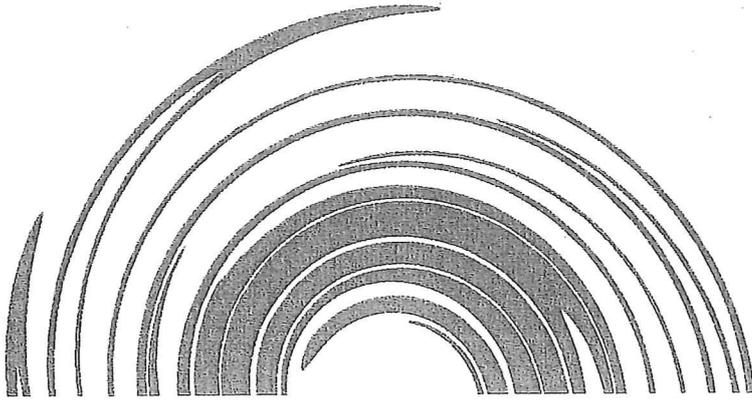




การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12

“ การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย และอาเซียน ”

14 มกราคม 2559 ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

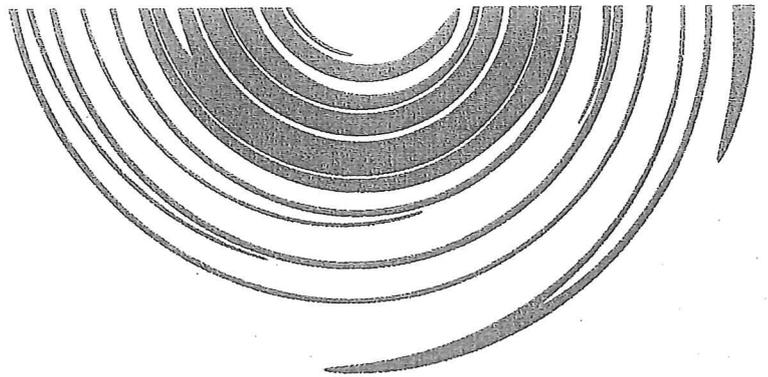


The 12th National and International Symposium of Social Sciences

“ Development under Globalization Stream for
Sustainability of Local Communities
in Thai Society and ASEAN ”

14 January 2016

The Grand Conference Hall, Chiang Rai Rajabhat University



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง

วิทยาลัยครูหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย (ภายนอก)

โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย
และอาเซียน”

- | | |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารธน์ วิงวอน | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี พิริยะกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บูรณาวาทย | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ อุ่ทองทรัพย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลั่น อุณวิจิตร | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 12. อาจารย์ ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 13. อาจารย์ ดร.ปกครอง บุญ-หลง | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 14. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 15. อาจารย์ ดร.เปเนต มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 16. อาจารย์ ดร.เด่นพงษ์ วงศ์วิจิตร | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 17. ดร.วิชุดา มาตันบุญ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 18. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย (ภายใน)

โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย
และอาเซียน”

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพิสุทธิ์ ใจสนิท	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหลำ ศรีเอกานุกูล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรณ ไชยานนท์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย คำแสน	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
11. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
12. Mr.Albert Lisec	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
13. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
14. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
15. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
16. อาจารย์ ดร.สถุทธิ์พร วิทย์ผดุง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
17. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
18. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
19. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
20. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
21. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
22. อาจารย์ ดร.ธัญลักษณ์ แซ่เถี่ยว	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
23. อาจารย์คุณฤดี กงสุวรรณ	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ

งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย
และอาเซียน”

- | | |
|--|---------------|
| 1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บุรณาวาทย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 4. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูกลิ่น อุณวิจิตร | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 8. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 9. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 10. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 11. อาจารย์ ดร.จีรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 12. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 13. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 14. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 15. นายยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |

คณะกรรมการวิชาการฝ่ายจัดทำ (Proceeding)

- | | |
|--|----------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ศรีเอกานุกูล | ประธานกรรมการ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | กรรมการ |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา | กรรมการ |
| 4. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | กรรมการ |
| 5. อาจารย์อดิวิษฐ์ พนาพงศ์ไพศาล | กรรมการ |
| 6. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| 7. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ | กรรมการ |
| 8. ว่าที่ร้อยตรีอัศนีศ ณ กิรี | กรรมการ |
| 9. อาจารย์ณัฐทิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการ |
| 10. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | กรรมการและเลขานุการ |
| 11. อาจารย์ขวัญชนก นันทะชาติ | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน
บนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

Study of Factors which Affected A Decision of Using Financial Transactions Service Via
Mobile Phone of Consumers in Amphur Muang, Nonthaburi Province

