

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโมบาย แบงค์กิ้ง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนกลยุทธ์ในการนำเสนอบริการเพื่อขยายตลาดลูกค้าโมบาย แบงค์กิ้งต่อไป มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามสามารถรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ชุด จึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS ซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้ 3 ส่วนดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย
- 4.3 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปจำแนกตามเพศ อายุ การสมรส รายได้และการศึกษา

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	184	46.0
หญิง	216	54.0
อายุ		
น้อยกว่า 21 ปี	40	10.0
21-30 ปี	196	49.0
31-40 ปี	108	27.0
41-50 ปี	40	10.0
ตั้งแต่ 51 ปี	16	4.0
สถานะภาพสมรส		
สมรส	125	31.2
โสด	266	66.5
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	9	2.2
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		
น้อยกว่า 10,000	36	9.0
10,001 – 20,000	50	12.5
20,001 – 30,000	106	26.5
30,001 – 40,000	110	27.5
40,001 – 50,000	62	15.5
มากกว่า 50,000	36	9.0
ระดับการศึกษา		
มัธยมหรือต่ำกว่า	25	6.2
อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	28	7.0
ปริญญาตรี	189	47.2
สูงกว่าปริญญาตรี	158	39.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ร่วมตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ พบว่า เพศชายและหญิงมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ เพศชายร้อยละ 46.0 เพศหญิงร้อยละ 54.0 โดยส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีสถานะภาพโสด ร้อยละ 66.5 มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001- 40,000 บาท และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้และยังไม่ได้ใช้บริการโอบาย แบงค์กิ้ง

จำแนกตามเพศ

เพศ	ผู้ยังไม่ได้ใช้บริการ		ผู้ใช้บริการ	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	120	41.2	64	58.7
หญิง	171	58.8	45	41.3
รวม	291	100.0	109	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ข้อมูลจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชายทั้งหมด ร้อยละ 46.0 (จากตาราง 4.1) เป็นผู้ใช้บริการโอบาย แบงค์กิ้ง คิดเป็นร้อยละ 58.7 และจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงทั้งหมดร้อยละ 54.0 (จากตาราง 4.1) เป็นผู้ใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 41.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้และยังไม่ได้ใช้บริการโอบาย แบงค์กิ้ง

จำแนกตามอายุ

อายุ	ผู้ยังไม่ได้ใช้บริการ		ผู้ใช้บริการ	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 21 ปี	31	10.7	9	8.3
21-30 ปี	135	46.4	61	56.0
31-40 ปี	74	25.4	34	31.3
41-50 ปี	35	12.0	5	4.6
ตั้งแต่ 51 ปี	16	5.5	0	0.0
รวม	291	100.0	109	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 56.0 และในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.3 และผู้ยังไม่ใช้บริการส่วนใหญ่มีช่วงอายุโดยเฉลี่ยมากกว่า 41 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.5

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้และยังไม่ได้ใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชัน
จำแนกตามสถานะภาพการสมรส

สถานะภาพสมรส	ผู้ยังไม่ใช้บริการ		ผู้ใช้บริการ	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สมรส	90	30.9	35	32.1
โสด	194	66.7	72	66.1
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	7	1.8	2	0.5
รวม	291	100.0	109	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ใช้บริการโดยส่วนใหญ่มีสถานะภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 66.1 แต่สัดส่วนร้อยละของกลุ่มผู้ใช้เมื่อเทียบกับผู้ยังไม่ใช้บริการเมื่อจำแนกตามสถานะภาพการสมรสไม่แตกต่างกันอย่างชัดเจน

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้และยังไม่ได้ใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชัน
จำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	ผู้ยังไม่ใช้บริการ		ผู้ใช้บริการ	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	28	9.6	8	7.3
10,001 - 20,000	38	13.1	12	11.0
20,001 - 30,000	72	24.7	34	31.2
30,001 - 40,000	83	28.5	27	24.8
40,001 - 50,000	46	15.8	16	14.7
มากกว่า 50,000	24	8.2	12	11.0
รวม	291	100.0	109	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้สูง โดยคิดเป็นร้อยละ 31.2 และร้อยละ 24.8 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาทตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้และยังไม่ได้ใช้บริการโมบาย แอปพลิเคชัน
จำแนกตามการศึกษา

ระดับการศึกษา	ผู้ยังไม่ได้ใช้บริการ		ผู้ใช้บริการ	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มัธยมหรือต่ำกว่า	19	6.5	6	5.5
อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า	21	7.2	7	6.4
ปริญญาตรี	138	47.4	51	46.8
สูงกว่าปริญญาตรี	113	38.8	45	41.3
รวม	291	100.0	109	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูง โดยมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.8 และร้อยละ 41.3 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย Independent Sample T-Test พบว่า เมื่อพิจารณาจากการตั้งสมมติฐานให้ เป็น 2 กรณี คือ

1. ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มต่อปัจจัยการรับรู้มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันโดยพิจารณาจาก F-Test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ให้พิจารณาสถิติทดสอบ T-Test จาก Equal variances assume
2. ถ้าปัจจัยการรับรู้มีความแปรปรวนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 จึงพิจารณาสถิติทดสอบ T-test จาก Equal variances not assume

จากการพิจารณาค่าความแปรปรวนของแต่ละปัจจัยจาก F-Test พบว่า การรับรู้ด้านความเสี่ยงมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน และการรับรู้ด้านประโยชน์และการใช้งานง่ายมีความแปรปรวนแตกต่างกัน โดยพบว่าปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM) มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มอย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 4.7) โดยกลุ่มผู้ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อปัจจัยด้านความเสี่ยงน้อยกว่ากลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการ และมีทัศนคติต่อปัจจัยด้านประโยชน์ การใช้งานง่ายมากกว่ากลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการ ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 1 และสนับสนุนแนวคิดตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM) ที่กล่าวถึง การรับรู้ปัจจัยด้านต่างของกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันในการยอมรับบริการโมบาย แบงก์กิ้ง นอกจากนี้ข้อมูลค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อปัจจัยของกลุ่มตัวอย่างแสดงถึงระดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ต่อการตัดสินใจใช้บริการ ดังนี้ ปัจจัยด้านความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และปัจจัยรองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านประโยชน์ และการใช้งานง่ายตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.7 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์โดย Independent Sample T-Test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Risk	Equal variances assumed	.313	.576	2.595	398	.010	.14541	.05603	.03525	.25556
	Equal variances not assumed			2.552	187.739	.012	.14541	.05699	.03299	.25782
Useful	Equal variances assumed	11.508	.001	-4.472	398	.000	-.20844	.04661	-.30006	-.11681
	Equal variances not assumed			-5.259	279.338	.000	-.20844	.03964	-.28646	-.13041
Easy	Equal variances assumed	6.988	.009	-7.783	398	.000	-.44119	.05669	-.55263	-.32974
	Equal variances not assumed			-8.994	267.681	.000	-.44119	.04905	-.53776	-.34461

หมายเหตุ Risk คือปัจจัยด้านความเสี่ยง Useful คือปัจจัยด้านประโยชน์ Easy คือปัจจัยด้านการใช้งานง่าย

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อปัจจัยคุณสมบัติเทคโนโลยีโมบาย แบนด์กิ้ง

Group Statistics

Adopt Type		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Risk	Non-adopter	291	3.9562	.49383	.02895
	Adopter	109	3.8108	.51246	.04909
Useful	Non-adopter	291	4.0060	.44790	.02626
	Adopter	109	4.2144	.30999	.02969
Easy	Non-adopter	291	3.7148	.54124	.03173
	Adopter	109	4.1560	.39056	.03741

