

**ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน
ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**

**FACTORS AFFECTING SATISFACTION TO USE
MOBILE BANKING OF POPULATION IN BANGKOK**

ปิยพงศ์ ไทรแก้ว

สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Piyapong Saikaew

Faculty of Business Administration Program in Management,

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบการวิเคราะห์ Independent Samples T-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุเชิงเส้นตรง (Multiple Liner Regression)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกัน ส่วนอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต่างกัน โดยปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ABSTRACT

A study on factors affecting satisfaction to use mobile banking of population in Bangkok was aimed to examine the general condition of demographic factors, technology acceptance factors, marketing mix factors (4Ps) and satisfaction to use mobile banking of population in Bangkok and the demographic factors, technology acceptance factors and marketing mix factors (4Ps) that affecting satisfaction to use mobile banking of population in Bangkok. The samples of this research are 400 population who use mobile banking in Bangkok and gathered via questionnaires. A data was analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, T-Test and One-Way ANOVA and multiple liner regression.

From the study, the majority of the samples were female, age range of 30-39 years, single, bachelor's degree, working as government officers and state enterprises, having average income 50,001 baht per month or more.

The results of this study indicate that the difference of gender had different satisfaction to use mobile banking, the difference of demographic factors (age, marital status, educational level, occupation, an average income per month) had not different satisfaction to use mobile banking. Furthermore, the technology acceptance factors (perceived ease of use, perceived usefulness)

affecting satisfaction to use mobile banking of population in Bangkok and the marketing mix factors (4Ps); (product, price, place) affecting satisfaction to use mobile banking of population in Bangkok.

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทกับการบริโภคของมนุษย์เป็นอย่างมาก ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อหรือการทำธุรกิจให้รวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ ทุกองค์กรจึงนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้พัฒนาองค์กรของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เติบโตและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว เนื่องจากทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่าย เป็นศูนย์รวมของความคิดจากทั่วทุกมุมโลกและเป็นศูนย์รวบรวม เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างวงการต่าง ๆ ในสังคม

การชำระเงินปัจจุบันนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปแล้ว เทคโนโลยีของโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ให้ผู้ใช้บริการทำธุรกรรมสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงบริการชำระเงินได้ทั่วถึงยิ่งขึ้น บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะหลัก (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557) คือ Mobile banking (M-banking) และ Mobile payment (M-payment)

ในปี 2561 ภาคประชาชนนิยมทำธุรกรรมการเงินและชำระเงินผ่านช่องทาง mobile banking และ internet banking เพิ่มขึ้นมาก ปริมาณธุรกรรมเดบิตร้อยละ 116 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 สะท้อนถึงแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนที่เริ่มมีความคุ้นเคยและใช้บริการชำระเงินและโอนเงินที่หลากหลายผ่านช่องทาง mobile banking และ internet banking ในชีวิตประจำวันมากขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการธนาคารพาณิชย์ในยุคสมัยที่เกิดการเปลี่ยนแปลงต้องมีความเข้าใจกลุ่มลูกค้าในการใช้บริการผ่านช่องทางต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการทำธุรกรรมผ่านธนาคารพาณิชย์ แม้แต่การเลือกธนาคารพาณิชย์ที่ผู้บริโภคจะเข้าใช้บริการจะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยการพิจารณาการเข้าใช้บริการในการทำธุรกรรมขึ้นอยู่กับ ความพึงพอใจส่วนบุคคล ประสบการณ์ ประเภทธุรกรรมที่ลูกค้าเข้าใช้บริการ ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางสำหรับธนาคารพาณิชย์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ เมษายน – มิถุนายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อช่วยให้ผู้ให้บริการ ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ บริษัท หรือ องค์กรที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการเงินสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงระบบ บริการธุรกรรม และพัฒนาเทคโนโลยี รูปแบบ หรือฟังก์ชันการใช้งานทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด
2. สามารถนำข้อมูลผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้บริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องของผู้ให้บริการ ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ บริษัท หรือ องค์กรที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการเงินใช้ในการปรับปรุงแนวทางการวางแผนกลยุทธ์ และวางแผนการตลาดให้มีประสิทธิภาพ โดยสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และช่องทางการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการธนาคารให้เหมาะสม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์มักถูกใช้เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดอันเป็นที่นิยมของนักการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งที่ง่ายต่อการสังเกตเพราะมีความเกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรง ทำให้สามารถเห็นถึงความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้ารวมทั้งช่วยเพิ่มความสะดวกในการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย สำหรับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญประกอบด้วย

