐานลูกค้าให้กับคู่แข่ง โดยการออกแบบการทำงานของโมบายแบงก์กิ้ง ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนไป การออกแบบให้มีความง่ายต่อการใช้งาน ช่วยเพิ่มอรรถประโยชน์ให้กับผู้ใช้บริการ จึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนารูปแบบการทำงานของโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการหันมาสนใจใช้ช่องทางโมบายแบงก์กิ้งมากขึ้น รวมถึงผู้ใช้บริการปัจจุบัน ให้เกิดความพึงพอใจ และเกิดความจงรักภักดีต่อธนาคาร

จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึง การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาพัฒนาการทำงานของโมบายแบงก์กิ้ง ให้มีรูปแบบการทำงานที่ง่าย ไม่ซับซ้อน ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ และหันมาใช้โมบายแบงก์กิ้งเพิ่มมากขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มาพร้อมเทคโนโลยี เพื่อก้าวเข้าสู่ยุคระบบการเงินสมัยใหม่ (Digital Banking) ในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง
3. เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการ เพื่อนำไปปรับปรุงรูปแบบการทำงานของโมบายแบงก์กิ้งของกลุ่มธนาคารขนาดกลางและธนาคารขนาดเล็ก ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ
2. ผลของการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ จัดการงบประมาณ ในการพัฒนาโมบายแบงก์กิ้ง จัดอันดับความสำคัญในการ เพิ่ม / ลด รูปแบบการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งของกลุ่มธนาคารขนาดกลางและธนาคารขนาดเล็ก เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการนำเสนอผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคาร ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป

4. งานวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง สำหรับผู้ที่สนใจศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการ ในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กที่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กที่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556, น. 25-26) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน เพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คนจะได้เท่ากับ 400 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากเลือกแบบไม่ใส่คืนจากจำนวนเขตทั้งหมดของกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต โดยผลการจับฉลากเพื่อนำมาเป็นตัวแทนในการเก็บข้อมูลจำนวน 5 เขต ได้แก่ เขตสาทร เขตห้วยขวาง เขตปทุมธานี เขตคลองเตย และเขตจตุจักร

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามเขตที่จับฉลากได้ในขั้นตอนที่ 1 โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างเขตละเท่าๆ กันจะได้กลุ่มตัวอย่างเขตละ 80 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกสถานที่ในการเก็บข้อมูลจากย่านธุรกิจที่มีอาคารสำนักงานหนาแน่น และเป็นผู้ที่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก อย่างน้อย 1 ครั้ง ที่อยู่ในเขตทั้ง 5 เขต ดังนี้

1. เขตสาทร ได้แก่ อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์
2. เขตห้วยขวาง ได้แก่ อาคารเมืองไทย-ภัทร คอมเพล็กซ์
3. เขตปทุมธานี ได้แก่ อาคารทิปโก้
4. เขตคลองเตย ได้แก่ อาคารไทม์ สแควร์

5. เขตจตุจักร ได้แก่ ดึกช้าง

ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจให้ข้อมูล ในเขตสาทร เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตคลองเตย และเขตจตุจักร ตามที่กำหนดไว้แล้วในขั้นตอนที่ 3

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ

1.1 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน

1.1.1 ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ

1.1.2 ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ

1.1.3 ด้านบริการบัตรเครดิต

1.1.4 ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน

1.1.5 ด้านบริการอื่นๆ

1.2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก
ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ก่อให้เกิดประโยชน์และเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) หมายถึง การรับรู้ที่เทคโนโลยีนั้นเป็นเรื่องง่ายที่จะใช้ สะดวก และไม่ต้องใช้ความพยายามมากเกินไป

3. ความตั้งใจใช้ (Intention to use) หมายถึง ความตั้งใจหรือเจตนาของผู้ใช้บริการที่จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ซึ่งสามารถวัดได้จากการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน โดยไม่ต้องใช้ความพยายามทำความเข้าใจการใช้งานโมบายแบงก์กิ้งมากเกินไป รวมถึงความตั้งใจที่จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งเป็นอันดับแรก เมื่อต้องทำธุรกรรมการเงินใช้อย่างสม่ำเสมอและใช้ต่อไปในอนาคต

4. โมบายแบงก์กิ้ง หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์มือถือ ที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยสามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมง

5. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

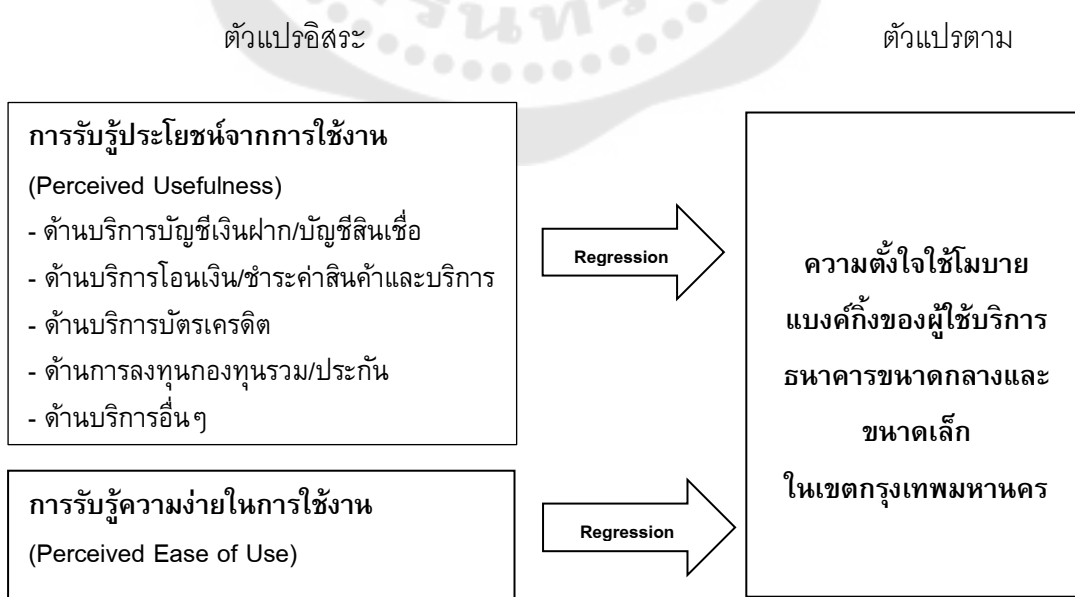
6. ธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก หมายถึง ธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทย โดยใช้เกณฑ์ของธนาคารแห่งประเทศไทยในการจัดกลุ่มธนาคาร

6.1 ธนาคารขนาดกลาง หมายถึง ธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมตั้งแต่ร้อยละ 2.5 แต่ไม่ถึงร้อยละ 10 ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน), ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

6.2 ธนาคารขนาดเล็ก หมายถึง ธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมต่ำกว่าร้อยละ 2.5 ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่ ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน), ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน), ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก มีกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล โดยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้สนับสนุนงานวิจัยเรื่อง การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยมีส่วนที่ครอบคลุมเนื้อหาการวิจัยและได้มีการนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

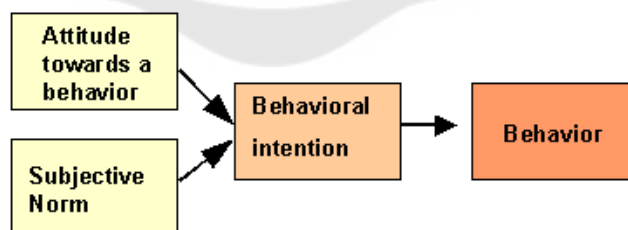
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจใช้
3. ข้อมูลเกี่ยวกับโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารขนาดกลางและธนาคารขนาดเล็ก
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA)

คือการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ความเชื่อ ต่อการแสดงพฤติกรรม คิดค้นขึ้นโดย Fishbein M & Ajzen I. (1975). โดยปกติมนุษย์เป็นผู้มีเหตุผล การแสดงพฤติกรรมใดๆ ต้องเกิดจากการความคิดไตร่ตรองก่อน จึงแสดงพฤติกรรมออกไป ดังนั้นมนุษย์จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรม ขึ้นอยู่กับ ความตั้งใจและเหตุผล แสดงดังภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบ 2 แสดงแบบจำลองการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA)

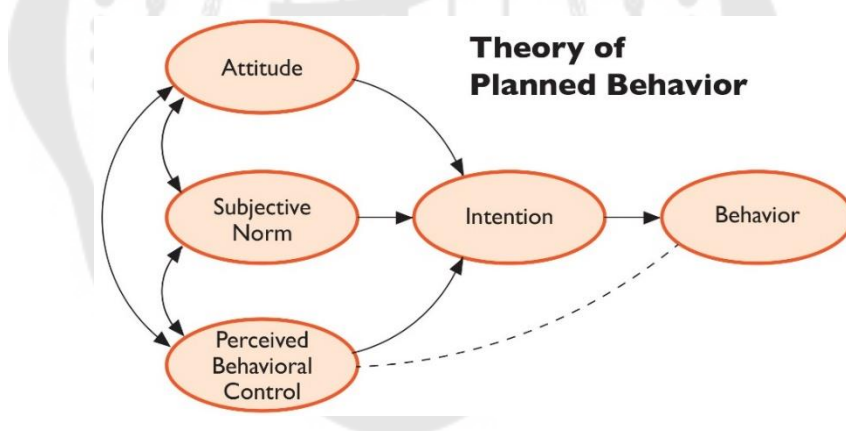
ทั้งนี้จะพบว่า พฤติกรรม (Behavior) และความตั้งใจ (Intention) ของมนุษย์มีผลมาอิทธิพลความเชื่อ 2 ปัจจัย ได้แก่

1) ทศนคติที่มีต่อพฤติกรรม (Attitude towards a behavior) ทศนคติในการประเมินภาพรวมพฤติกรรมและผลที่ตามมา ทั้งในแง่บวกและลบ การแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมนั้น เกิดจากการประเมินของมนุษย์

2) บรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) ความคาดหวังของสังคมที่มีผลต่อบุคคลโดยได้รับอิทธิพลจากกลุ่มคนใกล้ชิด เช่น พ่อ แม่ พี่น้อง หรือเพื่อนร่วมงาน โดยมักจะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรม คล้อยตามกลุ่มคนดังกล่าว

1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior : TPB)

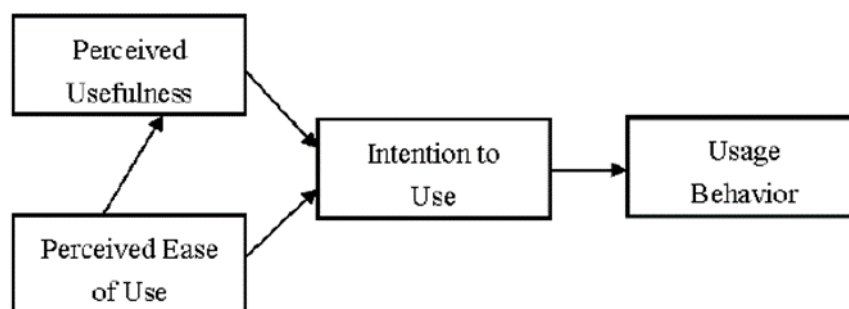
คือทฤษฎีที่พัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล Theory of Reasoned Action โดย Ajzen and Fishbein โดยมีการเพิ่มปัจจัยการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) เข้ามา คือการรับรู้ความยากง่ายที่จะแสดงพฤติกรรม หากบุคคลรับรู้ว่าจะสามารถแสดงพฤติกรรมนั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลดังที่ตั้งใจ จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรม ในทางตรงกันข้าม หากรับรู้ว่ามี ความยาก ไม่สามารถควบคุมได้ก็จะไม่เกิดการแสดงพฤติกรรมนั้นเช่นกัน ดังแสดงในภาพประกอบที่ 3



ภาพประกอบ 3 แสดงทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned behavior : TPB)

1.3 ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM: Technology Acceptance Model)

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี เป็นการพัฒนาต่อมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน โดย Davis และ Davis Bagozze Warshaw เป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมและถูกนำมาใช้ในการทำนายการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคล ประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) และ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพประกอบ 4 แสดงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี

(Technology Acceptance Model: TAM)