หมายเหตุ Risk คือปัจจัยด้านความเสี่ยง Useful คือปัจจัยด้านประโยชน์ Easy คือปัจจัยด้านการใช้งานง่าย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้บริการเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกับโมบาย แบนด์กิ้ง โดยการวิเคราะห์สถิติการทดสอบ Chi-Square สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่อยู่ในรูปความถี่ พบว่าโมบาย คอมเมิร์ซ และ Telephone Banking มีความสัมพันธ์ต่อกลุ่มผู้ใช้บริการและผู้ยังไม่ใช้บริการโมบาย แบนด์กิ้ง อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 4.9 และตารางที่ 4.10) โดยมีความสัมพันธ์แตกต่างกันดังนี้ ผู้ใช้บริการโมบายแบนด์กิ้ง มีพฤติกรรมการใช้โมบาย คอมเมิร์ซ และ Telephone Banking บ่อยกว่ากลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการโมบาย แบนด์กิ้ง (ตารางที่ 4.11) ซึ่งสนับสนุนสมมติฐานที่ 2 เพียงบางส่วนคือสนับสนุนสมมติฐานเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ อันได้แก่ Mobile Commerce และ Telephone Banking กล่าวคือ สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ข้อ b, d, e ถูกปฏิเสธ แต่ยอมรับสมมติฐานการวิจัยข้อ c และ f ซึ่งผลการวิเคราะห์สนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์หรือทักษะที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มผู้บริโภคที่ถูกอ้างอิงจากทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 4.9 แสดงข้อมูลประสบการณ์ด้านการใช้โมบาย คอมเมอร์ซ (Mobile Commerce)

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	57.889 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	55.965	2	.000
Linear-by-Linear Association	57.503	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9.27.

ตารางที่ 4.10 แสดงข้อมูลประสบการณ์ด้านการใช้ Telephone Banking

Chi-Square Tests

	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.796E2 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	183.560	2	.000
Linear-by-Linear Association	172.544	1	.000
N of Valid Cases	400		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21.26.

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยความถี่ประสบการณ์การใช้บริการโมบาย คอมเมอร์ซ และ

		Telephone Banking			
		Mobile commerce experience			
		Never	Rarely	Often	Total
Non-Adopters	Count	210	69	12	291
	% of Total	52.5	17.3	3.0	72.8
Adopters	Count	36	51	22	109
	% of Total	9.0	12.8	5.5	27.3
Total	Count	246	120	34	400
	% of Total	61.5	30.0	8.5	100.0
		Telephone banking experience			
		Never	Rarely	Often	Total
Non-Adopters	Count	199	79	13	291
	% of Total	49.8	19.8	3.3	72.8
Adopters	Count	9	35	65	109
	% of Total	2.3	8.8	16.3	27.3
Total	Count	208	114	78	400
	% of Total	52.0	28.5	19.5	100.0

การวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันของโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่างกลุ่มผู้ใช้และผู้ยังไม่ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง ผลการวิเคราะห์โดยสถิติ Independent sample T-Test (ตารางที่ 4.12) จากการวิเคราะห์ค่าสถิติ F-Test (Sig. > 0.05) พบว่าค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 จึงพิจารณา T-test ที่ Equal variances not assumed พบว่า ประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันหรือโปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง โดยค่าเฉลี่ยของประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันหรือโปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของกลุ่มผู้ใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้งน้อยกว่ากลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการซึ่งสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ 2 (a)

ตารางที่ 4.12 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์โดย Independent Sample T-Test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ฟังก์ชันโทรศัพท์เคลื่อนที่ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Frequency	Equal variances assumed	2.306	.130	-3.189	398	.002	-.36770	.11531	-.59439	-.14100
	Equal variances not assumed			-2.968	170.234	.003	-.36770	.12391	-.61229	-.12311

ตารางที่ 4.13 แสดงข้อมูลค่าเฉลี่ยประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันหรือโปรแกรมประยุกต์ (Application) บนโทรศัพท์เคลื่อนที่

Group Statistics

All respondents		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Mobile experience	Non-adopters	291	1.6323	.97849	.05736
	Adopters	109	2.0000	1.14665	.10983

จากการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์ (Bi-variate correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและประสิทธิภาพการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า ปัจจัยทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของช่วงอายุ และช่วงระดับรายได้โดยใช้สถิติ Independent Samples T-Test ในการทดสอบ พบว่า ปัจจัยด้านอายุส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยกลุ่มผู้ใช้และผู้ยังไม่ใช้มีช่วงอายุแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 4.14) ซึ่งกลุ่มผู้ใช้บริการมีช่วงอายุโดยเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มผู้ยังไม่ใช้บริการ (ตารางที่ 4.15)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านประชากรศาสตร์และสถานะภาพการสมรส จากการรวบรวมข้อมูลความถี่โดยใช้สถิติ Chi-Square เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโมบาย แบงคิง ของกลุ่มผู้ใช้และผู้ยังไม่ใช้บริการอย่างนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 4.16) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 เพียงบางส่วนได้แก่ ช่วงอายุ และเพศมีความแตกต่างกันระหว่างประชากรสองกลุ่ม นั่นคือ ลักษณะประชากรศาสตร์และสถานะภาพการสมรสมีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มผู้บริโภคซึ่งสนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดกลุ่มผู้บริโภคเทคโนโลยีตามการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 4.14 แสดงสถิติ Independent Samples T-Test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของช่วงอายุ และระดับรายได้ระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Age	Equal variances assumed	20.80 7	0.000	2.199	398	0.028	0.232	0.106	0.025	0.440

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ความแปรปรวนของช่วงอายุระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

Group Statistics					
Adopter Type		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Age	Non-adopters	291	2.5533	1.01697	.05962
	Adopters	109	2.3211	.69230	.06631

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการยอมรับโมบายแบงก์กิงของกลุ่มตัวอย่าง

Chi-Square Tests					
	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9.752 ^a	1	.002		
Continuity Correction ^b	9.062	1	.003		
Likelihood Ratio	9.751	1	.002		
Fisher's Exact Test				.002	.001
Linear-by-Linear Association	9.728	1	.002		
N of Valid Cases ^b	400				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 50.14.

b. Computed only for a 2x2 table

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม และเพื่อประมาณค่าของตัวแปรตาม เมื่อทราบค่าของตัวแปรอิสระผู้วิจัยได้กำหนดให้ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี (Extended TAM) เป็นตัวแปรอิสระและการยอมรับและใช้โมบาย แบงก์กิ้งในอนาคตเป็นตัวแปรตาม การสร้างสมการแสดงความสัมพันธ์จะได้สมการเชิงเส้นตรง ดังนี้

$$Y = A + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \dots$$

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจใช้บริการของกลุ่มผู้ใช้และผู้ยังไม่ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ ปัจจัยการรับรู้การใช้งานง่าย ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านประสบการณ์การใช้เทคโนโลยีที่ใกล้เคียง คือ การใช้ Mobile Commerce และ Telephone banking ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ฟังก์ชันหรือโปรแกรมประยุกต์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ และปัจจัยด้านอายุ ซึ่งในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณนี้จะนำเอาตัวแปรเหล่านี้มาทำการสร้างสมการถดถอยที่มีตัวแปรอิสระหลายตัวเพื่ออธิบายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามหนึ่งตัวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระโดยกำหนดให้

M_Coomerce	คือ ร้อยละของประสบการณ์การใช้บริการโมบาย คอมเมอร์ซ
Tele_Banking	คือ ร้อยละของประสบการณ์การใช้บริการTelephone Banking
M_Expre	คือ ร้อยละของประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันหรือโปรแกรมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่
Risk	คือ ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง
Useful	คือ ปัจจัยการรับรู้ประโยชน์
Easy	คือ ปัจจัยการรับรู้การใช้งานง่าย
Age	คือ ช่วงอายุ

จากการประมวลทางสถิติของการวิเคราะห์สมการถดถอยโดยวิธี Enter พบว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยกับการตัดสินใจใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง ในอนาคตได้ 49.9% โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามหรือการใช้ตัดสินใจใช้บริการในอนาคตได้ 24.9%

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุคูณ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	Df2	Sig. F Change
1	.499 ^a	.249	.233	1.00013	.249	15.638	8	378	.000

a. Predictors: (Constant), Risk, M_Expres, M_Commerce, Useful, Tele_Banking, Age, Easy