1. เพศ (Gender) เพศเป็นตัวแปรหนึ่งในด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสำคัญและมีผลต่อความต้องการในการบริโภคสินค้าหรือบริการ
2. อายุ (Age) อายุที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคมีผลทำให้ความคิดและพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตอบสนองต่อความต้องการในการบริโภคสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันออกไป
3. ระดับการศึกษา (Education) ระดับการศึกษาของบุคคล โดยส่วนใหญ่ที่ใกล้เคียงหรือเทียบเท่ากัน มักมีระดับความคิดที่คล้ายคลึงกันมากกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน
4. อาชีพ (Occupation) ความแตกต่างในด้านอาชีพของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดความต้องการและความจำเป็นในการบริโภคสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกันออกไป
5. รายได้ (Income) รายได้เป็นสิ่งที่ใช้กำหนดอำนาจในการซื้อของผู้บริโภค และเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

6. สถานภาพสมรส หมายถึง การครองเรือนซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น คนโสด สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อถือทางศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Davis (1989) ได้กล่าวว่าแบบจำลอง TAM ใช้ในการศึกษายอมรับการใช้ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีโดยไม่ได้นำปัจจัยด้านพื้นฐานของบุคคล (Subjective norm) ที่อยู่โดยรอบการแสดงพฤติกรรมเข้ามาใช้ในการพยากรณ์พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลัก 5 ประการ

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีและสารสนเทศ (Perceived Usefulness : PU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้บริการเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน

2. การรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use : PEOU) หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้บริการเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามสูง

3. ทศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using : AT) หมายถึง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับและการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการใช้พฤติกรรม (Behavioral Intention)

4. พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (Behavioral Intention to Use) หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำของผู้ใช้บริการที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยได้รับจากอิทธิพลจากการรับรู้ถึงประโยชน์และทัศนคติที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีนั้น

5. การใช้งานจริง (Actual system use) ทัศนคติเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการใช้งานจริงของผู้ใช้บริการแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

Kotler (2012) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการใช้ เพื่อโน้มน้าวความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ของกิจการที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ โดยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่สามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในของรูปตัวเงิน ซึ่งเป็นต้นทุนในการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ของลูกค้า โดยลูกค้าจะมีการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในตัวผลิตภัณฑ์ของกิจการไปยังลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้นยังใช้ในการจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการ หรือเตือนความทรงจำ (Remind) ในตัวผลิตภัณฑ์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

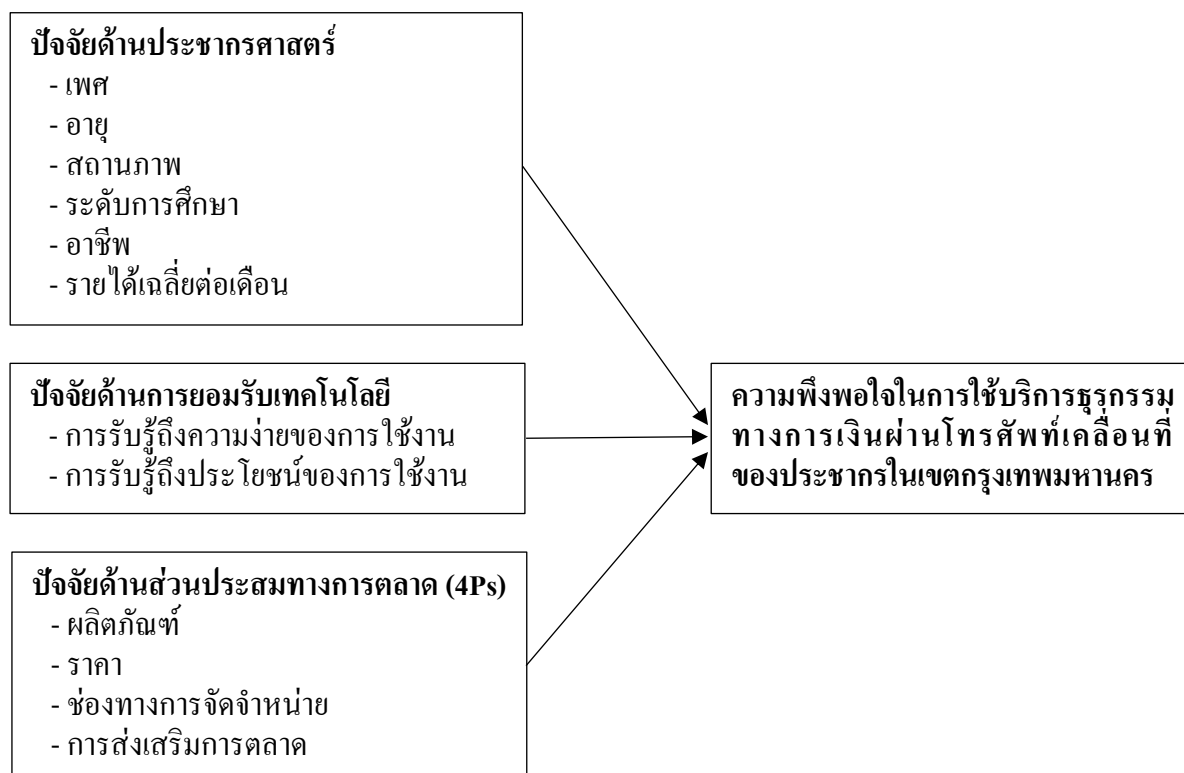
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ วิทย์ เทียงบูรณธรรม (2541) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพอใจ การทำให้พอใจ ความสนใจ ความสนใจ ความพอใจ ความแน่ใจ การชดเชย การได้บาปการแก้แค้นสิ่งที่ชดเชย Vroom (1964) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะด้านบวกจะแสดงให้เห็นเป็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทักษะด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ความพึงพอใจเกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยเป็นผลของการรับรู้และการประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่า ควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ ความพึงพอใจในการบริการมีองค์ประกอบ 2 ประการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544) คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการทำวิจัยคือ ประชากรศาสตร์ที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยใช้วิธีการของ Cochran (1963) ในการสุ่มตัวอย่างได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ใช้สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานที่มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ประกอบด้วย การทดสอบการวิเคราะห์ Independent Samples T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุเชิงเส้นตรง (Multiple Linear Regression)