1.3.1 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือ ความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี ต้องมีความง่ายที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ และต้องไม่ใช้ความพยายามมากเกินไป โดยเทคโนโลยีที่มีความง่ายในการใช้งาน มักจะได้รับการยอมรับจากบุคคล

1.3.2 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) คือ เทคโนโลยีนั้นช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบุคคล ในด้านต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ประสิทธิภาพการทำงาน คือการช่วยลดเวลาในการทำงาน ในเวลาเท่ากันได้ผลผลิตเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มรายได้ ทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะยอมรับเทคโนโลยีนั้น

จากข้อมูลและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ที่ได้กล่าวมาข้างต้น จึงได้กำหนดตัวแปรที่จะใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน คือ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

2.1 ความหมายของความตั้งใจซื้อ

ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ การใช้บริการใดบริการหนึ่งเป็นตัวเลือกรแรก (Parasuraman, et al., 1990) ความตั้งใจซื้อมาจากความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าและความมั่นใจของผู้บริโภคต่อตราสินค้า

ไซเธิล เบอริ และพาราสุรามาน (Zeithaml, V.A. Berry, L., 1990) กล่าวว่า นอกจากความตั้งใจเป็นการแสดงถึงการใช้บริการนั้น ๆ เป็นตัวเลือกแรกแล้วยังแสดงถึงความจงรักภักดีของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติได้แก่

1) ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ การที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการหรือเลือกซื้อตราสินค้านั้นเป็นตัวเลือกแรก

2) พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth Communications) คือการที่ผู้บริโภคกล่าวถึงตราสินค้าในแง่ดี แนะนำและบอกต่อให้คนอื่นสนใจตราสินค้า

3) ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity) คือ แม้ว่าตราสินค้านั้นจะมีราคาที่สูงขึ้น ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายในราคาที่สูง เพราะผู้บริโภคพึงพอใจต่อตราสินค้า

4) พฤติกรรมกรร้องเรียน (Complaining Behavior) คือเมื่อผู้บริโภคเกิดปัญหากับตราสินค้านั้น จะร้องเรียนกับผู้ให้บริการโดยตรง หรือบอกต่อผู้อื่น หรืออาจส่งเรื่องไปหน่วยงานภายนอก

ชิฟแมน และ คานัค (Schiffman Leon G. Kanuk & Leslie Lazar, 2009) ได้กล่าวว่าความตั้งใจซื้อเป็นการวัดความเป็นไปได้ของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าบางอย่าง “แบล็คเวลล์ มินิอาร์ด และเฮนเกล” คือมาตรวัดความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค พัฒนาโดย (Blackwell, 2001) โดยแบ่งประเภทของความตั้งใจซื้อที่สามารถวัดได้ ออกเป็น 5 ประเภท

1) ความตั้งใจซื้อ หมายถึง ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าซึ่งจะเกิดกระบวนการซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าก็ได้

2) ความตั้งใจซื้อซ้ำ หมายถึง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดเดิม จากตราสินค้าเดิมอีกครั้ง

3) ความตั้งใจซื้อสินค้าในอนาคต หมายถึง ผู้บริโภควางแผนที่จะซื้อสินค้าใดๆ จากตราสินค้าในอนาคต

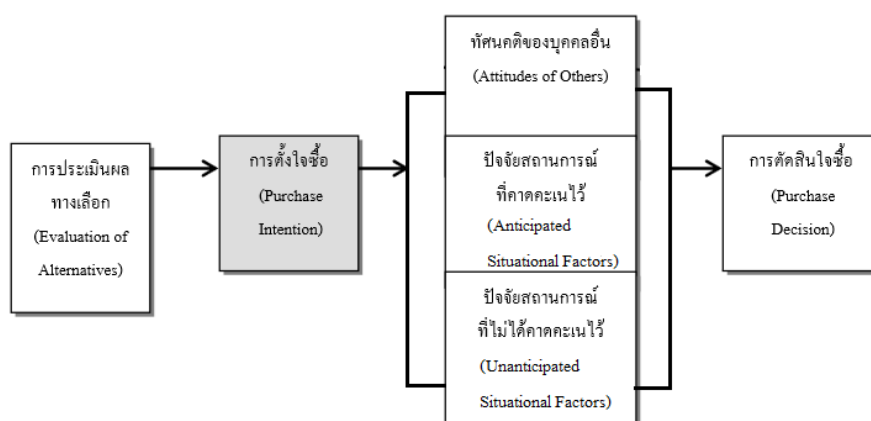
4) ความตั้งใจในการใช้จ่ายเพื่อซื้อ หมายถึง ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้านั้นๆ ซึ่งจะเกิดกระบวนการซื้อสินค้าจากผู้บริโภคในขั้นตอนนี้

5) ความตั้งใจซื้อเพื่อการบริโภค หมายถึง ความตั้งใจในการยอมรับสินค้าของผู้บริโภคพร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการตราสินค้า และใช้สินค้าจากตราสินค้านั้น

2.2 ขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ

ความแตกต่างระหว่าง การตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) และ การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) กล่าวคือ ความตั้งใจซื้อนั้นเป็นขั้นตอนที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการประเมิน

ทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ โดยความตั้งใจซื้อมักนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ แต่ก็ไม่เสมอไปเพราะมีปัจจัยแทรกระหว่างความตั้งใจซื้อ กับการซื้อจริง ปัจจัยแทรกนั้นมี 3 ปัจจัย ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 5 ขั้นตอนระหว่างการประเมินผลทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Kotler Philip (2000)

การตัดสินใจซื้อ (purchase decision) การตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้นหลังการประเมินทางเลือก (Evaluation of alternative) โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่เขาชอบมากที่สุด มีปัจจัย 3 ข้อก่อนการตัดสินใจซื้อ

1. ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Other) ทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ (Anticipated Situational Factors) ผู้บริโภคจะคาดคะเนปัจจัยต่างๆ เช่น การคาดคะเนรายได้ของครอบครัว การคาดคะเนต้นทุนของสินค้า และการคาดคะเนผลประโยชน์ของสินค้า เป็นต้น
3. ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (Unanticipated Situational Factors) ในขณะที่ผู้ซื้อกำลังตัดสินใจซื้อสินค้านั้น อาจมีปัจจัยที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ เช่น พนักงานขายไม่อธิบายข้อมูลสินค้า ทำให้ผู้ซื้อเกิดความไม่พอใจในตัวพนักงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอาจทำให้ผู้ซื้อยกเลิกการซื้อสินค้านั้นไป

3. ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายบังคับกึ่งของธนาคารขนาดกลางและธนาคารขนาดเล็ก

3.1 ธนาคารพาณิชย์จดทะเบียนในประเทศ (Commercial Bank) คือ บริษัทมหาชน จำกัดที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจการรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทวงถามหรือเมื่อครบกำหนดระยะเวลา ให้สินเชื่อ ซื้อขายตัวแลกเปลี่ยน ซื้อขายเงินตราต่างประเทศ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประกันภัยและหลักทรัพย์ ธุรกิจอนุพันธ์ทางการเงิน ธุรกิจธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (e-banking) ธุรกิจการเงินและธุรกิจการให้บริการอื่น ปัจจุบันมีทั้งสิ้น 14 แห่งคือ

- 1) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- 2) ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- 3) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
- 4) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- 5) ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)
- 6) ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
- 7) ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
- 8) ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)
- 9) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
- 10) ธนาคารธนาชาต จำกัด (มหาชน)
- 11) ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
- 12) ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)
- 13) ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
- 14) ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)

3.2 การจัดกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทย (Peer Group)

ธนาคารแห่งประเทศไทย มีการจัดกลุ่มธนาคารพาณิชย์ไทย (Peer Group) ออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มขนาดใหญ่ กลุ่มขนาดกลางและกลุ่มขนาดเล็ก โดยใช้ขนาดสินทรัพย์เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มธนาคาร ตามรายละเอียดดังนี้

1) ธนาคารขนาดใหญ่ ประกอบด้วยธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวมตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่

- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)

ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

2) ธนาคารขนาดกลาง ประกอบด้วยธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวม ตั้งแต่ร้อยละ 2.5 แต่ไม่ถึงร้อยละ 10 ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารธนาชาต จำกัด (มหาชน)

ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

3) ธนาคารขนาดเล็ก ประกอบด้วยธนาคารที่มีส่วนแบ่งตลาดของสินทรัพย์รวม ต่ำกว่าร้อยละ 2.5 ของสินทรัพย์รวมธนาคารพาณิชย์ไทยทั้งระบบ ได้แก่

ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)

ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)

ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)

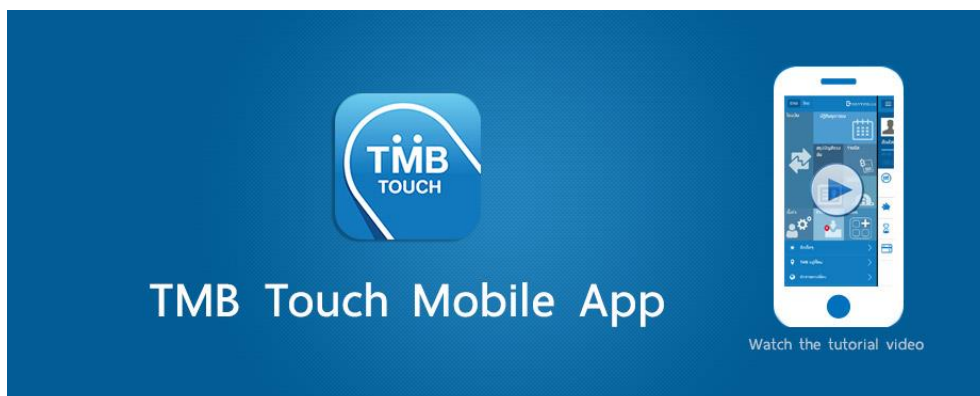
จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยมุ่งศึกษาไปที่ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและธนาคารพาณิชย์ขนาดเล็กที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกัน คือ ธุรกิจธนาคาร ธุรกิจหลักทรัพย์ ธุรกิจหลักทรัพย์จัดการกองทุน ธุรกิจประกัน ธุรกิจสินเชื่อ โดยจะไม่รวมธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน) ซึ่งขายธุรกิจรายย่อยทั้งหมดให้กับ ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2560 โดยปัจจุบันมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ เช่น บริษัท สถาบัน และธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน) ยังไม่มีการดำเนินการธุรกิจหลักทรัพย์ และธุรกิจหลักทรัพย์จัดการกองทุน

โดยผู้นำตลาดโมบายแบงก์กิ้ง ได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ซึ่งเป็นกลุ่มธนาคารขนาดใหญ่ มีผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งมากกว่าหนึ่งล้านราย เพียบพร้อมด้วยฟีเจอร์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน

ในขณะที่ธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Niche Market) แตกต่างกันไปในแต่ละธนาคาร ต้องเร่งพัฒนาโมบายแบงก์กิ้ง เพื่อรักษารฐานลูกค้าให้คงอยู่กับธนาคาร ในยุคที่ธนาคารยกเว้นค่าธรรมเนียมต่างๆ เพื่อก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างแท้จริง

3.3 รูปแบบนโยบายแบ่งคั้งของธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็ก

3.3.1 TMB TOUCH – ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบ 6 TMB Touch Mobile App

ที่มา: ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝากและบัญชีสินเชื่อ

- ตรวจสอบรายการเงินคงเหลือ และรายการบัญชีเคลื่อนไหวย้อนหลัง 90 วัน
- เปิดบัญชีเงินฝากประจำ ตรวจสอบอัตราดอกเบี้ย และวันครบกำหนดบัญชี
- บัญชีสินเชื่อบ้านและสินเชื่อบุคคล ดูสถานะยอดเงินคงเหลือ ตรวจสอบรายการบัญชีย้อนหลัง เช็ดยอดเงินที่ต้องชำระ และอัตราดอกเบี้ย
- สามารถเปิดบัญชีออนไลน์ บัญชีทีเอ็มบี ออลล์ ฟรี บัญชีดรีมเซฟวิ้ง บัญชีฝากไม่ประจำ บัญชีเงินฝากออมทรัพย์แทนความห่วงใย บัญชีฝากประจำ 3/6/12/24/36 เดือน

คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- โอนเงินระหว่างบัญชี หรือโอนให้ผู้อื่น สามารถโอนด้วยเลขบัญชี หรือ เบอร์โทรศัพท์มือถือ, หมายเลขบัตรประชาชน หรือ หมายเลขประจำตัวผู้เสียภาษีของผู้สมัครบริการ พร้อมเพย์ และสามารถโอนไปบัญชี E-