จิตพนธ์ ชุมเกต¹ ชนินาถ พริกยะกุลและสุชาตินี ชัยกุลเสรีวงศ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ซึ่งผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยคือ การเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ(Y) และปัจจัยที่ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (X₁) ด้านราคา (X₂) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X₃) ด้านการส่งเสริมการตลาด(X₄) ด้านบุคลากร (X₅) ด้านกระบวนการให้บริการ (X₆) และด้านลักษณะทางกายภาพ (X₇) ร่วมกันพยากรณ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สมการพยากรณ์คือ $\hat{Y} = 2.078 + 0.298X_1 + (-0.422X_2) + (-0.212X_3) + 0.091X_4 + 0.180X_5 + 0.090X_6 + (-0.115 X_7)$
คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน, การตัดสินใจเลือกใช้บริการ

Abstract

The objectives was to 1) study on general a decision of using financial transactions service via mobile phone behavior of consumers. 2) study the factors of the marketing mix that influence of using financial transactions service via mobile phone behavior of consumers in Amphur Muang, Nonthaburi province. The samples consisted of 400 participants who live in Amphur Muang, Nonthaburi. The questionnaire was used as the research instrument with reliability 0.70. The researchers used data analysis by descriptive statistics. The hypothesis was tested by multiple regression analysis. The results revealed that marketing mix factor affecting the a decision of using financial transactions service via mobile phone; product(X₁) price(X₂) place(X₃) promotion(X₄) person(X₅) process(X₆) physical evidence(X₇) were predictors

¹ อาจารย์ประจำสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักศึกษาสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรคณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

E-mail: Mook_1993@hotmail.com , pam.rainbow@hotmail.com

significantly at the 0.05 level equation was $\hat{Y} = 2.078 + 0.298X_1 + (-0.422X_2) + (-0.212X_3) + 0.091X_4 + 0.180X_5 + 0.090X_6 + (-0.115X_7)$.

Keywords: The marketing mix, Financial transactions on the application, Decision of using service

บทนำ

ยุคโลกาภิวัตน์ หรือสังคมไร้พรมแดนในยุคปัจจุบัน อันเป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และการสื่อสารที่พัฒนาอย่างรวดเร็วและไม่มีที่สิ้นสุด ทำให้เกิดการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความ สะดวกสบายในการดำรงชีวิต เทคโนโลยีสมัยใหม่นับได้ว่าเป็นปัจจัยหลักที่เข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง โดยการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาระบบการดำเนินงาน ให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นความสำคัญในการเข้าถึงผู้บริโภค ได้อย่างครอบคลุม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันในตลาดและสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด (วิทยา ชินบุตร, 2556)

การแข่งขันกันอย่างหลากหลายทางด้านการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว สามารถเข้าถึงได้ง่าย องค์กรต่างๆ ได้นำ เทคโนโลยีคมนาคมและการสื่อสารมาใช้มีวัตถุประสงค์ในการลดต้นทุน โดยมีอินเทอร์เน็ตและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นตัวช่วยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในการดำเนินงาน ผู้คนสมัยใหม่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อสืบค้นข้อมูล ติดตามข่าวสาร รับส่ง ข้อมูล เครื่องมือส่งคมออนไลน์ การซื้อสินค้าและบริการ รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงิน จากผลสำรวจการใช้เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารในปี 2557 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มีผู้ใช้คอมพิวเตอร์มากกว่า 23 ล้านคน ผู้ใช้ โทรศัพท์มือถือ 48 ล้านคน ส่วนใหญ่เป็นการใช้งานที่บ้าน ที่พักอาศัย รองลงมาจะมีจะใช้งานตามสถานที่ต่างๆ ผ่าน โทรศัพท์มือถือ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

ปัจจุบันการเติบโตด้านเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือที่รวดเร็ว ไม่ได้มีเพียงแค่การโทรออกและการรับสาย เท่านั้น แต่นำเอานวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้มากขึ้น เช่น การทำ ธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) เป็นธุรกรรมทางการเงินบนรูปแบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถใช้งาน ผ่าน โทรศัพท์มือถือได้ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถโอนเงินและชำระค่าบริการได้โดยไม่ต้องเดินทางไปใช้บริการที่ธนาคาร เป็นการช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางจะเห็นได้ว่าปัจจุบันธนาคารต่างๆ ได้นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ และพัฒนาธุรกิจเรียกว่า ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อย่างอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และ โมบายแอปพลิเคชัน (กองบรรณาธิการเช็คราคา.คอม, 2558)