สมการถดถอยที่ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ในการวิจัยนี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยทุกตัวว่าเป็นศูนย์หรือมีตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

ตารางที่ 4.18 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125.135	8	15.642	15.638	.000 ^a
	Residual	378.095	378	1.000		
	Total	503.230	386			

a. Predictors: (Constant), Risk, M_Expres, M_Commerce, Useful, Tele_Banking, Age, Easy

b. Dependent Variable: Future_Adopt

ตารางที่ 4.19แสดงสัมประสิทธิ์ในสมการถดถอยพหุคูณ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.146	.827		-.176	.860	-1.771	1.480		
	M_Commerce	.247	.084	.141	2.946	.003	.082	.412	.862	1.160
	Tele_Banking	.257	.073	.176	3.541	.000	.114	.400	.808	1.238
	M_Expres	-.001	.054	-.001	-.022	.983	-.107	.104	.821	1.218
	Risk	-.036	.104	-.016	-.345	.730	-.241	.169	.944	1.060
	Useful	.283	.139	.106	2.043	.042	.011	.555	.735	1.361
	Easy	.459	.113	.218	4.062	.000	.237	.682	.693	1.444
	Age	-.162	.064	-.135	-2.529	.012	-.287	-.036	.694	1.441

a. Dependent Variable: Future_Adopt

จากตารางที่ 4.18 พบว่าการทดสอบ F-Test ของแต่ละตัวแปรอิสระ จากการพิจารณาค่า Sig. < 0.05 สามารถอธิบายผลจากตารางได้ว่าการวิเคราะห์ Multiple Regression มีค่าสัมประสิทธิ์ในสมการถดถอยพหุคูณอย่างน้อย 1 ตัวมีค่าไม่เท่ากับศูนย์ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หลังจากทดสอบว่าในสมการมีค่าสัมประสิทธิ์อย่างน้อย 1 ตัวไม่เป็นศูนย์ ต้องทดสอบว่ามีสัมประสิทธิ์ตัวใดบ้างที่เป็นศูนย์โดยพิจารณาจากสถิติ T-Test จากตารางพบว่า M_Expres, Risk มีค่า Sig.>0.05 นั่นคือสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระทั้งสองของสมการมีค่าเท่ากับศูนย์หรือประสบการณ์การใช้ฟังก์ชันบนโทรศัพท์ การรับรู้ความเสี่ยงไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง ในอนาคต สำหรับตัวแปร M_Commerce, Tele_Banking, Useful, Easy และ Age มีค่าสถิติทดสอบ T-test ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig.<0.05) จึงกล่าวได้ว่าประสบการณ์การใช้โมบาย คอมพิวเตอร์ Telephone Banking การรับรู้ประโยชน์และการใช้งานง่ายรวมถึงช่วงอายุมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ แบงก์กิ้ง ในอนาคต โดยสามารถเขียนเป็นสมการเชิงเส้นอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและโอกาสการตัดสินใจใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง ในอนาคตได้ ดังนี้

$$Y = -0.146 + 0.247(\text{ประสบการณ์การใช้โมบายคอมพิวเตอร์}) + 0.257(\text{ประสบการณ์การใช้ Telephone Banking}) + 0.283(\text{การรับรู้ประโยชน์}) + 0.459(\text{การรับรู้การใช้งานง่าย}) - 0.162(\text{ช่วงอายุ})$$

จากการวิเคราะห์ค่า Tolerance ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการถดถอยพหุคูณโดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 หากมีตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงจะเรียกว่า Collinearity แต่หากมีตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงจะถูกเรียกว่า Multicollinearity ซึ่งหากมีค่าเข้าใกล้ 0 หมายถึงตัวแปรอิสระเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันสูง ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ หรือพิจารณาจากค่า VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าตั้งแต่ 1 ถึงอนันต์ จากตารางที่ 4.19 พบว่าค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 ในทุกตัวแปรอิสระ และค่า VIF มีค่าเข้าใกล้ 1 จึงอาจกล่าวได้ว่าตัวแปรอิสระในการวิจัยนี้มีความสัมพันธ์ต่อกันน้อย