Wallet ผ่านบริการพร้อมเพย์ และสามารถตั้งรายการโอนล่วงหน้า หรือทำการโอนชำระรายการเดิมได้

- ท่านสามารถจ่ายบิลได้ง่ายกว่าเดิมผ่านบริการ ทีเอ็มบี ทัช โมบายแอป ทั้ง ค่าไฟ, ค่าบัตรเครดิต หรือค่าอินเทอร์เน็ต ก็สามารถทำการจ่ายเงินได้ทันที สะดวกมากขึ้นกับบริการสแกนบาร์โค้ดเพื่อความรวดเร็วในการทำรายการ

คุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต

- คูโบแฉ่งยอดบัญชีย้อนหลัง ตรวจสอบยอดที่ต้องชำระ เช็ควงเงิน คะแนนสะสมคงเหลือ สามารถแบ่งชำระรายเดือน 0% นาน 3 เดือน และแลกรับของรางวัล ทีเอ็มบี รีวอร์ด พลัส สามารถอายัดบัตรเครดิตได้

คุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน

- สามารถซื้อ/ขาย กองทุนรวม
- สามารถเช็คยอดบัญชีกองทุนรวม ข้อมูลกำไร/ขาดทุน
- สามารถตรวจเช็ครายการที่รอดำเนินการภายใน 7 วันได้ทันที และรายการที่ดำเนินการไปแล้วล่าสุดในรอบ 6 เดือนได้ทันที
- สามารถดาวน์โหลดเอกสารประกอบการยื่นภาษีได้ด้วยตนเองอย่างง่ายตลอด 24 ชั่วโมง (ภายใต้เงื่อนไขและช่วงเวลาที่ธนาคารกำหนด)
- สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับกรมธรรม์ได้เอง
- แจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกันภัย และเป็นอีกช่องทางในการชำระเบี้ยประกันภัยได้
- สามารถส่งคำส่งขอเอกสารประกอบการยื่นภาษีได้ด้วยตนเองอย่างง่ายตลอด 24 ชั่วโมง (ภายใต้เงื่อนไขและช่วงเวลาที่ธนาคารกำหนด)

คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ

- ค้นหาสาขา ตู้เอทีเอ็ม บัญชีแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของ TMB
- บริการแจ้งข่าวสาร และข้อเสนอพิเศษจาก TMB
- บริการส่งข้อความแจ้งสถานะการทำธุรกรรมออนไลน์
- สามารถตรวจสอบการแจ้งเตือนต่างๆ ในการทำธุรกรรม และสามารถติดตามข่าวสารสำคัญต่างๆ ของ TMB ได้
- สะสมคะแนน WOW เพื่อแลกของรางวัล

การสมัครใช้งาน

- สมัครโดยใช้หมายเลขบัตรเดบิต หรือ หมายเลขบัตรเครดิต หรือรับรหัสเริ่มใช้งานจากสาขาหรือเครื่อง ATM รหัสเริ่มใช้งานจะถูกส่งผ่านทาง SMS ไปยังเบอร์โทรศัพท์
- สามารถใช้ TOUCH ID เพื่อยืนยันตัวตนได้

3.3.2 Thanachart Connect – ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบ 7 Thanachart Connect

ที่มา: ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝากและบัญชีสินเชื่อ

- ดูประวัติรายการย้อนหลัง ได้ 30 วัน
- สามารถตรวจเช็คยอดเงินฝากประจำ รายละเอียด วันที่ครบกำหนดได้
- Piggy Bank หรือ กระปุกออมสินอัตโนมัติ สามารถระบุจำนวนเงินออม รูปแบบการออม เช่น ออมเท่ากันทุกเดือน ตั้งค่าการออมล่วงหน้าได้
- ตรวจสอบรายการบัญชีสินเชื่อรถยนต์ ชำระค่างวดผ่านบาร์โค้ด

คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- บริการ THANACHART QR CODE PAYMENT โดยสามารถสแกน QR Code ก็ยังสามารถโอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าได้ทันที

- ธนาคารพร้อมเพย์ บริการรับและโอนเงินโดยใช้เบอร์โทรศัพท์มือถือหรือหมายเลขบัตรประชาชน
- ฟังก์ชัน โอน จ่าย สามารถเลือกทำรายการโปรด หรือ รายการทำบ่อย ไม่ต้องใส่รหัสผ่านแบบครั้งเดียว หรือ OTP ให้การทำธุรกรรมสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น
- ชำระค่าบ้าน ค่ารถ หรือค่าบริการเครดิตของตนเองไม่ต้องใส่รหัส OTP ก็ชำระได้ทันที

คุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต

- ตรวจสอบรายการข้อมูลบัตรเครดิต ยอดเงินที่เรียกเก็บ
- เรียกดูประวัติรายการย้อนหลังได้ 3 เดือน

คุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน

- ซื้อ ขาย สับเปลี่ยนกองทุนรวมบลจ.ธนาคาร หรือจะดูข้อมูลการลงทุน ผลดำเนินงานที่ได้ลงทุนไว้ว่ากำไรหรือขาดทุน รวมถึงดูประวัติรายการซื้อขายย้อนหลัง

คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ

- เติมเงินมือถือได้ครบทุกเครือข่าย และสามารถเติมเงินกระเป๋าดิจิทัลทรอนิกส์ หรือ e-Wallet ได้ด้วย
- บริการแจ้งเตือน ความเคลื่อนไหวของบัญชีผ่านข้อความในแอปพลิเคชัน
- บริการข่าวสารโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์/บริการของธนาคาร
- ขอตรวจสอบข้อมูลเครดิตบูโรของตนเองจาก บริษัทเครดิตบูโร (NCB)

การสมัครใช้งาน

- สมัครด้วยบัญชีเงินฝากออมทรัพย์หรือกระแสรายวัน เลขที่บัตร ATM หรือบัตร Debit เลขที่บัตรเครดิต หรือสมัครด้วยข้อมูลอื่นๆ เช่น เลขที่บัญชีเงินเข้าซื้อรถยนต์ ร่วมกับเลขที่บัตรประชาชนหรือเลขหนังสือเดินทางผ่านแอปพลิเคชัน หรือสาขาของธนาคาร โดยกรอกแบบฟอร์มและรอรับรหัสผู้ใช้งานผ่าน SMS และรหัสผ่านทางอีเมล เพื่อ login เข้าสู่ระบบ
- สามารถใช้ TOUCH ID เพื่อยืนยันตัวตนได้

3.3.3 UOB MIGHTY – ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบ 8 UOB MIGHTY Mobile Application

ที่มา: ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ

- สามารถตรวจสอบยอดเงินในบัญชีเงินฝากทุกประเภท บัญชีสินเชื่อและรายการบัญชีบัตรเครดิต/เดบิต/แคชพลัส ได้เรียลไทม์ ดูรายการย้อนหลังได้สูงสุด 60 วัน

คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- โอนเงิน หรือตั้งค่าตั้งเวลาการโอนเงินล่วงหน้าได้ โอนเงินพร้อมเพย์ สามารถสร้าง/ลบ รายชื่อผู้รับเงินได้
- ชำระค่าใช้จ่ายให้บริษัทที่เรียกเก็บเงินกว่า 200 บริษัทหรือบัตรเครดิตรายใหญ่ที่อยู่ในประเทศ
- ตั้งเวลาจ่ายเงินล่วงหน้าได้

คุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต

- เปิดใช้บริการบัตรเครดิต / แคชพลัส ได้ด้วยตนเอง

คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ

- เปิดใช้บัตรเครดิต ดูอัตราแลกเปลี่ยน เช็คตำแหน่งสาขาและตู้ ATM ได้

- Mighty Dine บริการข้อมูลร้านอาหาร พร้อมรีวิว กว่า 1,000 แห่งทั่วประเทศไทย สามารถเช็คที่ตั้งพร้อมจองร้านอาหารได้
- Mighty Pay เชื่อมต่อกับโทรศัพท์ของคุณแล้วเปลี่ยนเป็นกระเป๋าตังค์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถใช้จ่ายได้กว่า 1,000 แห่งทั่วประเทศไทย

การสมัครใช้บริการ

- สามารถใช้ Username และ Password ของระบบ UOB Personal Internet Banking เข้าสู่ระบบได้ทันที หรือสมัครออนไลน์ผ่านหน้าเว็บไซต์ หรือทาง UOB Mighty โดยการสมัครออนไลน์นี้จะสามารถใช้บริการตรวจสอบยอดคงเหลือ และการทำรายการระหว่างบัญชีตนเองได้ทันที สำหรับบริการเต็มรูปแบบ จำเป็นต้องสมัครผ่านสาขาของธนาคาร
- สามารถใช้ TOUCH ID เพื่อยืนยันตัวตนได้

3.3.4 KK e-Banking – ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบ 9 KK e-Banking Mobile Application

ที่มา: ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ

- บริการเรียกดูข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีเงินฝาก
- บริการเปลี่ยนระยะเวลาฝากประจำ

คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- บริการโอนเงินระหว่างบัญชีของลูกค้า ภายในธนาคาร
- บริการโอนเงินไปบัญชีผู้อื่น ภายในธนาคาร

- บริการโอนเงินต่างธนาคาร
- บริการลงทะเบียน KK พร้อมเพย์
- เรียกดูประวัติการโอนเงินย้อนหลัง
- จัดการรายการโอนเงินล่วงหน้าได้

คุณลักษณะบริการชำระค่าสินค้าและบริการ

- บริการเรียกเก็บเงิน
- บริการชำระค่างวดสินค้าเชื่อเช่าซื้อ
- จัดการรายการชำระค่าสินค้าล่วงหน้าได้
- เรียกดูประวัติการชำระค่าสินค้าย้อนหลัง

คุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน

- บริการเรียกดูข้อมูลเกี่ยวกับบัญชีกองทุนรวม

การสมัครใช้บริการ

- สมัครใช้บริการผ่านสาขาของธนาคาร โดยธนาคารจะส่งรหัสอ้างอิงทาง Email

3.3.5 CIMB CLICKS - ธนาคารซีไอเอ็มบี จำกัด (มหาชน)



CIMB Clicks on Mobile Application

Available on the Google play | Available on the App Store

ซีไอเอ็มบี คลิ๊ก บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต จัดการเงินในแบบที่คุณต้องการได้ทุกที่ทุกเวลาตลอด 24 ชั่วโมง

CIMB Clicks on Mobile Application
บริการธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย ที่สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันผ่าน App Store และ Google play และสามารถใช้งานได้ผ่านทั้งโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต

ภาพประกอบ 10 CIMB CLICKS on Mobile Application

ที่มา: ธนาคารซีไอเอ็มบี จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ

- เชื้อคยอดเงินในบัญชีออมทรัพย์ บัญชีกระแสรายวัน เรียกดูความเคลื่อนไหวของบัญชีย้อนหลังได้สูงสุด 90 วัน ในรูปแบบปฏิทินได้
- เชื้อคยอดสรุปรวมเงินฝากทั้งบัญชีฝากประจำ และบัญชีเงินฝากปลอดภาษี โดยแสดงรายละเอียดรวมทุกยอดเงินฝาก
- สามารถดูข้อมูลบัญชีเงินฝากเงินตราต่างประเทศ (สกุลเงิน AUD, EUR, SGD และ USD)
- เชื้อคยอดเงินบัญชีสินเชื่อ และชำระค่าสินเชื่อ เช่น สินเชื่อบุคคลได้
- สามารถคำนวณหาสินเชื่อคร่าว ๆ ได้ เช่น วงเงินที่ต้องการกู้ หรือ ยอดผ่อนชำระ เป็นต้น

คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- โอนเงินระหว่างบัญชีของลูกค้า
- โอนเงินให้บุคคลอื่น ภายในธนาคาร
- โอนเงินให้บุคคลอื่นต่างธนาคาร
- โอนเงินแบบพร้อมเพย์
- จ่ายบัตรเครดิต ค่าประกันภัย ค่าโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

คุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน

- เชื้อคยอดหน่วยลงทุน โดยใช้เลขที่ผู้ถือหน่วย (Unitholder)
- ทำรายการซื้อ ขาย สับเปลี่ยนกองทุนรวมของ บลจ.ซีไอเอ็มบี-พรินซิเพิล
- สามารถยกเลิกคำสั่งภายในวันที่ทำการซื้อขาย สับเปลี่ยนกองทุนรวมของ บลจ. ซีไอเอ็มบี-พรินซิเพิล ได้
- ทำรายการซื้อ และ สับเปลี่ยน เข้ากองทุนประเภทที่เปิดขายครั้งแรก (IPO) ได้
- สามารถเช็คข้อมูลของบริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่ใช้บริการผ่านธนาคาร เช่น เลขที่กรมธรรม์ ระยะเวลาความคุ้มครอง ระยะเวลาการชำระเบี้ยประกัน เป็นต้น

คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ

- เชื้อคที่ตั้งสาขาของธนาคาร และ ตู้เอทีเอ็ม ได้

การสมัครใช้บริการ

- เข้าสู่ระบบด้วย User ID และ Password ของ CIMB Clicks Internet Banking

3.3.6 LH Bank M Choice – ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบ 11 LH Bank M Choice Mobile Application

ที่มา: ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ

- ตรวจสอบยอดเงิน
- ดูความเคลื่อนไหวบัญชีได้ย้อนหลังสูงสุด 30 วัน

คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- โอนเงินระหว่างบัญชี ภายในธนาคาร
- โอนเงินไปธนาคารอื่น โดยเลือกโอนเงินได้หลายวิธี เช่น ระบุเลขที่บัญชี หรือ หมายเลขโทรศัพท์ หรือ สแกน QR Code ได้
- บริการลงทะเบียน และโอนเงินผ่านพร้อมเพย์โดยใช้เลขบัตรประชาชน หรือเลขผู้เสียภาษี
- บันทึกรายการโปรด
- บันทึกสลิปการทำรายการและแจ้งผลการทำรายการทางอีเมลโดยอัตโนมัติ
- จ่ายบิลด้วยการสแกนบาร์โค้ด

- ชำระค่าสินค้า
- สร้าง QR Code เพื่อรับเงินหรือโอนเงิน

คุณลักษณะบริการอื่นๆ

- ค้นหาที่ตั้งสาขา และตู้เอทีเอ็มของธนาคาร

การสมัครใช้บริการ

- สมัครที่ธนาคารทุกสาขา

3.3.7 TISCO Mobile Banking – ธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน)



ภาพประกอบ 12 TISCO Mobile Application

ที่มา: (ธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน))

คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ

- ดูภาพรวมบัญชี
- แสดงรายการเดินบัญชีเงินฝากย้อนหลัง 5 รายการล่าสุด ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเพิ่มบัญชีได้สูงสุด 10 บัญชี

คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- บริการโอนเงินระหว่างบัญชีภายในธนาคาร และต่างธนาคาร ด้วยเลขที่บัญชีธนาคาร และโอนแบบพร้อมเพย์ด้วยหมายเลขโทรศัพท์ หรือ เลขบัตรประชาชน
- สมัครใช้บริการพร้อมเพย์ พร้อมโอนเงินแบบ Credit Transfer ได้ทันที

- จ่ายบิลด้วยการสแกน QR CODE หรือบาร์โค้ดได้
- บริการรายการที่ใช้ง่าย เพื่อความสะดวกในการทำธุรกรรม

คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ

- แจ้งเตือนรายการทำธุรกรรม พร้อมแสดงข่าวสารล่าสุดจากธนาคารทิสโก้

การสมัครใช้บริการ

- สมัครใช้บริการได้ที่ธนาคารทิสโก้ทุกสาขา

จากข้อมูลรูปแบบโมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและขนาดเล็กข้างต้น สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพตามทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย ได้แก่ 1. การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness) คือ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเทคโนโลยีนั้น ก่อให้เกิดประโยชน์และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน 2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use) คือ การรับรู้ว่าเทคโนโลยีนั้นเป็นเรื่องง่ายที่จะใช้ สะดวก และไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยส่งผลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง โดยสามารถสรุปและระบุปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานได้ ดังนี้

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (Perceived Usefulness)

1. คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ

- 1.1 สามารถแสดงภาพรวมรายละเอียดเงินฝากทุกประเภท
- 1.2 สามารถดูประวัติความเคลื่อนไหวบัญชี ย้อนหลังได้สูงสุด 6 เดือน
- 1.3 สามารถเปิดบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำออนไลน์
- 1.4 สามารถแสดงข้อมูลสินเชื่อ เช่น ค่าวงรูดยืม วันที่ครบกำหนด

ชำระภาษีรถยนต์และค่าเบี้ยประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น

1.5 สามารถคำนวณสินเชื่ออย่างง่าย สามารถคำนวณหยอดผ่อนชำระ หรือ คำนวณหาวงเงินที่ต้องการกู้สินเชื่อกับธนาคารได้

2. คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

- 2.1 สามารถเรียกดูประวัติการโอนเงิน ย้อนหลังได้
- 2.2 สามารถลงทะเบียนพร้อมเพย์ และโอนแบบพร้อมเพย์ได้
- 2.3 สามารถบันทึกรายการโอนเงินที่ใช้ง่ายได้
- 2.4 สามารถตั้งค่าการโอนล่วงหน้าได้

3. คุณลักษณะด้านบริการด้านบัตรเครดิต

3.1 สามารถดูใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตย้อนหลัง ตรวจสอบยอดเงินที่ต้องชำระ เช็ควงเงินบัตร คะแนนสะสมคงเหลือได้

3.2 สามารถเปิดใช้บริการบัตรเครดิต และอายัดบัตรเครดิตได้

3.3 สามารถเป็นกระเป๋าสตางค์อิเล็กทรอนิกส์ได้

3.4 สามารถแลกรับของรางวัล จากคะแนนสะสมบัตรเครดิตได้

4. คุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน

4.1 สามารถซื้อ-ขาย สับเปลี่ยน กองทุนรวมได้

4.2 สามารถดูยอดคงเหลือในบัญชีกองทุนรวม ข้อมูลกำไร/ขาดทุนได้

4.3 สามารถดูประวัติการซื้อ-ขายกองทุนรวมย้อนหลังได้

4.4 สามารถดูข้อมูลเกี่ยวกับกรมธรรม์, แจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกันได้

5. คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ

5.1 สามารถเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ, เติมบัตรทางด่วน Easy Pass ได้

5.2 สามารถแจ้งเตือนการเคลื่อนไหวของบัญชี เช่น เงินเข้า เงินออก ยอดเงินคงเหลือได้

5.3 สามารถเช็คที่ตั้งสาขาและตู้เอทีเอ็ม พร้อมแจ้งเบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ใกล้ตัวคุณมากที่สุดได้

5.4 สามารถค้นหาร้านอาหาร จองร้านอาหารและบันทึกเป็นรายโปรัดได้

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived ease of use)

1. สามารถเช็คยอดเงินในบัญชีได้ทันที โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบ

2. สามารถตั้งค่าสแกนลายนิ้วมือเพื่อเข้าใช้บริการได้ (Touch ID / Fingerprint) โดยไม่ต้องจดจำ Password ใช้งาน

3. สามารถทำการโอนเงินชำระรายการเดิมได้ทันที

4. สามารถบันทึกผลการโอนเงินโดยอัตโนมัติ

5. สามารถแชร์ผลการโอนเงิน ผ่านแอปพลิเคชัน Messenger, Line และอื่นๆ ได้

6. สามารถชำระเงินด้วยการสแกนบาร์โค้ดได้

7. สามารถโอนเงิน และรับเงินด้วย QR Code ได้

8. สามารถสมัครใช้บริการ โดยใช้เลขที่บัญชีออมทรัพย์หรือกระแสรายวัน หมายเลขบัตรเดบิต เลขที่บัตร ATM บัตรเดบิต บัตรเครดิต เลขที่บัญชีสินเชื่อ โดยไม่ต้องมาที่สาขาของธนาคาร

ตาราง 2 สรุปคุณลักษณะของโมบายแบงก์กิ้ง

คุณลักษณะของโมบายแบงก์กิ้ง	ทหารไทย	ธนาชาต	ยูโอบี	เกียรตินาคิน	ซีไอเอ็มบี	แลนด์ แอนด์ เฮาส์	ทิสโก้
คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ							
แสดงภาพรวมบัญชีเงินฝาก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
แสดงรายการเคลื่อนไหวบัญชีย้อนหลัง	90 วัน	30 วัน	60 วัน	30 วัน	90 วัน	30 วัน	5 รายการล่าสุด
เปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ ออมทรัพย์ ฝากประจำ	✓	✓					
แสดงข้อมูลสินเชื่อต่างๆ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สร้างบาร์โค้ดบัญชีสินเชื่อสำหรับชำระค่างวด		✓					
บริการคำนวณสินเชื่ออย่างง่าย					✓		
คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ							
โอนเงินภายในธนาคารเดียวกัน / ต่างธนาคาร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ลงทะเบียนพร้อมเพย์ / โอนเงินพร้อมเพย์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เรียกดูประวัติการโอนเงินย้อนหลัง	✓	✓		✓		✓	
โอนเงินด้วยหมายเลขโทรศัพท์มือถือ	✓	✓				✓	
โอนเงิน / จ่ายและรับเงินด้วย QR Code	✓	✓				✓	
ชำระค่าสินค้าและบริการด้วยการสแกนบาร์โค้ด	✓	✓			✓	✓	✓
ตั้งค่าการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการล่วงหน้าได้	✓		✓	✓	✓		
โอนเงินไป E-Wallet ได้	✓	✓					
บันทึกรายการโอนเงินอัตโนมัติ		✓				✓	
คุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต							
แสดงข้อมูลบัตรเครดิต และชำระค่าบัตรเครดิต	✓	✓	✓				
เรียกดูใบแจ้งยอดบัตรเครดิตย้อนหลัง	✓	✓					
แลกรับรางวัลจากบัตรเครดิต	✓						
เปิดใช้งานบัตรเครดิต	✓	✓	✓				
อายัดบัตรเครดิต	✓						
มีบริการแบ่งจ่ายรายเดือน	✓						
เพิ่มบัตรเครดิตเพื่อเป็นภาระเป้าสแตงค์อิเล็กทรอนิกส์			✓				
คุณลักษณะบริการด้านการลงทุนกองทุนรวม , ประกัน							
แสดงข้อมูลบัญชีกองทุน	✓	✓		✓	✓	✓	
ซื้อ-ขาย สับเปลี่ยนกองทุน	✓	✓			✓		

ตาราง 2 (ต่อ)

คุณลักษณะของโมบายแบงก์กิ้ง	ทหารไทย	ธนาชาติ	ยูโอบี	เกียรตินาคิน	ซีไอเอ็มบี	แลนด์ แอนด์ เฮาส์	ทีเอสโก้
ยกเลิกคำสั่งซื้อ-ขาย สับเปลี่ยนกองทุน					✓		
แสดงประวัติการซื้อขายกองทุนย้อนหลัง	✓	✓					
ทำประเมินความเสี่ยงออนไลน์ (Suitability test)	✓						
แสดงข้อมูลค่าธรรมเนียมประกันต่างๆ	✓				✓	✓	
สามารถส่งคำสั่งขอหนังสือรับรองการซื้อขายหน่วยกมรมมได้	✓						
แจ้งเตือนชำระเบี้ยประกัน	✓	✓					
คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ							
บริการเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ, บัตรทางด่วน Easy Pass	✓	✓					
แจ้งเตือนข้อมูลข่าวสารผลิตภัณฑ์และบริการธนาคาร โปรโมชันต่างๆ	✓	✓					✓
ค้นหา ATM สาขาของธนาคาร พร้อมบอกที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์	✓				✓		
แจ้งเตือน โอนเงิน เติมเงิน ชำระค่าสินค้า	✓	✓					
สะสมคะแนนการใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง แลกรับรางวัล	✓						

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile ซึ่งปัจจัยที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ ด้านความคาดหวังในการใช้งาน และด้านอิทธิพลทางสังคม รวมทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่ ความมีประโยชน์ในการใช้งาน ข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการใช้งาน ความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกในการใช้งาน บรรทัดฐานเชิงจิตวิสัย และภาพลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านบวกต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile จากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ ข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการใช้งาน ภาพลักษณ์ ความมีประโยชน์ในการใช้งาน และความสะดวกในการใช้งาน ส่วนความง่ายในการใช้งานและบรรทัดฐานเชิงจิตวิสัยส่งผลในทางลบต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile

จิรนนท์ พุ่มภิญโญ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโมบาย แบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ปัจจัยที่ส่งผล ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การใช้งานง่าย ประสิทธิภาพการใช้ และพฤติกรรมการบริโภคเทคโนโลยี โดย

รวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามจากผู้ที่ใช้และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง พบว่า การรับรู้ประโยชน์ การใช้งานง่าย ประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับบริการโมบาย แบงก์กิ้ง

จิรพร ศรีพลวัฒน์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง พบว่า ปัจจัยด้านอุปกรณ์สื่อสาร การรับรู้ถึงความเสี่ยง การขาดข้อมูลข่าวสาร และค่าใช้จ่ายที่รับรู้ได้ ส่งผลเชิงลบต่อพฤติกรรมความตั้งใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการของผู้บริโภคจะลดลงเมื่อมีการตระหนักถึงปัจจัย ดังกล่าวสูง ส่วนปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ถึงคุณประโยชน์ การรับรู้ถึงความ ง่ายต่อการใช้งานและการรับรู้ความสามารถตนเอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจของผู้บริโภค โดยจะมีความตั้งใจในการใช้บริการสูงขึ้นเมื่อมีการตระหนักถึงปัจจัยดังกล่าวสูง โดยปัจจัยด้าน การรับรู้ถึงคุณประโยชน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุด และปัจจัยด้านการรับรู้ ความสามารถของตนเองส่งผลการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน รวมถึงปัจจัยการรับรู้ถึงความ ง่ายต่อการใช้งานก็ยังส่งผลการรับรู้ถึงคุณประโยชน์อีกด้วย

พรชนก พลาบุญย์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทาง การเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Prompt pay) ของรัฐบาลไทย ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-25 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการ รายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท โดยรู้จักบริการพร้อมเพย์จากทีวี ผลการทดสอบสมมติฐาน การรับรู้ความ ง่ายต่อการใช้งาน แรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

พศกร ผ่องเนตรพานิช และ กฤษณา วิสมิตะนันท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผล ต่อความตั้งใจใช้บริการฟังเพลงออนไลน์ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผล ต่อการรับรู้คุณค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับ การรับรู้ความ เพลิดเพลินที่ได้รับ และ การรับรู้ราคา โดยการรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ความเพลิดเพลินที่ ได้รับมีผลทางบวก ในขณะที่การรับรู้ราคาส่งผลทางลบ ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการ ใช้งานไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการรับรู้คุณค่าของบริการฟังเพลงออนไลน์ และการรับรู้คุณค่า ของผู้บริโภคส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการฟังเพลงออนไลน์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และได้มีวิธีการดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กที่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กที่เคยใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556, 25-26) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน เพิ่มจำนวนตัวอย่าง 15 คนจะได้เท่ากับ 400 คน

$$\text{โดยที่} \quad n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	e	=	ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
	p	=	ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

$$q = 1 - p$$

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (Z score) ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ 95% นั่นคือ ความคลาดเคลื่อน (α) = 0.05 หรือ $1-(\alpha)/2 = 0.975$ เปิดตาราง Z ได้ 1.96

จากสูตรกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% สำหรับกรณีไม่ทราบค่า p และ q มีค่าสูงสุดเมื่อ $p = 0.5$ และ $q = 0.5$ กำหนดให้ $\alpha = 0.05$ จะได้ $Z = 0.95$ มีค่าเท่ากับ 1.96 $E = 0.05$ หรือ 5% แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2} \\ &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ &= 385 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ด้วยขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย และเพื่อป้องกันการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 ราย

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยแบ่งการสุ่มออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับฉลากเลือกแบบไม่ใส่คืนจากจำนวนเขตทั้งหมดของกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต โดยผลการจับฉลากเพื่อนำมาเป็นตัวแทนในการเก็บข้อมูลจำนวน 5 เขต ได้แก่ เขตสาทร เขตห้วยขวาง เขตปทุมธานี เขตคลองเตย และเขตจตุจักร

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามเขตที่จับฉลากได้ ในขั้นตอนที่ 1 โดยแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างเขตละเท่าๆ กันจะได้กลุ่มตัวอย่างเขตละ 80 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกสถานที่ในการเก็บข้อมูลจากย่านธุรกิจที่มีอาคารสำนักงานหนาแน่น และเป็นผู้ที่เคยใช้

บริการโหมบายแบบคั้งของธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก อย่างน้อย 1 ครั้ง ที่อยู่ในเขตทั้ง 5 เขต ดังนี้

1. เขตสาทร ได้แก่ อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์
2. เขตห้วยขวาง ได้แก่ อาคารเมืองไทย-ภัทร คอมเพล็กซ์
3. เขตพญาไท ได้แก่ อาคารทิปโก้
4. เขตคลองเตย ได้แก่ อาคารไทม์ สแควร์
5. เขตจตุจักร ได้แก่ ดึกช้าง

ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เต็มใจให้ข้อมูล ในเขตสาทร เขตห้วยขวาง เขตพญาไท เขตคลองเตย และเขตจตุจักร ตามที่กำหนดไว้แล้วในขั้นตอนที่ 3

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งส่วนหนึ่งได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัย ทางผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) โดยผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโหมบายแบบคั้ง ประกอบด้วย ด้านบริการบัญชีเงินฝาก /บัญชีสินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน และบริการด้านอื่นๆ ซึ่งเป็นแบบสอบถามโดยวิธีให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ

แบ่งเป็น ด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ จำนวน 4 ข้อ ด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ จำนวน 4 ข้อ ด้านบริการบัตรเครดิต จำนวน 4 ข้อ ด้านการลงทุน / ประกัน จำนวน 4 ข้อ และด้านบริการอื่นๆ จำนวน 4 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) กำหนดการให้คะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักความคิดเห็นของแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
คะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Class Interval) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินผลระดับเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

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

ดังนั้น สามารถแปลความหมายของระดับการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการ ทิสโก้ โบบายแบงก์กิ้ง ได้ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่า ได้รับประโยชน์มากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่า ได้รับประโยชน์มาก
- คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่า ได้รับประโยชน์ปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่า ได้รับประโยชน์น้อย
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่า ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโบบายแบงก์กิ้ง ซึ่งเป็นแบบสอบถามโดยวิธีให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) กำหนดการให้คะแนนความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักความคิดเห็นของแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
คะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Class Interval) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินผลระดับเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2541)

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

ดังนั้น สามารถแปลความหมายของระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการ โบบายแบงก์กิ้ง ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายความว่า มีความง่ายในการใช้งานมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายความว่า มีความง่ายในการใช้งานมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายความว่า มีความง่ายในการใช้งานปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายความว่า มีความง่ายในการใช้งานน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายความว่า มีความง่ายในการใช้งานน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความตั้งใจใช้โบบายแบงก์กิ้ง ซึ่งเป็น

แบบสอบถามโดยวิธีให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) กำหนดการให้คะแนนความตั้งใจใช้ ทิสโก้ โบบายแบงก์กิ้ง ออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดน้ำหนักความคิดเห็นของแต่ละระดับ ดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
คะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Class Interval) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินผลระดับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541)

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

ดังนั้น สามารถแปลความหมายของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจใช้ ทิสโก้ โมบายแบงก์กิ้ง ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง มีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงมาก
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง มีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูง
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง มีความตั้งใจใช้บริการในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง มีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่ต่ำ
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง มีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่ต่ำที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนเพื่อนำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด เพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยจะจัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และวิธีการตอบแบบสอบถามก่อน และทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูล หลักการและทฤษฎีต่างๆ ที่มีผู้รวบรวมไว้แล้วจากวิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัย บทความวารสาร สิ่งพิมพ์ สถิติที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

4. การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การจัดทำข้อมูล

1. ทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. ทำการลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามปลายปิดที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Science for Windows)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เป็นการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำมาคำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยนำมาคำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

3. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการ ทิสโก้ โมบายแบงก์กิ้ง โดยนำมาคำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

4. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยนำมาคำนวณค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีเงินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ทดสอบ คือ สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis)

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นหลักที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล นำเสนอข้อมูลและคำนวณค่าสถิติเบื้องต้น ซึ่งเป็นการอธิบายหรือบรรยายของข้อมูลที่เกิดขึ้น แต่จะไม่สามารถอ้างอิงถึงลักษณะประชากรได้ จึงเป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลกลุ่มที่ศึกษา (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556, 127) ประกอบไปด้วย

1.1 หาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556, 39) โดยใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

กำหนดให้ P แทน ค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ความถี่ที่สำรวจได้

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลต่างๆ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556: 36)

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

กำหนดให้ $\bar{x}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 39)

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

กำหนดให้ S.D. แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของกำลังสองของคะแนนแต่ละจำนวน

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

โดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α Coefficient) ของครอนบาช (Cronbach) (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546:449) ค่าอัลฟ่าเกิน 0.7 แสดงถึงความคงที่ในระดับที่ยอมรับได้ของแบบสอบถามโดยใช้สูตร ดังนี้

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

กำหนดให้ k แทน จำนวนคำถาม

covariance แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

variance แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมของคำถาม

α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

2. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณหรือเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือผลต่อตัวแปรตามหลายๆปัจจัย (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2556 : 292 – 298) สมการความถดถอยเชิงซ้อน ซึ่งมีพารามิเตอร์ $k+1$ คือ

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ การประมาณค่า

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$ จะต้องใช้ข้อมูลตัวอย่างของตัวแปร

$Y, X_1, X_2, \dots, X_k$ โดยใช้ตัวอย่างขนาด n จาตสมการถดถอยเชิงซ้อน

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki} + e_i$$

จะประมาณการค่า Y ได้ด้วยสมการ

$$\hat{Y}_i = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x_{1i} + \hat{\beta}_2 x_{2i} + \dots + \hat{\beta}_k x_{ki}$$

$$\text{หรือ } \hat{Y}_i = a + b_1 x_{1i} + b_2 x_{2i} + \dots + b_k x_{ki}$$

และหาค่า a ได้จากสมการ

$$a = \overline{Y} - b_1 \overline{x_1} - b_2 \overline{x_2}$$

เมื่อ Y = ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

X = ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

β_0 = ส่วนตัดแกน Y หรือคือ ค่าของ Y เมื่อ X มีค่าเป็นศูนย์

e = ความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่ม (Random error)

β_1 = ความชัน (slope) ของเส้นตรงและจะเรียกว่าสัมประสิทธิ์
ความถดถอย (Regression Coefficient)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
df	แทน	ระดับขั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F-Ratio	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distributionSig.2 tailed แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามลำดับของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการ
โมบายแบงก์กิง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโม
บายแบงก์กิง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงิน
ฝาก/บัญชีเงินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการ
ลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิง ของ
ผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โม
บายแบงก์กิง ของผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย
ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามลำดับของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการซึ่ง ประกอบด้วย เพศ อายุ
สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏตามตาราง ดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการซึ่งประกอบด้วย เพศ
อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	128	32.00
หญิง	272	68.00
รวม	400	100

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
อายุ		
20-29 ปี	32	8.00
30-39 ปี	193	48.25
40-49 ปี	139	34.75
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	36	9.00
รวม	400	100
สถานภาพ		
โสด	274	68.50
สมรส / อยู่ด้วยกัน	117	29.25
หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่	9	2.25
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	6.25
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	272	68.00
สูงกว่าปริญญาตรี	103	25.75
รวม	400	100
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	12	3.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.00
พนักงานบริษัทเอกชน	330	82.50
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	47	11.75
อื่นๆ	3	0.75
รวม	400	100

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	12	3.00
15,001 - 30,000 บาท	114	28.50
30,001 - 45,000 บาท	177	44.25
45,001 บาทขึ้นไป	97	24.25
รวม	400	100

จากตาราง 3 แสดงข้อมูลทั่วไป ของผู้ให้บริการจำนวน 400 คน พบว่า มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เพศ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และเป็นเพศชายจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32

