

สารนิพนธ์เรื่อง	ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้ระบบ เครือข่ายไร้สายดำเนินธุรกรรมเชิงพาณิชย์ ผ่านทาง โทรศัพท์เคลื่อนที่ (M-COMMERCE)
คำสำคัญ	M-Commerce , ระบบเครือข่ายไร้สาย
นักศึกษา	นางสาวสมกมล สาสิงห์
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ดร.มนตรี วีรยางกูร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
คณะวิชา	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2553

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้ ต้องการศึกษปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้งานและสำรวจปริมาณความต้องการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ว่าในปัจจุบันมีกลุ่มคนที่ให้ความสนใจและแนวโน้มของธุรกิจการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคตจะมีทิศทางอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้พัฒนาระบบ เจ้าของกิจการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการบริการและการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและเลือกใช้บริการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อผู้ให้ความสนใจการใช้บริการด้านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความสะดวก รวดเร็ว ด้านการค้นหาข้อมูลที่สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ต้องการทราบปริมาณความต้องการใช้งาน เพื่อเป็นข้อมูลที่จะนำไปประยุกต์ใช้และวิเคราะห์ เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการให้บริการ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายไร้สาย ดำเนินธุรกรรมเชิงพาณิชย์ โดยผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ทดสอบเก็บรวบรวมข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการศึกษาวิจัยดังนี้

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวัด คือ แบบสอบถาม เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูล โดยการหาค่าความเที่ยงตรงหรือความเชื่อมั่น 95% ใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ชุด นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาค่า Alpha Coefficient เพื่อดูความน่าเชื่อถือ หรือการประเมินค่า ของแบบสอบถาม วัดในด้านการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ถ้าหากผลการวัดเป็นลักษณะเกาะกลุ่มกัน หรือมีความสอดคล้องกัน ค่าความเชื่อมั่นที่ได้จะสูง ซึ่งจากการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

สรุปผลการวิจัยพบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายไร้สายดำเนินการธุรกรรมเชิงพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ในการแนะนำให้ผู้อื่นซื้อสินค้าและบริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (ระบบ M-Commerce) ในอนาคตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านอายุ, ระดับการศึกษา, รายได้รวมต่อเดือน รวมถึงอาชีพที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายไร้สายดำเนินการธุรกรรมเชิงพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พฤติกรรมและลักษณะการใช้งาน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายไร้สายดำเนินการธุรกรรมเชิงพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณลักษณะของการพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่ (M-Commerce) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายไร้สายดำเนินการธุรกรรมเชิงพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสามารถของการใช้งานระบบการค้าผ่านเครือข่ายไร้สาย (Self - efficacy) มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ระบบเครือข่ายไร้สายดำเนินการธุรกรรมเชิงพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