ธนาคารพาณิชย์รวมถึงธนาคารอื่นๆ ได้มีบริการทางการเงินแบบใหม่ผ่านแอปพลิเคชันที่ใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน เรียกว่า โมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ทุกสถาบันการเงินต่างพยายามที่จะพัฒนาและแข่งขันกันอย่างต่อเนื่อง ช่วยแก้ไข ปัญหาการเข้าไม่ถึงบริการทางการเงินของผู้ที่ไม่สะดวกในการเดินทาง (จิตรลดา ตุงคะสามน, 2558) การทำธุรกรรม ออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้บริโภค อีกทั้งระบบรักษาความปลอดภัยของ ข้อมูลและความน่าเชื่อถือของทางธนาคาร ทำให้ผู้ใช้บริการไว้วางใจและเชื่อมั่นในการธุรกรรมทางการเงินบน โทรศัพท์มือถือ

เมื่อการให้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และจากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้น จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน

14 January 2016

บนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปพัฒนาการให้บริการของ ธนาคารที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น สำหรับผู้ที่สนใจจะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีประสิทธิภาพและบรรลุ วัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากหนังสือ วารสาร และบทความที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน มาใช้ในการทำแบบสอบถาม
2. ร่างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดย พิจารณาถึงความถูกต้องและความเหมาะสม
3. นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นส่งให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาในด้านความเที่ยงตรง (Validity) นำแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำไปปรับปรุง แก้ไขก่อนนำแบบสอบถามไปใช้เพื่อเก็บข้อมูล
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (สรายุทธ กิ่งหลง, 2555) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ค่าความเชื่อมั่นถึง เกณฑ์ที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนต่อไป
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อมั่น ไปเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 ชุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชันผ่านโทรศัพท์มือถือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ทำการคัดเลือกประชากรโดยเลือกสุ่มตามพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

1) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) สำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความเชื่อมั่นที่ ระดับ 95% และความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% สามารถแสดงวิธีคำนวณ ได้ดังนี้ (ประสพชัย พสุนนท์, 2555)

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.05

Z = ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 1.96

e = ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

$$= \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$= 384.16 \text{ หรือ } 384$$

จากการคำนวณผู้วิจัยควรกำหนดขนาดตัวอย่าง ไม่น้อยกว่า 384 คน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนเป็น 400 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล นอกจากนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นสำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และ คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด จำนวน 29 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาธุรกรรมทางการเงินของธนาคารบน โทรศัพท์มือถือ ของ ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลส่วนนี้ ได้จากการแจกแบบสอบถามให้ผู้บริโภคในเขตอำเภอ เมือง จังหวัดนนทบุรี โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธุรกรรมทาง การเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลส่วนนี้ได้จากการศึกษา ค้นคว้า รวบรวมจากหลาย แหล่ง เช่น เอกสาร บทความ รายงานการวิจัย และการค้นคว้าผ่านอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติ ดังนี้

1) ข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลการวิจัยที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) การทดสอบด้วยวิธีทางสถิติโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ด้วยค่า Sig.

3) ปัจจัยด้าน ส่วนประสมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบน โทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และทดสอบสมมติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ โดยให้คะแนนเป็นระดับความสำคัญในการพิจารณา มีทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

ในการศึกษาครั้งนี้การคิดคะแนนของความสำคัญของแต่ละปัจจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคิดค่าเฉลี่ย โดยใช้เกณฑ์ (สุวิมล ติกรรณนท์, 2546)

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของช่วงอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

เมื่อได้คะแนนช่วงห่างในแต่ละช่วง สามารถกำหนดระดับความสำคัญในแต่ละช่วงได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ผลการตัดสินใจ
4.21-5.00	หมายถึงมีความสำคัญต่อปัจจัยในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึงมีความสำคัญต่อปัจจัยในระดับมาก
2.61-3.40	หมายถึงมีความสำคัญต่อปัจจัยในระดับปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึงมีความสำคัญต่อปัจจัยในระดับน้อย

1.00-1.80

หมายถึงมีความสำคัญต่อปัจจัยในระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 36.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 16-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.3 และน้อยที่สุดคือ มีอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.8 และพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 28.3 และน้อยที่สุดคือ หย่าร้าง หม้าย หรือแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 19.5 โดยผู้บริโภคมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.3 และน้อยที่สุดคือ ระดับการศึกษาอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.3 และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 20.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 22.3 และน้อยที่สุดมีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.8

2. วิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการผ่านระบบ IOS คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ ระบบ Android คิดเป็นร้อยละ 42.0 ตามลำดับ ระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ น้อยกว่า 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 2 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.8 ส่วนใหญ่ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือ 1-2 ครั้งต่อ เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการเพราะ สะดวก รวดเร็ว เป็นบริการที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 71.8 รองลงมาคือ ประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 59.5 และน้อยที่สุดคือ มีความปลอดภัยในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 54.8 โดยใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย คิดเป็นร้อยละ 79.0 รองลงมาคือ ธนาคารไทยพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 62.0 และน้อยที่สุดคือธนาคารอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 52.5 เพื่อใช้บริการในการเช็คยอดเงิน คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาคือ โอนเงิน คิดเป็นร้อยละ 85.0 และน้อยที่สุดคือใช้บริการอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 45.0 ได้รับข่าวการประชาสัมพันธ์จากพนักงานธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 53.8 และน้อยที่สุดคือ ได้รับข่าวสารจากแหล่งอื่น คิดเป็นร้อยละ 23.5 ปัญหาที่พบในการใช้บริการส่วนใหญ่คือ ไม่เคยพบปัญหา คิดเป็นร้อยละ 66.0

รองลงมาคือ ระบบเกิดความขัดข้องไม่สามารถใช้บริการได้ คิดเป็นร้อยละ 26.3 และน้อยที่สุดคือ ถูกเข้าใจงานบัญชีโดยผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

3. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.13	0.74	มาก
ด้านราคา (Price)	3.57	0.79	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.96	0.80	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.66	0.94	มาก
ด้านบุคลากร (People)	3.52	0.88	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	3.36	0.75	ปานกลาง
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.97	0.77	มาก
รวม	3.74	0.81	มาก

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D.= 0.74) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการพิจารณาถึงความสะดวกในการใช้งานแอปพลิเคชันมากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$, S.D.= 0.74)

ด้านลักษณะทางกายภาพในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$, S.D.= 0.77) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญถึงวิธีการใช้งานแอปพลิเคชันซึ่งมีลำดับขั้นตอนที่เข้าใจง่ายมากที่สุด ($\bar{x} = 3.55$, S.D.= 0.55)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D.= 0.80) โดยพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการพิจารณาความหลากหลายของช่องทางในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมากที่สุด ($\bar{x} = 4.16$, S.D.= 0.66)

ด้านควรส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$, S.D.= 0.79) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในการให้คำแนะนำและให้ความรู้จากพนักงานมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, S.D.= 0.60)

ด้านราคาในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, S.D.= 0.94) โดยพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมในการใช้บริการเป็นรายปีมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D.= 0.99)

ด้านบุคลากรในระดับมาก ($\bar{x} = 3.52$, S.D.= 0.88) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการ และการแก้ไขปัญหาของพนักงานมากที่สุด ($\bar{x} = 4.38$, S.D.= 0.69)

ด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$, S.D.= 0.77) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบของธนาคาร หากเกิดความผิดพลาดในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชัน ($\bar{x} = 4.44$, S.D.= 0.59) ตามลำดับ

4.ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
การถดถอย(Regression)	79.746	7	11.392	167.439	.000 ^a
ส่วนที่เหลือ (Residual)	26.671	392	.068		
รวม (Total)	106.417	399			

จากตาราง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ทั้ง 7 ด้านส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

เมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคทั้ง 7 ด้านประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแปรพยากรณ์	ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)		2.078	.335		6.204	.000
ด้านผลิตภัณฑ์		.298	.039	.268	7.672	.000
ด้านราคา	X ₂	-.422	.030	-.555	-14.149	.000
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	X ₃	-.212	.035	-.215	-6.121	.000
ด้านการส่งเสริมการตลาด	X ₄	.091	.038	.075	2.385	.018
ด้านบุคลากร	X ₅	.180	.037	.135	4.813	.000
ด้านกระบวนการให้บริการ	X ₆	.090	.032	.077	2.831	.005
ด้านลักษณะทางกายภาพ	X ₇	-.115	.038	-.094	-3.060	.002

R = 0.866, R Square = 0.749, Adjusted R Square = 0.745, Std. Error of the Estimate = 0.26084

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.078 + 0.298X_1 + (-0.422X_2) + (-0.212X_3) + 0.091X_4 + 0.180X_5 + 0.090X_6 + (-0.115 X_7)$$

เมื่อ แทนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี

14 January 2016

 X_1 แทน ด้านผลิตภัณฑ์ X_5 แทน ด้านบุคลากร X_2 แทน ด้านราคา X_6 แทน ด้านกระบวนการให้บริการ X_3 แทน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย X_7 แทน ด้านลักษณะทางกายภาพ X_4 แทน ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคโดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ โดยผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยทั้งหมด