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ให้ความสำคัญระดับมาก

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญระดับมาก ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า ประชากรที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐาน ส่วนอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 3 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) โดยภาพรวมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี สถานภาพ โสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป ผลการศึกษาส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นางสาวพรทิพา ลีวิวัฒนกุล (2561) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการ ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ยุคสังคมไร้เงินสด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ ระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด และปัจจัยด้านการยอมรับ เทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ให้ความสำคัญระดับมาก ผลการศึกษาส่วน หนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนางสาวชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการ รับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่า Mobile Banking สามารถใช้งานได้ง่ายมาก ที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.10 : มาก) รองลงมา คือ Mobile Banking แสดงผลลัพธ์ที่ง่ายต่อการอ่าน (ค่าเฉลี่ย 4.09 : มาก)

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาด (4Ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความสำคัญระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริม การตลาด ให้ความสำคัญระดับมาก ตามลำดับ ผลการศึกษามีสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นางสาวชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยอิสระที่มีค่าเฉลี่ยระดับความเห็นสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดแล้ว พบว่า ผู้ศึกษาพึงพอใจในประโยชน์จากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และให้ความพึงพอใจระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ศึกษาพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการการเงิน และผู้ศึกษาพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่ช่วยให้ได้รับความสะดวก และประหยัดเวลาในการบริหารจัดการการเงิน ให้ความพึงพอใจระดับมากที่สุด ผู้ศึกษาพึงพอใจกับความหลากหลายของบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการบริหารจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาพึงพอใจกับความง่ายในการใช้งานบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ และ ผู้ศึกษาพึงพอใจต่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมถึงสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่เหมาะสมจากการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ให้ความพึงพอใจระดับมาก ตามลำดับ

ผลการศึกษานี้ส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนางสาวชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 นางสาววรรณพร หวลมานพ (2558) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อแอปพลิเคชันเค โมบายแบงก์กิ้งพลัสในระดับพึงพอใจมาก คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (มาก) นางสาวแก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร (2559) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank) พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการศึกษา พบว่า ประชากรที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนประชากรที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ สถานภาพ

ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ไม่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนางสาวพรทิพา ลีวิวัฒนกุล (2561) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ยุคสังคมไร้เงินสด พบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง Internet banking ไม่แตกต่างกัน นางสาวชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ จะเห็นว่าปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน ผลการศึกษาส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นางสาวชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายของการใช้งานส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ Davis (1989) ได้กล่าวว่า การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีและสารสนเทศ คือ ระดับที่ผู้ใช้บริการเชื่อว่าประโยชน์ของเทคโนโลยีจะมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับงานของตน และการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน คือ ระดับที่ผู้ใช้บริการเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้มีความง่ายในการใช้งาน สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามสูง

สมมติฐานข้อที่ 3 ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) โดยภาพรวมมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ จากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณารายละเอียด จะเห็นว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากที่สุด

ผลศึกษามีสอดคล้องกับผลการศึกษาของนางสาวพรทิพา ลีวิวัฒนกุล (2561) ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ยุคสังคมไร้เงินสด พบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง Internet banking

ได้แก่ ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวกสบายสามารถทำธุรกรรมได้ 24 ชั่วโมง ช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน ตรวจสอบรายการเดินบัญชีย้อนหลัง และ ขั้นตอนการทำธุรกรรมมีความปลอดภัย และพบว่า ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจใช้บริการทางการเงินผ่านช่องทาง Mobile banking ได้แก่ ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินมีความสะดวกสบายสามารถใช้บริการได้ 24 ชั่วโมง ช่วยลดต้นทุนในการทำธุรกรรม ประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม และ ขั้นตอนการทำธุรกรรมไม่ซับซ้อนง่ายต่อการใช้งาน

ข้อเสนอแนะ

ผู้ให้บริการ ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ บริษัท หรือ องค์กรที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการเงินสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ วางแผนการดำเนินงาน พัฒนาและปรับปรุงระบบการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น และสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันกับคู่แข่งในธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งาน ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถช่วยลดเวลาและประหยัดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ง่าย และรวดเร็วยิ่งขึ้น สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกรรมทางการเงินรวมถึงการบริการจัดการเงินที่ดีขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้งานและยอมรับการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งาน ผู้ให้บริการควรเน้นย้ำกับการรับรู้ถึงความง่ายของการใช้งานบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ทำให้มีขั้นตอนใช้งานง่าย และสะดวกที่จะใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน การแสดงผลลัพธ์ที่ง่ายต่อการอ่าน และง่ายต่อความเข้าใจในการใช้งาน การจดจำวิธีการใช้งานธุรกรรมทางการเงินเป็นเรื่องที่ง่าย และสามารถเรียนรู้การติดตั้งแอปพลิเคชัน ระบบธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตัวเอง เพื่อที่ภายหลังจากการที่ผู้ใช้บริการได้ยอมรับและทดลองใช้แล้ว จะทำได้เกิดความเข้าใจในการใช้บริการ และใช้งานอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรให้ความสำคัญกับพัฒนาและปรับปรุงระบบการให้บริการให้มีบริการที่หลากหลาย เช่น สอบถามยอดเงิน การโอนเงิน การชำระเงิน เต็มเงิน ฯลฯ ระบบมีคุณภาพ มาตรฐาน ถูกต้อง แม่นยำ และมีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ และมีรูปแบบ สี สันที่สวยงาม น่าสนใจ และมีความทันสมัย มีความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน และมีบริการหลังการให้บริการ และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น และเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

4. ด้านราคา ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรม ทำให้เกิดความคุ้มค่า ประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้บริการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า เมื่อสมัครขอใช้บริการ หรือ ค่าธรรมเนียมรายปี ฯลฯ และเสนอค่าธรรมเนียม ค่าบริการ น่าดึงดูดให้ใช้บริการมากกว่าการทำธุรกรรมที่สาขาธนาคาร ซึ่งสามารถเป็นสิ่งจูงใจต่อผู้ใช้บริการ และสามารถนำจุดเด่นทางด้านค่าธรรมเนียมเป็นตัวแนะนำให้ผู้ให้บริการหันมาใช้ธุรกรรมทางการเงินมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ให้บริการควรแนะนำจุดเด่นสิ่งนี้ให้ผู้บริการได้รับทราบและเข้าใจวิธีการในการทำธุรกรรมทางการเงิน

5. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ให้บริการ คือ สามารถทำธุรกรรมได้สะดวก ทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม สามารถดาวน์โหลดเพื่อติดตั้งแอปพลิเคชันได้ความสะดวก รวดเร็ว มีความหลากหลายในการทำธุรกรรม เปรียบเสมือนการให้บริการที่ธนาคารหรือตู้เอทีเอ็ม การลงทะเบียนเริ่มใช้งานสามารถทำได้สะดวก ไม่ซับซ้อน รองรับการใช้งานโทรศัพท์ได้หลายรุ่น ดังนั้น จึงต้องมีการปรับปรุง และพัฒนาระบบการทำธุรกรรมให้มีประสิทธิภาพ มีช่องทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง Call center และช่องทางเว็บไซต์ของธนาคาร เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ ในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการสังเกต หรือการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเชิงลึก เพื่อที่จะได้นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตปริมณฑล และหัวเมืองใหญ่ในภาคต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สามารถครอบคลุมตัวอย่างประชากรทั้งประเทศที่เป็นผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากยิ่งขึ้น และควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร. (2559). ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารบนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank). คั่นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชญญาพัทธ์ จงทวี. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร. คั่นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2563 จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/article_24_07_57.pdf.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). รายงานระบบการชำระเงิน 2561. สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2563 จาก https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/Publication/PS_Annually_Report/Pages/default.aspx.
- พรทิพา ลีวิวัฒน์กุล. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ยุคสังคมไร้เงินสด. คั่นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2544). เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15 สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วรรณพร หวลมานพ. (2558). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. คั่นคว้าอิสระวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม. (2541). พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ:สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- Cochran, W. G. (1963). Sampling techniques. 2nd ed. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. Management science, 35(8), 982-1003.
- Kotler, P. (2012). "Marketing Management", Pearson Education., New Jersey: Prentice Hall.
- Vroom, V. H. (1964). Work and Motivation. New York: Wiley and Sons Inc.