

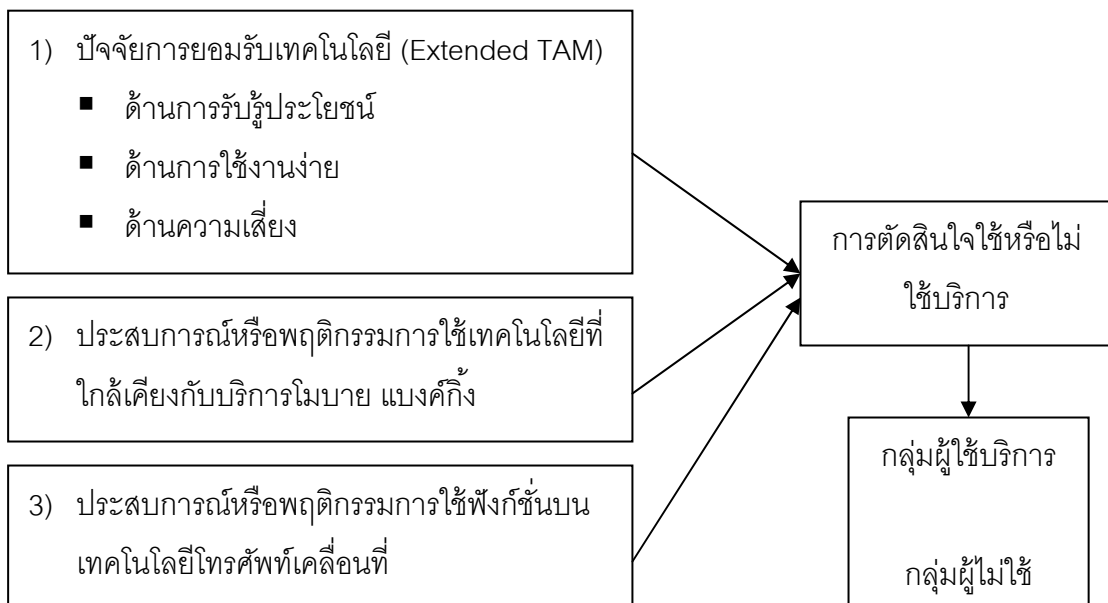
บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้เทคโนโลยีโมบาย แอปพลิเคชัน โดยศึกษาจากประชากรที่เป็นลูกค้าธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำผลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางกลยุทธ์ในการกระจายบริการสู่ผู้บริโภคต่อไป โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากผลงานวิจัยฉบับอ้างอิง ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM) และการตัดสินใจใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชัน ของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ทั้งผู้ใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชัน และผู้ยังไม่ใช้บริการในปัจจุบัน ภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยนี้มีสมมติฐานดังนี้

3.1 ปัจจัยการรับรู้ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM)

สมมติฐานการวิจัยที่ 1

- (a) กลุ่มผู้ใช้โมบาย แบงก์กิ้งรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้โมบาย แบงก์กิ้ง มากกว่ากลุ่มผู้ไม่ใช้
- (b) กลุ่มผู้ใช้โมบาย แบงก์กิ้งรับรู้ถึงการใช้งานง่ายของโมบาย แบงก์กิ้ง มากกว่ากลุ่มผู้ไม่ใช้
- (c) กลุ่มผู้ใช้โมบาย แบงก์กิ้ง มีความวิตกกังวลต่อความเสี่ยงหรืออันตรายจากการใช้โมบาย แบงก์กิ้ง น้อยกว่ากลุ่มผู้ไม่ใช้

3.2 ประสพการณ์การใช้เทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกับบริการโมบาย แบงก์กิ้ง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ประสพการณ์การใช้เทคโนโลยีที่ให้บริการคล้ายใกล้เคียงกับโมบาย แบงก์กิ้ง ได้แก่ (a) Mobile experience เช่น SMS, MMS, M-Chat เป็นต้น (b) ATM (c) M-Commerce (d) Internet Banking และ (e) Telephone Banking ของกลุ่มผู้ใช้ จะมีประสพการณ์การใช้บริการบ่อยครั้งกว่ากลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง

3.3 ประสพการณ์หรือพฤติกรรมการใช้ฟังก์ชันบนเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์และวิธีการใช้งานง่ายมีส่งผลต่อปริมาณความถี่ในการใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มขึ้น และการรับรู้ด้านความเสี่ยงกระทบต่อปริมาณความถี่ในการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่น้อยลง