อายุ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือ อายุ 40-49 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 อายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และอายุ 20 - 29 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส / อยู่ด้วยกัน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 และมีสถานภาพหม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 25.75 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมาคือ เป็นเจ้าของกิจการหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 นักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และอาชีพอื่นๆ อาทิ เช่น แม่บ้าน อาชีพอิสระ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งโดยรวม

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชี สินเชื่อ	3.34	0.48	ได้รับประโยชน์ปาน กลาง
คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้า และบริการ	4.16	0.42	ได้รับประโยชน์มาก
คุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต	3.52	0.67	ได้รับประโยชน์มาก
คุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน	2.82	0.91	ได้รับประโยชน์ปาน กลาง
คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ	3.61	0.42	ได้รับประโยชน์มาก
รวม	3.49	0.45	ได้รับประโยชน์มาก

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยรวมได้รับประโยชน์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์มากในด้านคุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและ

บริการ คุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ และด้านคุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.16 3.61 และ 3.52 ตามลำดับ ถัดมาคือได้รับประโยชน์ปานกลางในด้านคุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ และคุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.34 และ 2.82 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งด้านคุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กึ่ง ด้านคุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชี สินเชื่อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
สามารถตรวจสอบภาพรวมรายละเอียดเงินฝาก และรายการ เคลื่อนไหวบัญชีย้อนหลังได้จากบริการ โมบายแบงก์กึ่ง ทำให้การตรวจสอบบัญชีง่ายขึ้น	4.29	0.51	ได้รับประโยชน์ มากที่สุด
สามารถเปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ ประเภทบัญชีออมทรัพย์ และฝากประจำได้จากบริการโมบาย แบงก์กึ่ง ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้บริการมากขึ้น	3.17	0.65	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
สามารถตรวจสอบข้อมูลสินเชื่อ เช่น ค่าวงเครดิต วันที่ ครบกำหนดชำระได้จากบริการโมบายแบงก์กึ่ง ทำให้การใช้ บริการสะดวกมากขึ้น	3.09	0.75	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
สามารถคำนวณรายละเอียดสินเชื่อเบื้องต้น เช่น คำนวณหา วงเงินที่ต้องการกู้สินเชื่อและคำนวณหายอดผ่อนชำระได้ จากบริการโมบายแบงก์กึ่ง ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้ บริการมากขึ้น	2.80	0.71	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
รวม	3.34	0.48	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กึ่งด้านคุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อโดยรวมได้รับประโยชน์ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์มากที่สุด จากการสามารถตรวจสอบภาพรวมรายละเอียดเงินฝาก และรายการเคลื่อนไหวบัญชีย้อนหลังได้จากบริการโมบายแบงก์กึ่ง ทำให้การตรวจสอบบัญชีง่ายขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ถัดมาคือได้รับประโยชน์ปานกลางจากการสามารถเปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ ประเภทบัญชีออม

ทรัพย์สินและฝากประจำได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้บริการมากขึ้น และสามารถตรวจสอบข้อมูลสินเชื่อ เช่น ค่าวงวดรถยนต์ วันที่ครบกำหนดชำระได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การใช้บริการสะดวกมากขึ้น และสามารถคำนวณรายละเอียดสินเชื่อเบื้องต้น เช่น คำนวณหาวงเงินที่ต้องการกู้สินเชื่อและคำนวณหายอดผ่อนชำระได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้บริการมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.17 3.09 2.80 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโหมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโหมบายแบงก์กิ้ง ด้านคุณลักษณะด้าน บริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
สามารถตรวจสอบประวัติการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้า และบริการย้อนหลังได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การ ตรวจสอบบัญชีของท่านง่ายขึ้น	4.31	0.48	ได้รับประโยชน์ มากที่สุด
สามารถลงทะเบียนและโอนเงินแบบพร้อมเพย์ได้จาก บริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การทำธุรกรรมการเงินง่ายมาก ยิ่งขึ้น	4.28	0.51	ได้รับประโยชน์ มากที่สุด
สามารถบันทึกรายการชำระเงิน หรือ โอนเงินที่ใช้เป็น ประจำได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้สะดวกในการใช้ งานครั้งต่อไป	4.23	0.49	ได้รับประโยชน์ มากที่สุด
สามารถตั้งค่าการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการ ล่วงหน้าได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมาก ยิ่งขึ้น	3.82	0.69	ได้รับประโยชน์ มาก
รวม	4.16	0.42	ได้รับประโยชน์ มาก

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโหมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ โดยรวมได้รับประโยชน์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์มากที่สุด จากการสามารถตรวจสอบประวัติการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการย้อนหลังได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบบัญชีของท่านง่ายขึ้น สามารถลงทะเบียนและโอนเงินแบบพร้อมเพย์ได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การทำธุรกรรมการเงิน

ง่ายมากยิ่งขึ้น และสามารถบันทึกรายการชำระเงิน หรือ โอนเงินที่ใช้เป็นประจำได้จากบริการ โหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้สะดวกในการใช้งานครั้งต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 4.28 และ 4.23 ตามลำดับ ถัดมาคือได้รับประโยชน์มากจากสามารถตั้งค่าการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการล่วงหน้าได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโหมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโหมบายแบงก์กิ้ง ด้านคุณลักษณะด้าน บริการบัตรเครดิต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
สามารถตรวจสอบยอดเงินที่ค้างชำระ วงเงินบัตรเครดิตและ คะแนนสะสมคงเหลือได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้ การตรวจสอบการใช้จ่ายง่ายขึ้น	3.69	0.76	ได้รับประโยชน์ มาก
สามารถเปิดใช้บริการบัตรเครดิต และอายุบัตรเครดิตได้ จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้ง่ายต่อการใช้งานบัตร เครดิตมากขึ้น	3.60	0.72	ได้รับประโยชน์ มาก
สามารถเชื่อมการใช้งานบัตรเครดิต ผ่านสมาร์ทโฟนด้วย บริการจากโหมบายแบงก์กิ้ง ช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้ จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น	3.46	0.76	ได้รับประโยชน์ มาก
สามารถแลกรับของรางวัล จากคะแนนสะสมบัตรเครดิตได้ จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น	3.34	0.73	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
รวม	3.52	0.67	ได้รับประโยชน์ มาก

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการ โหมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต โดยรวมได้รับประโยชน์มาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์มากจากการสามารถ ตรวจสอบยอดเงินที่ค้างชำระ วงเงินบัตรเครดิตและคะแนนสะสมคงเหลือได้จากบริการโหมบาย แบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบการใช้จ่ายง่ายขึ้น สามารถเปิดใช้บริการบัตรเครดิต และอายุบัตร เครดิตได้จากบริการโหมบายแบงก์กิ้ง ทำให้ง่ายต่อการใช้งานบัตรเครดิตมากขึ้น และสามารถเชื่อม การใช้งานบัตรเครดิต ผ่านสมาร์ทโฟนด้วยบริการจากโหมบายแบงก์กิ้ง ช่วยเพิ่มความสะดวกใน การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.69 3.60 และ 3.46 ตามลำดับ ถัดมาคือ

ได้รับประโยชน์ปานกลางจากการ สามารถแลกรับของรางวัล จากคะแนนสะสมบัตรเครดิตได้จาก บริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.34

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของ ผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ด้านคุณลักษณะด้าน การลงทุนกองทุนรวม / ประกัน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
สามารถซื้อ-ขาย สับเปลี่ยน กองทุนรวมได้จากบริการโม บายแบงก์กิ้ง ช่วยให้การจัดการกองทุนสะดวกมากยิ่งขึ้น	2.88	0.99	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
สามารถดูยอดคงเหลือในบัญชีกองทุนรวม ข้อมูลกำไร/ ขาดทุนได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบ บัญชีกองทุนรวมของท่านสะดวกมากยิ่งขึ้น	2.89	1.00	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
สามารถดูประวัติการซื้อ-ขายกองทุนรวมย้อนหลังได้จาก บริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้การจัดการกองทุนของท่าน สะดวกมากยิ่งขึ้น	2.88	0.99	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
สามารถตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์ และบริการแจ้งเตือน การชำระเบี้ยประกันได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้ สะดวกมากยิ่งขึ้น	2.62	0.80	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
รวม	2.82	0.91	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ให้บริการ โมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน โดยรวมได้รับประโยชน์ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์ ปานกลาง จากการสามารถดูยอดคงเหลือในบัญชีกองทุนรวม ข้อมูลกำไร/ขาดทุนได้จากบริการ โมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบบัญชีกองทุนรวมของท่านสะดวกมากยิ่งขึ้น ถัดมาคือการ สามารถซื้อ-ขาย สับเปลี่ยน กองทุนรวมได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้การจัดการกองทุน สะดวกมากยิ่งขึ้น และสามารถดูประวัติการซื้อ-ขายกองทุนรวมย้อนหลังได้จากบริการโมบาย แบงก์กิ้ง ช่วยให้การจัดการกองทุนของท่านสะดวกมากยิ่งขึ้น และสุดท้ายจากการสามารถ ตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์ และบริการแจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกันได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.89 2.88 2.88 และ 2.62 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งด้านคุณลักษณะด้านบริการอื่นๆ

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง ด้านคุณลักษณะด้าน บริการอื่นๆ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
สามารถเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ บัตรทางด่วน Easy Pass ได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากขึ้น	4.13	0.53	ได้รับประโยชน์ มาก
สามารถรับบริการแจ้งเตือนการเคลื่อนไหวของบัญชี เช่น ยอดเงินเข้า-ออก และแจ้งยอดเงินคงเหลือได้จากบริการโม บายแบงก์กิ้ง ทำให้การใช้บริการสะดวกขึ้น	4.26	0.45	ได้รับประโยชน์ มากที่สุด
สามารถค้นหาสาขาของธนาคาร และตู้เอทีเอ็มพร้อม รายละเอียดที่ตั้งและเบอร์โทรศัพท์ได้จากบริการโมบาย แบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกในการใช้บริการมากขึ้น	3.11	0.60	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
สามารถค้นหาร้านอาหาร และสำรองที่นั่งได้จากบริการโม บายแบงก์กิ้ง	2.93	0.69	ได้รับประโยชน์ ปานกลาง
รวม	3.61	0.42	ได้รับประโยชน์ มาก

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการ
โมบายแบงก์กิ้ง ด้านคุณลักษณะด้านบริการอื่นๆโดยรวมได้รับประโยชน์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์มากที่สุดจากการ สามารถรับ
บริการแจ้งเตือนการเคลื่อนไหวของบัญชี เช่น ยอดเงินเข้า-ออก และแจ้งยอดเงินคงเหลือได้จาก
บริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การใช้บริการสะดวกขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ถัดมาคือผู้ใช้บริการ
มีได้รับประโยชน์มากจากการสามารถเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ บัตรทางด่วน Easy Pass ได้จาก
บริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 และผู้ใช้บริการมีได้รับ
ประโยชน์ปานกลางจากการสามารถค้นหาสาขาของธนาคาร และตู้เอทีเอ็มพร้อมรายละเอียดที่ตั้ง
และเบอร์โทรศัพท์ได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกในการใช้บริการมากขึ้น และ
สามารถค้นหาร้านอาหาร และสำรองที่นั่งได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.11
และ 2.93 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
สามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง	3.90	0.56	ความง่ายในการใช้งานมาก
สามารถใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้รวดเร็วขึ้น ผ่านระบบสแกนลายนิ้วมือ (Touch ID / Fingerprint)	4.21	0.54	มีความง่ายในการใช้งานมากที่สุด
สามารถบันทึกและแชร์หลักฐานการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ผ่านแอปพลิเคชัน Line, Messenger	4.31	0.55	ความง่ายในการใช้งานมากที่สุด
สามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ	4.31	0.52	ความง่ายในการใช้งานมากที่สุด
สามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร	3.86	0.53	ความง่ายในการใช้งานมาก
รวม	4.12	0.38	ความง่ายในการใช้งานมาก

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยรวมผู้ให้บริการมีระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากที่สุดในด้านสามารถบันทึกและแชร์หลักฐานการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ผ่านแอปพลิเคชัน Line, Messenger และสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ ถัดมาคือสามารถใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้รวดเร็วขึ้น ผ่านระบบสแกนลายนิ้วมือ (Touch ID / Fingerprint) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 4.31 และ 4.21 ตามลำดับ รองลงมาคือ ผู้ใช้บริการมีระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากในด้านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง และสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่

บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 และ 3.86 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจใช้ โมบายแบงก์กิ้ง

ความตั้งใจใช้ โมบายแบงก์กิ้ง	$\bar{X}$	S.D.	ความตั้งใจจะใช้ บริการ
มีความตั้งใจที่จะใช้บริการธุรกรรมทาง การเงินผ่านบริการโมบายแบงก์กิ้ง	4.38	0.50	ความตั้งใจใช้ บริการในระดับที่สูง มาก
จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง เป็นอันดับ แรก เมื่อต้องทำธุรกรรมทางการเงิน	4.32	0.54	ความตั้งใจใช้ บริการในระดับที่สูง มาก
จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งทันที ที่มี โอกาส	4.17	0.44	ความตั้งใจใช้ บริการในระดับที่สูง
เมื่อเปลี่ยนโทรศัพท์เครื่องใหม่ จะใช้ บริการ โมบายแบงก์กิ้ง ต่อไป	4.56	0.52	ความตั้งใจใช้ บริการในระดับที่สูง มาก
ในอนาคต จะยังคงใช้บริการโมบายแบงก์ กิ้ง ต่อไป	4.49	0.52	ความตั้งใจใช้ บริการในระดับที่สูง มาก
รวม	4.38	0.41	ความตั้งใจใช้ บริการในระดับที่สูง มาก

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจใช้ โมบายแบงก์กิ้ง โดยรวมผู้ให้บริการมีความ
ตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

พิจารณารายข้อพบว่า ผู้ให้บริการมีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงมาก โดยที่เมื่อ
เปลี่ยนโทรศัพท์เครื่องใหม่ก็จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งต่อไป ถัดมาคือในอนาคต จะยังคงใช้
บริการโมบายแบงก์กิ้ง และมีความตั้งใจที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการโมบายแบงก์
กิ้ง ทั้งนี้ จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งเป็นอันดับแรก เมื่อต้องทำธุรกรรมทางการเงิน โดยมีค่าเฉลี่ย
อยู่ที่ 4.56 4.49 4.38 และ 4.32 ตามลำดับ รองลงมาคือ มีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงเมื่อ
จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งทันที ที่มีโอกาส โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

H_0 : การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระสมการถดถอยด้วยวิธี Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังนี้

ตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	11.427	5	2.285	16.573**	.000
Residual	54.331	394	.138		
Total	65.758	399			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานกับความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 13 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	2.852**	.199		14.337	.000
ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีเงินเชื่อ (X_1)	.179*	.053	.214	3.386	.001
ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ (X_2)	.296**	.055	.306	5.333	.000
ด้านบริการบัตรเครดิต (X_3)	-.064	.037	-.106	-1.741	.082
ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน (X_4)	.047	.025	.106	1.872	.062
ด้านบริการอื่นๆ (X_5)	-.057	.064	-.058	-.884	.377
R = 0.417 Adjusted R ² = 0.163					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Y_1) คือ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีเงินเชื่อ (X_1) และด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ (X_2) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 16.3 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.163$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้ โดยกำหนด ให้ Y_1 แทน ความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ดังนี้

$$Y_1 = 2.852 + 0.179X_1^* + 0.296X_2^{**} - 0.64X_3 + 0.047X_4 - 0.057X_5$$

จากสมการ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีเงินเชื่อ (X_1) และด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ (X_2) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.179, และ 0.296 ตามลำดับ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ดังนี้

หากไม่พิจารณาการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน จะพบว่าผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 2.852 หน่วย

หากพิจารณาการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีเงินเชื่อ (X_1) และด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.179 และ 0.296 หน่วยตามลำดับ

ส่วนการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านบริการบัตรเครดิต (X_3) ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน (X_4) ด้านบริการอื่นๆ (X_5) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

H_0 : การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 : การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระสมการถดถอยด้วยวิธี Enter ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังนี้

ตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5.772	5	1.154	7.582**	.000
Residual	59.986	394	.152		
Total	65.758	399			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานกับความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระมีค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน อย่างน้อย 1 ตัวแปร มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 15 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการ ธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
ค่าคงที่ (Constant)	3.522**	.214		16.481	.000
สามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง (X_1)	.105*	.038	.145	2.732	.007
สามารถใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้รวดเร็วขึ้น ผ่านระบบสแกนลายนิ้วมือ (Touch ID / Fingerprint) (X_2)	.036	.042	.048	.864	.388
สามารถบันทึกและแชร์หลักฐานการโอนเงินหรือชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้นผ่านแอปพลิเคชัน Line, Messenger (X_3)	.026	.056	.035	.456	.649
สามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้นด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ(X_4)	.133*	.061	.170	2.167	.031
สามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อกับสาขาของธนาคาร(X_5)	.112*	.040	.147	2.783	.006
R = 0.296 Adjusted R ² = 0.076					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Y_1) คือ สามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง (X_1) สามารถ

ชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ(X_4) และสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร (X_5) ซึ่งสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลง ได้ร้อยละ 7.6 (Adjusted $R^2 = 0.076$)

ผลทดสอบที่ได้มีความสอดคล้องกับสมมติฐาน และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้ โดยกำหนด ให้ Y_1 แทน ความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ดังนี้

$$Y_1 = 3.522 + 0.105X_1 + 0.36X_2 + 0.26X_3 + 0.133X_4 + 0.112X_5$$

จากสมการ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง (X_1) สามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ(X_4) และสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร (X_5) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความสัมพันธ์ทางบวก คือ 0.105 0.133 และ 0.112 ตามลำดับ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์สามารถอธิบายได้ ดังนี้

หากไม่พิจารณาการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จะพบว่าผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง (Y_1) มีค่าอยู่ที่ระดับ 3.522 หน่วย

หากพิจารณาการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง (X_1) สามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ(X_4) และสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร (Y_1) เพิ่มขึ้น 0.105 0.133 และ 0.112 หน่วยตามลำดับ

ส่วนการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้รวดเร็วขึ้น ผ่านระบบสแกนลายนิ้วมือ (Touch ID / Fingerprint) (X_2) และด้านสามารถบันทึกและแชร์หลักฐานการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ผ่านแอปพลิเคชัน Line,

Messenger (X_3) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลาง และขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 16 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อ	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สถิติที่ใช้
1	การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Linear Regression
2	การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้องกับสมมติฐาน	Linear Regression

บทที่ 5

สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษา “การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของนโยบายเบงคั้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก” โดยมีประเด็นสำคัญนำมาสรุปอภิปรายผลและนำเสนอได้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการนโยบายเบงคั้ง
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการนโยบายเบงคั้ง
3. เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้บริการนโยบายเบงคั้ง ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการนโยบายเบงคั้ง ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการนโยบายเบงคั้ง ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นโยบายเบงคั้ง ของผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้นโยบายเบงคั้ง ของผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก” โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวน 400 คน สามารถสรุปได้ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 มีช่วงอายุอายุ 30-39 ปี จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 สถานภาพโสด / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 70.75 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25

การวิเคราะห์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยรวมได้รับประโยชน์มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านคุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ โดยรวมได้รับประโยชน์ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์มากที่สุดจากการสามารถตรวจสอบภาพรวมรายละเอียดเงินฝาก และรายการเคลื่อนไหวบัญชีย้อนหลังได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบบัญชีง่ายขึ้น ถัดมาคือผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์ปานกลางจากการสามารถเปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ ประเภทบัญชีออมทรัพย์และฝากประจำได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้บริการมากขึ้น และสามารถตรวจสอบข้อมูลสินเชื่อ เช่น ค่าวงวดรถยนต์ วันที่ครบกำหนดชำระได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การใช้บริการสะดวกมากขึ้น และสามารถคำนวณรายละเอียดสินเชื่อเบื้องต้น เช่น คำนวณหาวงเงินที่ต้องการกู้สินเชื่อและคำนวณหายอดผ่อนชำระได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้บริการมากขึ้น

ด้านคุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ โดยรวมได้รับประโยชน์มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์มากที่สุดจากการสามารถตรวจสอบประวัติการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการย้อนหลังได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบบัญชีของท่านง่ายขึ้น สามารถลงทะเบียนและโอนเงินแบบพร้อมเพย์ได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การทำธุรกรรมการเงินง่ายมากยิ่งขึ้น และ

สามารถบันทึกรายการชำระเงิน หรือ โอนเงินที่ใช้เป็นประจำได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้สะดวกในการใช้งานครั้งต่อไป ถัดมาคือได้รับประโยชน์มากจากการสามารถตั้งค่าการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการล่วงหน้าได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ด้านคุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต โดยรวมได้รับประโยชน์มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์มากจากการสามารถตรวจสอบยอดเงินที่ค้างชำระ วงเงินบัตรเครดิตและคะแนนสะสมคงเหลือได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบการใช้จ่ายง่ายขึ้น สามารถเปิดใช้บริการบัตรเครดิต และอายุบัตรเครดิตได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้ง่ายต่อการใช้งานบัตรเครดิตมากขึ้น และสามารถเชื่อมการใช้งานบัตรเครดิต ผ่านสมาร์ตโฟนด้วยบริการจากโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น ถัดมาคือได้รับประโยชน์ปานกลางจากการ สามารถแลกรับของรางวัล จากคะแนนสะสมบัตรเครดิตได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ด้านคุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน โดยรวมได้รับประโยชน์ปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์ปานกลาง จากการสามารถดูยอดคงเหลือในบัญชีกองทุนรวม ข้อมูลกำไร/ขาดทุนได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การตรวจสอบบัญชีกองทุนรวมของท่านสะดวกมากยิ่งขึ้น ถัดมาคือสามารถซื้อ-ขาย สับเปลี่ยน กองทุนรวมได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้การจัดการกองทุนสะดวกมากยิ่งขึ้น และสามารถดูประวัติการซื้อ-ขายกองทุนรวมย้อนหลังได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้การจัดการกองทุนของท่านสะดวกมากยิ่งขึ้น และสุดท้ายจากการสามารถตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์ และบริการแจ้งเตือนการชำระเบี้ยประกันได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ด้านคุณลักษณะด้านบริการอื่นๆโดยรวมได้รับประโยชน์มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์มากที่สุดจากการ สามารถรับบริการแจ้งเตือนการเคลื่อนไหวของบัญชี เช่น ยอดเงินเข้า-ออก และแจ้งยอดเงินคงเหลือได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ทำให้การใช้บริการสะดวกขึ้น ถัดมาคือได้รับประโยชน์มากจากการสามารถเติมเงินโทรศัพท์มือถือ บัตรทางด่วน Easy Pass ได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกมากขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์ปานกลางจากการสามารถค้นหาสาขาของธนาคาร และตู้เอทีเอ็มพร้อมรายละเอียดที่ตั้งและเบอร์โทรศัพท์ได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง ช่วยให้สะดวกในการใช้บริการมากขึ้น และสามารถค้นหาร้านอาหาร และสำรองที่นั่งได้จากบริการโมบายแบงก์กิ้ง

การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมาก เมื่อพิจารณาเป็นราย

ข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากที่สุดในด้านสามารถบันทึกและแชร์หลักฐานการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ผ่านแอปพลิเคชัน Line, Messenger และสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ ถัดมาคือสามารถใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้รวดเร็วขึ้น ผ่านระบบสแกนลายนิ้วมือ (Touch ID / Fingerprint) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมากในด้านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง และสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร

การวิเคราะห์ข้อมูลความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงมาก พิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงมาก โดยที่เมื่อเปลี่ยนโทรศัพท์เครื่องใหม่ก็จะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งต่อไปในอนาคต และจะยังคงใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งต่อไปตั้งใจที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการโมบายแบงก์กิ้ง และจะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งเป็นอันดับแรก เมื่อต้องทำธุรกรรมทางการเงิน ถัดมาคือมีความตั้งใจใช้บริการในระดับที่สูงเมื่อจะใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งทันที ที่มีโอกาส

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ได้แก่ ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีเงินเชื่อ ด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ ด้านบริการบัตรเครดิต ด้านการลงทุนกองทุนรวม/ประกัน ด้านบริการอื่นๆ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีเงินเชื่อ และด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง ความสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ และ

สามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ และด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล (2558) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile พบว่า ความมีประโยชน์ในการใช้งาน ส่งผลในทางบวกต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแอปพลิเคชัน มีคุณลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา สามารถเช็คตารางเรียน ตารางสอบ ข่าวสาร กิจกรรมของมหาวิทยาลัย รวมถึงตรวจสอบผลการเรียนได้

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง ความสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ และสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง ของผู้ใช้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชนก พลาบุลย์ (2560) ศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Prompt pay) ของรัฐบาลไทย พบว่า การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน แรงจูงใจด้านอารมณ์ อิทธิพลของสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจาก ความง่ายของแอปพลิเคชันจะช่วยเพิ่มความสะดวกในการทำธุรกรรมการเงิน อาทิ การโอนเงิน การชำระสินค้าและบริการ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น การใช้พร้อมเพย์ ผู้ใช้บริการทราบเพียงเลขบัตรประชาชนหรือหมายเลขโทรศัพท์ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กควรวางแผนและทำการตลาดกับกลุ่มผู้ใช้บริการพิเศษหญิง ช่วงอายุอายุ 30-39 ปี หรือกลุ่มคนที่มีสถานภาพโสด / หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่ หรือมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า หรืออาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการมากที่มีความสนใจและตั้งใจใช้บริการใช้โมบายแบงก์กิ้ง
2. ผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กควรวางแผนและประชาสัมพันธ์การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ด้านบริการบัญชีเงินฝาก/บัญชีสินเชื่อ และด้านบริการโอนเงิน/ชำระค่าสินค้าและบริการ เนื่องจากเป็นบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและมีความตั้งใจใช้บริการมากที่สุด
3. ผู้ให้บริการธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็กควรสร้างการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ด้านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง ความสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ และสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรทำการศึกษาต่อเนื่องทุกปี เนื่องจากเทคโนโลยีมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา การให้บริการโมบายแบงก์กิ้ง จึงจำเป็นต้องมีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองผู้ใช้บริการได้ทันอยู่เสมอ
2. ควรทำการศึกษาแบบเจาะจงกลุ่ม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการในการใช้งาน เนื่องจากคนในแต่ละกลุ่ม จะใช้งานในลักษณะที่ต่างกัน
3. ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น ปัจจัยด้านความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการให้บริการสำหรับผู้ทำธุรกิจออนไลน์ ปัจจัยด้านการให้บริการระหว่างประเทศ เป็นต้น เพื่อนำมาพัฒนาและขยายฐานลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Blackwell, R. D., Miniard, P.W., & Engel, J.F. (2001). *Consumer Behavior* (9th ed). Orlando: Harcourt.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology (pp. 319-340): MIS Quarterly.
- Fishbein M & Ajzen I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Kotler Philip. (2000). *Marketing Management* (10th edition). New Jersey Prentice-Hall Inc.
- Schiffman Leon G. Kanuk & Leslie Lazar. (2009). *Consumer Behavior* (9th ed). Harlow: Pearson Education.
- Zeithaml. V.A. Berry. L., P. A. (1990). *Delivery Quality Service : Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: Free Press.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติศักดิ์ คุณาฤทธิพล. (2558). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้แอปพลิเคชัน BU Mobile. (สารนิพนธ์ วท.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ)), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- จิรนนท์ พุ่มภิญโญ. (2553). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี โบบายแบงคิง ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง. (สารนิพนธ์ วท.ม. (การบริหารเทคโนโลยี)), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- จิรพร ศรีพลวัฒน์. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและใช้บริการโบบายแบงคิง. (สารนิพนธ์ วท.ม. (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ธนาคาร เกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน). KK e-Banking. สืบค้นจาก <http://www.kiatnakin.co.th/>
- ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน). LH Bank M Choice สืบค้นจาก <http://www.lhbank.co.th/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ธุรกรรมการชำระเงินผ่าน mobile banking ปี 2561- 2562. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/PaymentSystem_Reports/Q2_2560.pdf
- ธนาคารซีไอเอ็มบี จำกัด (มหาชน). CIMB CLICKS สืบค้นจาก <https://www.cimbclicks.in.th>

ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). TMB Touch Mobile App สืบค้นจาก <https://www.tmbbank.com>

ธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน). TISCO Mobile Banking สืบค้นจาก <http://www.tisco.co.th/>

ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน). Thanachart Connect สืบค้นจาก <https://www.thanachartbank.co.th>

ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน). UOB MIGHTY สืบค้นจาก <https://www.uob.co.th/mighty/index.html>

พรชนก พลานุรักษ์. (2560). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผล

ต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ระบบพร้อมเพย์ (Promptpay)

ของรัฐบาลไทย. (สารนิพนธ์ บธ.ม.), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

พศกร ผ่องเนตรพานิช และ กฤษณา วิสมิตะนันท์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการฟังเพลงออนไลน์

ของผู้ใช้สมาร์ทโฟนในประเทศไทย. (สารนิพนธ์ บธ.ม. (พาณิชยศาสตร์และการบัญชี)), จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.



ภาคผนวก





แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง

สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ การเลือกคุณลักษณะที่สำคัญของโมบายแบงก์กิ้ง สำหรับกลุ่มธนาคารขนาดกลางและขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการการศึกษาต่อไป

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

- ☐ 1. อายุ 20 – 29 ปี ☐ 2. อายุ 30 – 39 ปี
☐ 3. อายุ 40 – 49 ปี ☐ 4. อายุ 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส / อยู่ด้วยกัน
☐ 3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- ☐ 1. นักเรียน / นักศึกษา ☐ 2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
☐ 3. พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 4. เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว
☐ 5. อื่นๆ ระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ☐ 2. 15,001 – 30,000 บาท
☐ 3. 30,001 – 45,000 บาท ☐ 4. 45,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของผู้ใช้บริการนโยบายแบ่งค้ำ
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการนโยบายแบ่งค้ำ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
คุณลักษณะด้านบริการบัญชีเงินฝาก / บัญชีสินเชื่อ					
1. ท่านสามารถตรวจสอบภาพรวมรายละเอียดเงินฝาก และรายการเคลื่อนไหวบัญชีย้อนหลังได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้การตรวจสอบบัญชีของท่านง่ายขึ้น					
2. ท่านสามารถเปิดบัญชีเงินฝากออนไลน์ ประเภทบัญชีออมทรัพย์ และฝากประจำได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้บริการมากขึ้น					
3. ท่านสามารถตรวจสอบข้อมูลสินเชื่อ เช่น ค่าวงครุณยน์ วันที่ครบกำหนดชำระได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้การให้บริการสะดวกมากขึ้น					
4. ท่านสามารถคำนวณรายละเอียดสินเชื่อเบื้องต้น เช่น คำนวณหาวงเงินที่ต้องการกู้สินเชื่อและคำนวณหายอดผ่อนชำระได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้เป็นประโยชน์ในการใช้บริการมากขึ้น					
คุณลักษณะด้านบริการโอนเงิน / ชำระค่าสินค้าและบริการ					
5. ท่านสามารถตรวจสอบประวัติการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการย้อนหลังได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้การตรวจสอบบัญชีของท่านง่ายขึ้น					
6. ท่านสามารถลงทะเบียนและโอนเงินแบบพร้อมเพย์ได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้การทำธุรกรรมการเงินง่ายมากยิ่งขึ้น					
7. ท่านสามารถบันทึกรายการชำระเงิน หรือ โอนเงินที่ใช้เป็นประจำได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้สะดวกในการใช้งานครั้งต่อไป					
8. ท่านสามารถตั้งค่าการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการล่วงหน้าได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น					
คุณลักษณะด้านบริการบัตรเครดิต					
9. ท่านสามารถตรวจสอบยอดเงินที่ค้างชำระ วงเงินบัตรเครดิตและคะแนนสะสมคงเหลือได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้การตรวจสอบการใช้จ่ายของท่านง่ายขึ้น					
10. ท่านสามารถเปิดใช้บริการบัตรเครดิต และอายุบัตรเครดิตได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้ง่ายต่อการใช้งานบัตรเครดิตมากขึ้น					
11. ท่านสามารถเชื่อมการใช้งานบัตรเครดิต ผ่านสมาร์ตโฟนด้วยบริการจากนโยบายแบ่งค้ำ ช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตมากขึ้น					
12. ท่านสามารถแลกรับของรางวัล จากคะแนนสะสมบัตรเครดิตได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ช่วยให้สะดวกมากยิ่งขึ้น					
คุณลักษณะด้านการลงทุนกองทุนรวม / ประกัน					
13. ท่านสามารถซื้อ-ขาย สับเปลี่ยน กองทุนรวมได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ช่วยให้การจัดการกองทุนของท่านสะดวกมากยิ่งขึ้น					
14. ท่านสามารถดูยอดคงเหลือในบัญชีกองทุนรวม ข้อมูลกำไร/ขาดทุนได้จากบริการนโยบายแบ่งค้ำ ทำให้การตรวจสอบบัญชีกองทุนรวมของท่านสะดวกมากยิ่งขึ้น					

การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโบบายแบงคิง	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
15. ท่านสามารถดูประวัติการซื้อ-ขายกองทุนรวมย้อนหลังได้จาก บริการโบบายแบงคิง ช่วยให้การจัดการกองทุนของท่านสะดวก มากยิ่งขึ้น					
16. ท่านสามารถตรวจสอบข้อมูลกรมธรรม์ และบริการแจ้งเตือน การชำระเบี้ยประกันได้จากบริการโบบายแบงคิง ช่วยให้สะดวก มากยิ่งขึ้น					
คุณลักษณะด้านบริการอื่น ๆ					
17. ท่านสามารถเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ บัตรทางด่วน Easy Pass ได้จากบริการโบบายแบงคิง ช่วยให้สะดวกมากขึ้น					
18. ท่านสามารถรับบริการแจ้งเตือนการเคลื่อนไหวของบัญชี เช่น ยอดเงินเข้า-ออก และแจ้งยอดเงินคงเหลือได้จากบริการโบบาย แบงคิง ทำให้การใช้บริการสะดวกขึ้น					
19. ท่านสามารถค้นหาสาขาของธนาคาร และตู้เอทีเอ็มพร้อม รายละเอียดที่ตั้งและเบอร์โทรศัพท์ได้จากบริการโบบายแบงคิง ช่วยให้สะดวกในการใช้บริการมากขึ้น					
20. ท่านสามารถค้นหาร้านอาหาร และสำรองที่นั่งได้จากบริการโบบาย แบงคิง					

ส่วนที่ 3 การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ของผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
21. ท่านสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชีได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องล็อกอินเข้าสู่ระบบโมบายแบงก์กิ้ง					
22. ท่านสามารถใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้รวดเร็วขึ้น ผ่านระบบสแกนลายนิ้วมือ (Touch ID / Fingerprint)					
23. ท่านสามารถบันทึกและแชร์หลักฐานการโอนเงิน หรือ ชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ผ่านแอปพลิเคชัน Line, Messenger					
24. ท่านสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ด้วยการสแกนบาร์โค้ด หรือ QR Code ในการชำระค่าสินค้าและบริการ					
25. ท่านสามารถสมัครใช้บริการโมบายแบงก์กิ้งได้ง่ายขึ้น ด้วยเลขที่บัญชี หรือ เลขที่บัตรที่ออกโดยธนาคาร โดยไม่ต้องติดต่อที่สาขาของธนาคาร					

ส่วนที่ 4 ความตั้งใจใช้ โฉนดแบ่งค้ำ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความตั้งใจใช้ โฉนดแบ่งค้ำ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความตั้งใจใช้ โฉนดแบ่งค้ำ (Purchase Intention)					
26. ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการโฉนดแบ่งค้ำ					
27. ท่านจะใช้บริการโฉนดแบ่งค้ำ เป็นอันดับแรก เมื่อต้องทำธุรกรรมทางการเงิน					
28. ท่านจะใช้บริการโฉนดแบ่งค้ำทันที ที่มีโอกาส					
29. เมื่อท่านเปลี่ยนโทรศัพท์เครื่องใหม่ ท่านก็ยังจะใช้บริการโฉนดแบ่งค้ำ ต่อไป					
30. ในอนาคต ท่านจะยังคงใช้บริการโฉนดแบ่งค้ำ ต่อไป					

-----ขอขอบพระคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม-----

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	มยุรี จิตเจริญรุ่งโรจน์
วัน เดือน ปี เกิด	26 มีนาคม 2524
สถานที่เกิด	กรุงเทพ