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

ลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระหว่าง 26-35 ปี สถานะโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชัน บนโทรศัพท์มือถือผ่านระบบ IOS โดยมีระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี โดยใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน ส่วนมากใช้บริการของ ธนาคารกสิกรไทย ซึ่งมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะ สะดวก รวดเร็ว เป็นบริการที่ เพื่อทำธุรกรรมในการเช็คยอดเงิน ทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ แสนศิริพันธุ์ (2555) ที่พบว่า เหตุผลสำคัญของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินทางอินเทอร์เน็ตแบ่งครึ่ง เพราะความสะดวกสบายและรวดเร็ว รายการการเช็คยอดเงินมีผู้ใช้บริการมาก โดยได้รับข่าวการประชาสัมพันธ์จากพนักงานธนาคาร และส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาในการใช้บริการแอปพลิเคชัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการคำนึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา มหามงคล (2554) ที่พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ ทุกด้านสนับสนุนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกๆด้าน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรนำผลที่ได้จากการวิจัยไปช่วยในการตัดสินใจเพื่อพัฒนา ปรับปรุงและวางแผนการจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และครอบคลุมลูกค้าทุกระดับ โดยใช้บุคลากรและความรู้ความสามารถที่มีอยู่ภายในองค์กร รวมถึงการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆมาปรับใช้กับการให้บริการผ่านแอปพลิเคชันทางการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความน่าเชื่อถือใน

ด้านการรักษาความปลอดภัยของการทำธุรกรรมทางการเงินแก่ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ทั้งยังเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในทุกๆด้านของส่วนประสมทางการตลาด แต่ปัจจัยที่สำคัญที่พบว่ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะการพิจารณาถึงชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร และการพิจารณาถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ดังนั้นธนาคารจึงควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้และเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยและมั่นใจในการใช้บริการของธนาคาร นอกจากนี้ ควรพัฒนาเรื่องของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้กับระบบการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและออกแบบให้มีความง่ายต่อการใช้งาน ดังนั้น ธนาคารจึงควรใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยและมีการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับระบบการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

2. การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์มือถือยังไม่เป็นที่สนใจของบุคคลในทุกๆระดับ จึงมีข้อเสนอแนะว่าผู้ให้บริการอาจจะต้องมีการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกระดับและทุกคน ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันออกไป เพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ โดยแนวโน้มของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง ดังนั้นผู้ที่ศึกษาวิจัยนี้ในครั้งต่อไปควรศึกษาความต้องการการให้บริการธุรกรรมทางการเงินของคนกลุ่มนี้ และการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรีเท่านั้น จึงอาจทำให้ผลการศึกษาไม่สามารถสื่อความหมายได้ในภาพรวมของกลุ่มผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เช่น กลุ่มผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล และพื้นที่ต่างจังหวัดอื่นๆ

14 January 2016

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ ภัคดีวัฒนะกุล และ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2547). การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-COMMERCE). (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- กองบรรณาธิการเช็คราคา.คอม. (2558). Internet & Mobile Banking App แบงก์ไหนมีอะไรบ้าง?. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.checkraka.com/knowledge/saving-2-68/Internet-Mobile-Banking-App>
- จิตรลดา ตุงคะสามน. (2558). โหมบาย-แบงกิง-ลีส์ันยุค-สมาร์ทโฟน-พีเวอร์. สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2558, จาก <http://y35.wikidot.com/it2-033>
- ณัฐ กิตติพงษ์. (2558). รีวิวโหมบายแอปพลิเคชัน ทุกธุรกรรมการเงินจัดการง่ายๆ แค่ปลายนิ้วสัมผัส. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2558, จาก <http://tech.mthai.com/review/45301.html>
- ปิยะพร เชี่ยวชูศักดิ์. (2554). ท่องโลกออนไลน์. กรุงเทพมหานคร: สวัสดิ์ ไอที.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- ปราณี เอี่ยมละออภักดี. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพชร.
- พัชรินทร์ แสนศิริพันธ์. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการทำธุรกรรมทางการเงินทางอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งของวัยกลางคน ในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. (จุดนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร.
- วิทยา ชินบุตร. (2556). ยุคโลกาภิวัตน์(globalization)เป็นคำแห่งยุคสมัยของโลกปัจจุบัน. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.slideshare.net/valrom/globalization-2-30284963>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- สรายุทธ กั้นหลง. (2555). การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's alpha. สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2558, จาก <http://www.ipemity.com/blog/248956/424773>
- สุวิมล ติกรนนท์. (2546). การใช้สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

14 January 2016

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2557. สืบค้นเมื่อ
25 สิงหาคม 2558, จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/survey/surtec5-1-3.html>