ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

FACTORS INFLUENCING CUSTOMERS' DECISION MAKING TO APPLY ONLINE BANKING SERVICES OF KRUNGTHAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED, TESCO LOTUS BANGPOO BRANCH SAMUTPRAKAN PROVINCE

รสริน ปานสมุทร *
Rozsarin Pansamut
ศักดิ์สินี กลิ่นสุนทร **
Saksinee Klinsontorn
ภูษิตย์ วงษ์เล็ก ***
Pusit Wonglek

(Received : February 11, 2019, Revised : May 21, 2019, Accepted : July 14, 2019)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 346 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Suzie Sangren ที่กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีค่าตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.80 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมติฐานโดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน โดยการกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ใน

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : rozsarin.pansamut@ktb.co.th

** อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : saksinee@hotmail.com

*** คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก, e-mail : pusit@southeast.ac.th

ระดับมาก โดยด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านพนักงานให้บริการ รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่ดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ปัจจัยที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X_7) ด้านพนักงานให้บริการ (X_5) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) และด้านราคา (X_2) สามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ได้ร้อยละ 70.80

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีอิทธิพล การตัดสินใจ ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ ธนาคารกรุงไทย

Abstract

The purposes of this study were to study the factors in customers' decision making to apply online banking services of Krungthai Bank Public Company Limited, Tesco Lotus, Bangpoo Branch, Samutprakarn Province. The sample was 346 who used the online banking services of Krung Thai Bank Public Company Limited, Tesco Lotus Bang Pu Branch, Samut Prakan Province. Sample size determination by the formula for calculating sample size of Suzie Sangren at the statistical confidence level of 95% and the allowable error of 5%, selected by accidental sampling. The instrument used in this study was the questionnaire with 0.67-1.00 index of consistency and 0.08 reliability. The statistical analyses employed in this study were percentage, means, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and Stepwise Multiple Regression Analysis with 0.01 significance level. The results showed that : The overall extent of the factors in customers' decision making to apply online banking services of Krungthai Bank Public Company Limited, Tesco Lotus, Bangpoo Branch, Samutprakarn Province was high. Customer service staff was rated the highest followed by physical environment, price, product, customer service procedure, distribution channel, and marketing promotion. There was a positive relationship with 0.01 significance level between factors in customers' decision making and the customers' decision making to apply online banking services of Krungthai Bank Public Company Limited Tesco Lotus, Bangpoo Branch, Samutprakarn Province. The 4 factors as physical environment, customer service staff, distribution channel, and

price were considered 70.80% predictors of customers' decision making to apply online banking services of Krungthai Bank Public Company Limited, Tesco Lotus, Bangpoo Branch, Samutprakarn Province.

Keywords : Influencing factors, Decision making, Online banking services, Krungthai bank public company limited

บทนำ

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลาย ๆ ด้านในการดำเนินชีวิตของมนุษย์และมีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างต่อเนื่องทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจยุคปัจจุบันนั้น มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาประสานการทำงานร่วมกัน อันเป็นผลมาจากการยกระดับความรู้ของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงช่องทางการบริโภคข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกัน ทำให้มีการแข่งขันอย่างรุนแรงเพื่อให้สินค้าและบริการหรือองค์กรของตน เป็นผู้นำทางการตลาดและในทางธุรกิจได้ องค์กรต่าง ๆ จึงต้องแสวงหาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อนำมาบริการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภคซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญขององค์กร เช่นเดียวกับการทำธุรกรรมทางการเงิน กระแสโลกออนไลน์ก็ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมทางการเงิน เพราะการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศในโลกการเงินได้ส่งผลให้เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกและตอบสนองวิถีชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินสมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็ว และสะดวกสบาย ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น โดยที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้บริการผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพราะสะดวกสบายกว่า และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็วตลอดเวลาด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปที่สาขาของธนาคาร ซึ่งสะท้อนได้จากผลการสำรวจของ PwC's Global Banking Survey ที่ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารระดับสูงจากฝ่ายไอทีจำนวน 157 รายใน 14 ประเทศทั่วโลกพบว่า ในปี 2559 ปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางสมาร์ทโฟนจะเติบโตถึงร้อยละ 64 (ปิยพงษ์ ตั้งจิตนาการ, 2559) นอกจากนี้ระบบการเงินสมัยใหม่จะมีผู้ให้บริการที่หลากหลายมากขึ้นไม่เฉพาะแต่สถาบันการเงิน แต่จะมีผู้ให้บริการที่มิใช่สถาบันการเงิน (NON-Bank) รวมถึงธุรกิจเทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่ ๆ เช่น ฟินเทค (Fintech) เข้ามาร่วมพัฒนารูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินร่วมกัน และระบบการเงินสมัยใหม่จะมีความเชื่อมโยงถึงกันหมด มีความหลากหลายของสื่อและช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินที่มากขึ้นกว่าเดิม ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลง

ดังกล่าวส่งผลให้สถาบันการเงินมีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีสารสนเทศที่สำคัญ ได้แก่ การใช้ Mobile Banking รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Mobile Banking จะมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นมาก ในขณะที่การใช้บริการผ่านสื่อออนไลน์จะเติบโตค่อนข้างคงที่และ Social Media Analytic Tools จะถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารและสถาบันการเงินจะมีความหลากหลายและเชื่อมโยงกันมากขึ้นผ่านอุปกรณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ และสมาร์ททีวี เป็นต้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศทางการเงินรูปแบบใหม่ (Fintech) มาปรับใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการธุรกรรมทางการเงินให้มีประสิทธิภาพผ่านระบบการสื่อสารออนไลน์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงการบริการได้อย่างรวดเร็ว และลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกรรมทางการเงิน (ปิยพงษ์ ตั้งจิตนาการ, 2559)

จากการสำรวจ โดยธนาคารแห่งประเทศไทยที่แสดงให้ทราบถึงปริมาณการทำธุรกรรมการชำระเงินผ่าน internet banking และ mobile banking ที่มีแนวโน้มการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ ปรับปรุง และพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ให้ดียิ่งขึ้นและเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสรุปเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการใช้บริการทางการเงินกับธนาคารกรุงไทย (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต KTB NETBANK ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2)

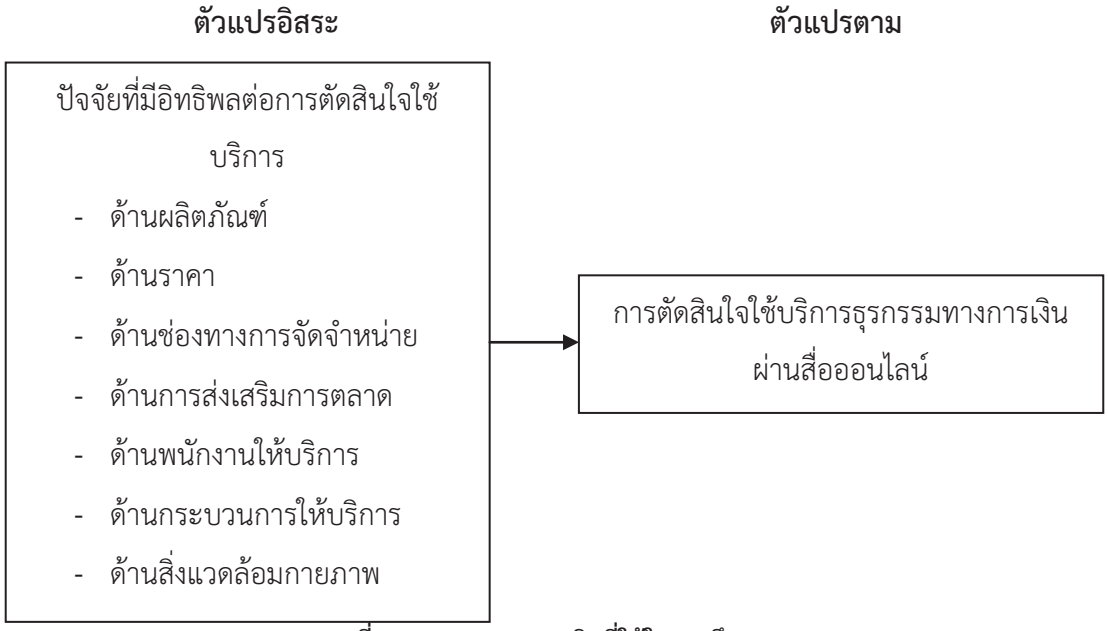
ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงาน 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Simon (1960) กล่าวว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการที่ประกอบไปด้วย 1) การพยายามกลั่นกรองเรื่องราวต่าง ๆ 2) การคิดค้นพัฒนา และ 3) การตัดสินใจเลือกทางเลือก

Plunkett and Attner (1994) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจ ประกอบไปด้วย 1) การระบุปัญหา 2) การระบุข้อจำกัดของปัจจัย 3) การพัฒนาทางเลือก 4) การวิเคราะห์ทางเลือก 5) การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด 6) การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ 7) การสร้างระบบควบคุมและประเมินผล

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาสรุปเป็น การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ เป็นกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการศึกษา

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 385 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ

Suzie Sangren ที่กำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อน ±5% และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (พรรณี ลีกิจวัฒนะ, 2558)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ใน 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงานให้บริการ 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้ 1) ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด 2) ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มาก 3) ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึงปานกลาง 4) ค่าเฉลี่ย1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย 5) ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คนตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา ได้ค่าความตรงตามเนื้อหา (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ที่ใช้บริการธุรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้ว นำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นตามวิธีของ Cronbach’s Alpha Coefficient (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.80

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยส่งหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลพร้อมแบบสอบถาม ถึงผู้จัดการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อขอความร่วมมือในการดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ที่มาทำธุรกรรมทางการเงินในด้านต่าง ๆ และเป็นผู้ที่ใช้บริการที่ธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 385 ฉบับ จากผู้ที่ทำธุรกรรมซึ่งสมัครใช้บริการแล้ว จำนวน 385 คน ด้วยตนเอง พร้อมรอรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบ

ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน พบว่ามีแบบสอบถามที่มีผู้ตอบสมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 346 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 89.87

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd.)

การวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd.)

การทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แของเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

การทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและรายด้านทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.29) โดยด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านพนักงานให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.36) รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{x}$ = 4.34) ด้านราคา ($\bar{x}$ = 4.32) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.31) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.27) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x}$ = 4.26) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x}$ = 4.12) ตามลำดับ

การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กับธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมและทุกขั้นตอนอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.26) โดยขั้นตอนที่มีการตัดสินใจสูงสุดคือ ขั้นตอนพยายามกลั่นกรองเรื่องราวต่างๆ ($\bar{x}$ = 4.29) รองลงมาคือ ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางเลือก และขั้นตอนการคิดค้นและพัฒนา ($\bar{x}$ = 4.24) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในภาพรวมและรายด้านทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวม (r = 0.82) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านพนักงานให้บริการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมมากที่สุด (r = 0.73) รองลงมา คือ ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ (r = 0.72) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (r = 0.68) ด้านกระบวนการให้บริการ (r = 0.67) และด้านส่งเสริมการตลาด (r = 0.66) ด้านผลิตภัณฑ์ (r = 0.52) และด้านราคา (r = 0.50) ตามลำดับ ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลกับการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปร	การตัดสินใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ		
	n	r	p
ปัจจัยที่มีอิทธิพล	346	0.82	0.00*
ด้านผลิตภัณฑ์	346	0.52	0.00*
ด้านราคา	346	0.50	0.00*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	346	0.68	0.00*
ด้านส่งเสริมการตลาด	346	0.66	0.00*
ด้านพนักงานให้บริการ	346	0.73	0.00*
ด้านกระบวนการให้บริการ	346	0.67	0.00*
ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ	346	0.72	0.00*

*p≤ 0.01

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ(X_7) ด้านพนักงานให้บริการ(X_5) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(X_3) และด้านราคา(X_2) สามารถร่วมกันพยากรณ์การ

ตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ได้ร้อยละ 70.80 ดังแสดงตามตารางที่ 2

โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในรูปคะแนนดิบ มีดังนี้

$\hat{Y}$ = -1.130 + .482(X_7) + .417(X_5) + .187(X_3) + .157(X_2)

สมการพยากรณ์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในรูปคะแนนมาตรฐาน มีดังนี้

$\hat{Z}y$ = .407(Zx_7) + .356(Zx_5) + .153(Zx_3) + .112(Zx_2)