3.4 ประชากรศาสตร์และสถานะภาพทางสังคม

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 กลุ่มผู้ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง โดยเฉลี่ยเป็นเพศชาย มีอายุน้อยกว่า ส่วนใหญ่มีสถานะภาพสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาสูงกว่าและมีระดับรายได้สูงกว่ากลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการ

การกำหนดตัวแปร (Identification Factor)

ในการกำหนดตัวแปรสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ตัวแปรอิสระ (Independence Variable) ในที่นี้หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้อ้างอิงปัจจัยจากงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในระดับสากล ในหัวข้อ “Segmenting internet banking adopter and non-adopters in the Turkish retail banking sector” โดย S. Ozdemir P.Trott และ A. Hoecht ที่ตีพิมพ์ลงใน International Journal of Bank Marketing ฉบับที่ 26 ลำดับที่ 4 ปี 2008 ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยการรับรู้ ได้แก่ ด้านประโยชน์ ด้านการใช้งานง่ายและด้านความเสี่ยงในการใช้
- พฤติกรรมการใช้บริการผ่านเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ประสพการณ์การใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

ส่วนที่ 2 ตัวแปรตาม (Dependence Variable) ในที่นี้หมายถึง การตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้บริการโมบาย แบงคิง

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จัดทำแบบสอบถามแบบปลายปิดโดยอ้างอิงงานวิจัยในประเทศตุรกี จากบทสัมภาษณ์ของผู้จัดการธนาคารพาณิชย์ในประเทศตุรกีเกี่ยวกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต หรือ อินเทอร์เน็ต แบงคิง (Internet Banking) (Ozdemir et al., 2008) โดยได้เรียบเรียงความหมายและปรับแบบสอบถามให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในประเทศไทย ซึ่งแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประสพการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์ - บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่และเทคโนโลยีธุรกรรมทางการเงิน เช่น ATM, โมบาย คอมเมอร์ซ (Mobile Commerce) หรือ โมบาย อินเทอร์เน็ต (Mobile Internet), โมบาย เซอร์วิส (Mobile Services) อินเทอร์เน็ต แบงคิง (Internet Banking) , Telephone Banking ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประสพการณ์ของกลุ่มผู้ใช้บริการและกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการ โดยแบ่งระดับการประเมิน 3 ระดับ

คือ ไม่เคยใช้ เคยใช้บริการ และใช้เป็นประจำ การแจกแจงความถี่ของคำถามแต่ละข้อ ตามมาตราส่วนการประเมินดังนี้

- 1 หมายถึง ไม่เคยใช้
- 2 หมายถึง ใช้บางครั้ง
- 3 หมายถึง ใช้เป็นประจำ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติในด้านการรับรู้และเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชัน ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ของการใช้บริการ (Perceive usefulness) การรับรู้วิธีการใช้งานง่ายของบริการ (Perceive ease of use) และการรับรู้ความเสี่ยง (Perceive Risk) การแจกแจงความถี่ของคำถามแต่ละข้อ ตามมาตราส่วนการประเมินดังนี้

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. ตรวจสอบแบบสอบถามโดยผู้ทำการวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของถ้อยคำและประโยค สามารถสื่อความหมายชัดเจนตรงประเด็น เพื่อไม่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจไขว้เขวหรือแปลความเป็นอย่างอื่นได้
2. ตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย โดยจะเน้นการพิจารณาเกี่ยวกับความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความสอดคล้องและความครอบคลุมหัวข้อปัญหาและวัตถุประสงค์ในการวิจัย เมื่อตรวจสอบแล้วนำข้อควรแก้ไขมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

3. ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Tryout) โดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจริงที่จะศึกษา เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถามและปรับปรุงให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามนำร่อง (Pilot Test) จำนวน 40 ชุด (ร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างประชากร) เพื่อประเมินผลคุณภาพของแบบสอบถามและปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมมากที่สุด
4. วัดความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อวัดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการใช้สูตรจากการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) หรือค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยแบบสอบถามที่ดีควรมีค่าความเชื่อมั่นอย่างน้อย 0.5

$$\text{Alpha} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Alpha แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

จากการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของเทคโนโลยี การรับรู้ถึงการใช้งานง่าย และการรับรู้ความเสี่ยงในการใช้เทคโนโลยี พบว่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัคมากกว่า 0.7 ทำให้มีความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือที่จะทำการศึกษารอบแนวคิดตามสมมติฐานในลำดับต่อไป

ตารางที่ 3.1 แสดงผลรวมการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือรวบรวมข้อมูล

	Cronbach's alpha
รวม	0.901
ปัจจัยการรับรู้ที่1 (การรับรู้ความเสี่ยง)	0.935
ปัจจัยการรับรู้ที่2 (การรับรู้ประโยชน์)	0.915
ปัจจัยการรับรู้ที่3 (การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน)	0.726

จากการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรการรับรู้คุณสมบัติของเทคโนโลยี พบว่า มีจำนวน 20 คำถาม โดยวัดระดับความเชื่อมั่นโดยใช้ค่า Cronbach's alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.901

ตารางที่ 3.2 แสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยงของโมบาย แบงก์กิ้ง

การรับรู้ความเสี่ยงในการใช้งาน	จำนวน	ค่า Alpha
มีบุคคลที่ไม่พึงประสงค์ เข้าใช้บัญชีการเงินขณะใช้บริการ ความเสี่ยงในการถูกคุกคามความปลอดภัยขณะใช้บริการ ข้อมูลส่วนตัวของท่านอาจถูกลักลอบขโมย ขณะใช้บริการ มีบุคคลที่ไม่พึงประสงค์ติดตามและลอกเลียนแบบรูปแบบการใช้งาน ข้อมูลการติดต่อกับผู้อื่น (คู่ค้า) อาจถูกผู้ให้บริการเครือข่ายสื่อสาร/ การเงินเปิดเผยให้ผู้อื่นทราบ รหัส PINs อาจถูกโกงหรือหลอกลวงเพื่อเข้าใช้บริการธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์อื่นได้ มี Hacker อาจจะสามารถเจาะเข้าระบบเพื่อคัดลอกข้อมูลทางการเงิน ขณะใช้บริการได้ มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลทางการเงินเมื่อใช้ บริการ	8	0.935

จากการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง พบว่ามีจำนวน 8 คำถาม โดยวัดระดับความเชื่อมั่นโดยใช้ค่า Cronbach's alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.935

ตารางที่ 3.3 แสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ของ
โมบาย แบนคิง

การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน	จำนวน	ค่า Alpha
โมบาย แบนคิง จะช่วยทำให้การจัดการทางการเงินมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น สามารถใช้บริการธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและง่าย รวบรวมบริการธุรกรรมทางการเงินไว้ในช่องทางบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ โมบาย แบนคิงช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมการเงินได้ สามารถใช้บริการและตรวจสอบข้อมูลทางการเงินได้ตลอดเวลา การประหยัดเวลาจากการใช้โมบาย แบนคิงเป็นเรื่องที่สำคัญ สามารถใช้บริการโมบาย แบนคิงได้ตลอด 24 ชั่วโมง โมบาย แบนคิงช่วยให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินที่บ้านหรือที่ใดก็ได้	8	0.915

จากการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ พบว่ามีจำนวน 8 คำถาม โดยวัดระดับความเชื่อมั่นโดยใช้ค่า Cronbach's alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.915

ตารางที่ 3.4 แสดงผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรการรับรู้การใช้งานง่ายของ
โมบาย แบนคิง

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	จำนวน	ค่า Alpha
การเรียนรู้ขั้นตอนวิธีการใช้งาน การค้นหาข้อมูลวิธีการใช้งาน ความสามารถในการใช้โมบาย แบนคิงเพื่อทำธุรกรรมที่ต้องการได้ การเรียนรู้ขั้นตอนการใช้งานโมบาย แบนคิงที่เข้าใจง่ายเป็นเรื่องสำคัญ	4	0.726

จากการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดตัวแปรการรับรู้การใช้งานง่าย พบว่ามีจำนวน 4 คำถาม โดยวัดระดับความเชื่อมั่นโดยใช้ค่า Cronbach's alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.726

ระยะเวลาในการวิจัย

การจัดทำงานวิจัยเริ่มตั้งแต่ 1 เมษายน 2552 ถึง วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2553 (ระยะเวลา 10 เดือน)

การรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

1. กลุ่มประชากรที่ศึกษาและการสุ่มตัวอย่าง (Sampling collection)

1.1 กลุ่มประชากร

ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปในกรุงเทพมหานครมีทั้งสิ้น 4,270,482 คน (ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ ปีพ.ศ. 2550) โดยเป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในประเทศไทย เนื่องจากไม่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมดได้ จึงต้องคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างและสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษา

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีปริมาณพอสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติ (Statistic Analysis) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ซึ่งมีค่าระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% (ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05) และเนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ W.G.cochanran, 1953 (ที่มา: Business Statistic, 2006) ดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)Z^2}{d^2}$$

โดยกำหนดให้

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของประชากร

p คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน

30%=0.03)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนดหรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ

- ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05, $Z=1.96$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

- ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ดังนั้น

$$n = \frac{0.3(0.7)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 400$$

สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชากรในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีขนาด 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) เป็นระยะเวลา 1 เดือน

2. การรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย แบ่งประเภทข้อมูลได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งได้จากการแจกแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งได้จากเอกสารทางวิชาการ บทความ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ วารสารวิชาการและเว็บไซต์ต่าง ๆ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

คือ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม โดยเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ได้แก่ อายุ รายได้ การศึกษา รวมถึงทัศนคติต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมการบริโภคเทคโนโลยีในปัจจุบันโดยผู้วิจัยนำแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยตรง ณ สถานที่ต่าง ๆ ดังนี้

1. อาคารสำนักงานใหญ่
 - a. ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง
2. ห้างสรรพสินค้า

a. ห้างสรรพสินค้า สยามพารากอน

b. ห้างสรรพสินค้า เซ็นทรัล เวิลด์

3. สถาบันการศึกษา

a. มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ ศูนย์ท่าพระจันทร์

4. หน่วยงานราชการ / รัฐวิสาหกิจ

หมายเหตุ การเลือกสถานที่ดังกล่าวข้างต้น เนื่องจากประชากรมีศักยภาพทางการเงินและมีความทันสมัยต่อเทคโนโลยี

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ข้อมูลในส่วนของแนวคิดและทฤษฎี ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารงานวิจัยที่มีผู้ได้ศึกษาไว้ก่อนหน้านี้แล้ว ตำรา บทความวารสารวิชาการ เว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ จะนำสถิติมาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้านาคาพาณิชย์ที่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสรุปข้อมูลในรูปแบบความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ในการนำเสนอข้อมูลเพื่ออธิบายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ร่วมตอบแบบสอบถามตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing) วิธีวิเคราะห์ทดสอบทางสถิติ ได้แก่ T-Test, Chi-Square, Cross Tabulation มีรายละเอียดดังนี้
 - สถิติทดสอบ T-Test ถูกใช้ดังนี้
 - ทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของสองกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ใช้บริการ และกลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการ

โมบาย แบงก์กิ้ง (สมมติฐานการวิจัยที่ 1) มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

- O เพื่อทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ บน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรสองกลุ่มเช่นเดียวกัน (สมมติฐานการวิจัยที่ 3) มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
- O เพื่อทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยช่วงอายุ ระดับรายได้และระดับการศึกษาของประชากรสองกลุ่ม (สมมติฐานการวิจัยที่ 5) มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

- สถิติทดสอบ Chi-Square ถูกใช้เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ (ความเป็นอิสระต่อกัน) ของประสบการณ์การใช้บริการเทคโนโลยีธุรกรรมการเงินกับการใช้โมบาย แบงก์กิ้ง (สมมติฐานการวิจัยที่ 2)
- สถิติทดสอบ Cross Tabulation แสดงสัดส่วน ร้อยละของปริมาณความถี่การใช้บริการเทคโนโลยีที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโมบาย แบงก์กิ้ง
- ใช้สถิติสหสัมพันธ์ (Bi-Variate Correlation) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันของโทรศัพท์เคลื่อนที่กับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM) (สมมติฐานการวิจัยที่ 4) หรือไม่ อย่างไร

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระ 2 ตัวหรือมากกว่าสองตัวแปร ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ผลที่ได้จากการวิเคราะห์สามารถสรุปความสัมพันธ์ในรูปสมการทางคณิตศาสตร์ (สมการเชิงเส้น) โดยอธิบายและเปรียบเทียบตัวแปรอิสระได้ว่าตัวแปรใดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามมากที่สุด เพื่อพยากรณ์โอกาสในการยอมรับเทคโนโลยีโมบาย แบงก์กิ้ง จากทัศนคติต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM)

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยที่ได้จากการรวบรวมแบบสอบถามสามารถสรุปผลความแตกต่างทางคุณสมบัติที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้โมบาย แบงก์กิ้ง โดยเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้และผู้ยังไม่ใช้บริการจากปัจจัยการยอมรับ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ ประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีบริการธุรกรรมการเงิน ประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันหรือโปรแกรมต่าง ๆ บน

