

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลประโยชน์ที่จะได้รับของนวัตกรรม	44
4.3	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการเข้ากันได้กับสิ่งที่มีอยู่เดิม	45
4.4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความยุ่งยากซับซ้อน	46
4.5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านราคาค่าบริการ	48
4.6	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านผลกระทบอื่นๆที่มีผลต่อการใช้บริการ	49
4.7	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความไว้วางใจของท่านที่มีต่อผู้ให้บริการ	50
4.8	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านการรับรู้ถึงสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น	51
4.9	ผลการเปรียบเทียบตัวแปรระหว่างกลุ่มอายุกับกลุ่มตัวแปรด้านความคิดเห็นของลูกค้การรับรู้ถึงสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น	59
4.10	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ที่มีต่อการเข้ากันกับสิ่งที่มีอยู่ เดิมจำแนกตามช่วงอายุ	63
4.11	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ที่มีต่อความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน (Complexity) จำแนกตามช่วงอายุ	64
4.12	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ที่มีต่อราคาค่าบริการ (Cost) จำแนกตามช่วงอายุ	64
4.13	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ที่มีต่อผลกระทบอื่นๆที่มีผลต่อการใช้บริการจำแนกตามช่วงอายุ	65

4.14	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อความไว้วางใจ ของผู้ให้บริการจำแนกตามช่วงอายุ.....	65
4.15	ผลการทดสอบสมมุติฐานตัวแปรระหว่างกลุ่มระดับการศึกษากับกลุ่มตัวแปร ด้านความคิดเห็นของลูกค้ำ.....	66
4.16	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการเข้ากัน กับสิ่งที่มีอยู่เดิมจำแนกตามการศึกษา.....	71
4.17	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อผลกระทบ อื่นๆที่มีผลต่อการใช้บริการจำแนกตามการศึกษา.....	71
4.18	ผลการทดสอบสมมุติฐานตัวแปรระหว่างกลุ่มอาชีพกับกลุ่มตัวแปรด้านความ คิดเห็นของลูกค้ำ.....	72
4.19	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อประโยชน์ จากการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามอาชีพ.....	76
4.20	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อความคิดเห็น ที่มีต่อความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อนจำแนกตามอาชีพ.....	77
4.21	ผลการทดสอบสมมุติฐานตัวแปรระหว่างกลุ่มรายได้กับกลุ่มตัวแปรด้านความ คิดเห็นของลูกค้ำ.....	78
4.22	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อประโยชน์จาก การชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามรายได้.....	83
4.23	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อผลกระทบอื่นๆ ที่มีผลต่อการใช้บริการจำแนกตามรายได้.....	83
4.24	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการยอมรับการ ชำระค่าสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่จำแนกตามรายได้.....	84
4.25	ผลการทดสอบความแตกต่างของการยอมรับการชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่.....	84
4.26	การวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยสำคัญที่ทำให้การชำระสินค้าและบริการ ผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นที่ยอมรับสำหรับผู้บริโภค.....	86
4.27	การวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ไม่มีผลต่อการยอมรับของ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การชำระสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ.....	87

4.28	ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การชำระสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นที่ยอมรับ สำหรับผู้บริโภค.....	88
4.29	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานกับปัจจัยสำคัญ.....	92