

ชื่องานวิจัย	: ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
ชื่อผู้วิจัย	: นางสาวอังคิระ นิ่งประโคน
สาขาวิชา	: สถิติประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: อาจารย์กิตติคุณ บุญเกตุ
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	: อาจารย์รัชนิกร ทบประดิษฐ์
ปีการศึกษา	: 2564

บทคัดย่อ

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการ Mobile Banking ที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถาม และได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับที่มีความสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการทางการเงินผ่านธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด และบ่อยที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้บริการเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มากกว่า 6 - 10 ครั้ง และมีเหตุผลแรกที่ตัดสินใจใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ สะดวกสบายเพราะสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking ในการทำธุรกรรมโอนเงินระหว่างบัญชี

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการใช้บริการ Mobile Banking โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ จากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความสะดวกของการใช้งาน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ของใช้งาน ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้าน

การส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ และจากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ามี 3 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตามระดับความสัมพันธ์ในการใช้บริการ Mobile Banking จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความสะดวกของการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรม, ความพึงพอใจ, โมบายแบงก์กิ้ง, ส่วนผสมทางการตลาด

Title : Factors Affecting People's Satisfaction in Using Mobile Banking Service in Mueang District Buriram Province

Researcher : Miss Angkeera Nounprakhon

Program Field : Bachelor of Science (Applied Statistics)
Buriram Rajabhat University

Advisor : Mister Kittikoon Boonket

Co-Advisor : lecture Ratchaneekorn Thoppradit
lecture Jarumas Sangsawang

Year : 2021

Abstract

The objectives of this research were 1) to study behavior Marketing mix factors and satisfaction in using Mobile Banking services of people in Muang district Buriram Province 2) to study the factors affecting the satisfaction of using Mobile Banking services of people in Mueang District Buriram Province The sample group used in this research was Mobile Banking users who live in Muang District. Buriram Province, 400 people by surveying through a questionnaire. A total of 400 complete questionnaires were obtained. The statistics used in the quantitative data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. and multiple regression analysis

The results showed that Most of the samples used financial services through Kasikorn Bank the most and most often. Most of them use the service on average more than 6 – 10 times per week, and the first reason why they decide to use financial services via Mobile Banking that they use most often is convenience because they can transact anywhere. More than half of the respondents used Mobile Banking to transfer funds between accounts.

In addition, the study found that marketing mix factors, safety factors and technology acceptance affect the use of services. The factors with the highest overall average score of mobile banking are as follows. The second factor is perceived

convenience, products and services. Safety factors, price factors and marketing factors. The purpose of this study is to analyze the factors affecting the satisfaction of using Mobile Banking services of people in Mueang District Buriram Province. It was found that there were 3 factors, in descending order of relationship with the use of Mobile Banking services, as follows: Service factor, safety factor, and the perceived factor of ease of use. Affects the satisfaction of using Mobile Banking services of people in Muang District. Buriram Province at the 0.05 significant level.

Keywords : behavior, satisfaction, mobile banking, marketing mix