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรในสมการพยากรณ์ปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปรที่ศึกษา	b	SE_b	β	t	Sig.
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X_7)	.482	.043	.407	11.210	0.000*
ด้านพนักงานให้บริการ (X_5)	.417	0.50	.356	8.290	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	.187	0.55	.153	3.426	0.000*
ด้านราคา (X_2)	.157	.048	.112	3.273	0.001*

a ; -1.130

R ; .843

R^2 ; .711 (Adjusted R^2) = .708

F ; 210.060*

SE_{est} ; .36356

*p≤ 0.01

การอภิปรายผลและสรุป

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านพนักงานให้บริการ 6) ด้านกระบวนการให้บริการ และ 7) ด้าน

สิ่งแวดล้อมกายภาพ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ มีมาตรฐานของระบบการให้บริการที่มีความถูกต้องแม่นยำ และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว และประหยัดเวลา สามารถใช้บริการได้กับสมาร์ทโฟนได้ทุกรุ่นและเครื่องคอมพิวเตอร์ และสามารถใช้บริการกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย สามารถใช้บริการได้ทุกที่สามารถเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต และสามารถสมัครใช้บริการผ่านเว็บไซต์ตู้ ATM/ADM แอพพลิเคชั่น และทุกสาขาของธนาคารกรุงไทย มีการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น สามารถโอนเงินข้ามเขตภายในธนาคารเดียวกันผ่าน KTB NETBANK ได้ฟรี 15 ครั้งต่อเดือน มีการประชาสัมพันธ์แจ้งข่าวสารของการให้บริการครบถ้วนอย่างสม่ำเสมอ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ทีวี วิทยุ เว็บไซต์ ในอินเตอร์เน็ต มีขั้นตอนในการใช้บริการผ่าน KTB NETBANK ที่ง่าย สะดวก สบาย ถูกต้องแม่นยำ ปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และมีการประมวลผลการทำรายการต่าง ๆ สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว มีภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานของระบบการรักษาความปลอดภัยในการใช้งาน แอพพลิเคชั่น KTB NETBANK มีลักษณะสวยงามและทันสมัย และโครงสร้างของเมนูมีลำดับขั้นตอนของการทำรายการได้อย่างเหมาะสมสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกสบาย ไม่ซับซ้อนและรวมถึงพนักงานของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ/พนักงาน Call Center มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพเต็มใจให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีความรู้ความสามารถความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำการใช้งาน และสามารถแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เกศวิทู ทิพยศ (2557) ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ (Online Banking) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาบริการ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ โดยรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ มีการพยายามในการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย มีการวิเคราะห์ พิจารณา เปรียบเทียบทางเลือกต่าง ๆ จากข้อมูลต่าง ๆ ของบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย และการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หรือเหมาะสมที่สุดหรือเป็นทางเลือกที่มีความพึงพอใจของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน

ผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyers Decision Process) คือ ลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วยการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กิตติคุณ ทวนสุวรรณ (2559) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียนโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีของผู้ปกครอง ในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากโดยด้านที่มีการตัดสินใจสูงสุด คือ ด้านการตัดสินใจเลือกทางเลือก รองลงมาคือ ด้านการคิดค้นพัฒนา และด้านการพยายามกลั่นกรองเรื่องราวต่าง ๆ และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2561) ซึ่งพบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าเฮ้าส์แบรนด์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ กรณีศึกษา บริษัทบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยขั้นตอนที่มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงสุด คือ ขั้นตอนการรับรู้ความต้องการ รองลงมาคือ ขั้นตอนการค้นหาข้อมูล ขั้นตอนการประเมินทางเลือก และขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X_7) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ มีภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานของระบบการรักษาความปลอดภัยในการใช้งาน แอพพลิเคชั่น KTB NETBANK มีลักษณะสวยงามและทันสมัย และโครงสร้างของเมนู มีลำดับขั้นตอนของการทำรายการได้อย่างเหมาะสม สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกสบาย ไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับ รัชนีกร ด่านดำรงรักษ์ (2556) ได้สรุปว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ธนาคารไทยพาณิชย์เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียงน่าเชื่อถือ มีเครื่องมือและระบบป้องกันความปลอดภัยที่ดีเยี่ยมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ SCB Easy Net และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (β =0.237) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศวิทู ทิพยศ (2557) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพ มีอิทธิพลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านพนักงานให้บริการ (X_5) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ พนักงานของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ/พนักงาน Call Center มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพเต็มใจให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีความรู้ความสามารถความเชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำการใช้งาน และสามารถแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้องได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ รัชนีกร ด่านดำรงรักษ์ (2556) ได้สรุปว่า ด้านบุคลากร (People) หมายถึง พนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์มีความรู้ความเข้าใจสามารถให้คำแนะนำหรือ แก้ปัญหาให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ SCB Easy Net เป็นอย่างดี และ อรษา ทิพย์เที่ยงแท้ และ พิภพ วชังเงิน (2558) ก็ได้สรุปว่า ด้านพนักงาน (People) หมายถึง พนักงานซึ่งเป็นคน ที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการบริการและลูกค้าพวกเขา จำเป็นต้องมีทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและทัศนคติที่ดีในการทำงานเป็นรายบุคคลหรือเป็นทีมที่จะส่งผลที่ดี ที่สุดสำหรับลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล (β = 0.205) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศวิทู ทิพยศ (2557) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงานให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัส บางปู จังหวัดสมุทรปราการ สามารถใช้บริการได้กับสมาร์ทโฟนได้ทุกรุ่น และเครื่องคอมพิวเตอร์และสามารถใช้บริการกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย สามารถใช้บริการได้ทุกที่สามารถเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ต และสามารถสมัครใช้บริการผ่านเว็บไซต์ตู้ ATM/ADM แอพพลิเคชั่นและทุกสาขาของธนาคารกรุงไทย สอดคล้องกับ รัชนีกร ด่านดำรงรักษ์ (2556) ได้สรุปว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงลูกค้าสามารถสมัคร SCB Easy Net ได้ทางอินเตอร์เน็ท ธนาคารไทย พาณิชย์ ทั่วประเทศ หรือ ATM ของธนาคารไทยพาณิชย์ และ ธธีธ์ธร ธีรขวัญโรจน์ (2556) ได้กล่าวว่า ในการบริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทางอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการแบบนี้เป็นบริการที่ค่อนข้างใหม่โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง เช่น การให้บริการผ่านเครื่องเอทีเอ็ม

การให้บริการดาวน์โหลดข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านทางโทรศัพท์มือถือของธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย (β = 0.208) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศวิทู ทิพยศ (2557) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)

ด้านราคา (X_2) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัส บางปู จังหวัดสมุทรปราการ ไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี และยกเว้นค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์บางรายการ สอดคล้องกับ ภัทรา มหามงคล (2554) ได้สรุปว่า ด้านราคา (Price) หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับอัตราค่าบริการหรือค่าธรรมเนียมในการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ เช่น ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและมาตรฐานของการใช้บริการไม่มีค่าธรรมเนียมรายปีและการให้บริการโดยไม่คิดค่าธรรมเนียม เช่น ค่าธรรมเนียมแรกเข้า บริการชำระค่าบริการต่างๆ บริการเติมเงินโทรศัพท์มือถือ บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีเป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศวิทู ทิพยศ (2557) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมกายภาพมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรเพิ่มความสำคัญเกี่ยวกับระบบการรักษาความปลอดภัยในการใช้งานของบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยให้มากยิ่งขึ้น

ด้านพนักงานให้บริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรส่งเสริมการสร้างจิตสำนึก รักงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพเต็มใจ ใส่ใจงานบริการตลอด 24 ชั่วโมง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรส่งเสริมการพัฒนาระบบการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของผู้ใช้บริการ ให้สามารถใช้ได้กับสมาร์ทโฟนและคอมพิวเตอร์ทุกรุ่นและสามารถใช้บริการกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกเครือข่าย

ด้านราคา ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรส่งเสริมนโยบายการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยโดยไม่คิดค่าธรรมเนียมแรกเข้า ค่าธรรมเนียมรายปี

การตัดสินใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ

ขั้นตอนการพยายามกลั่นกรองเรื่องราวต่าง ๆ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ อย่างครบถ้วนเพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบข้อมูลในการใช้บริการอย่างเพียงพอ

ขั้นตอนการคิดค้นพัฒนา ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรมีการพัฒนาทางเลือกในการแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคารให้มากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางเลือก ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา เทสโก้โลตัสบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ควรมีการสื่อสารข้อมูลที่สำคัญให้ผู้ใช้บริการทราบหลังการตัดสินใจเลือกทางเลือกของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ของธนาคาร

เอกสารอ้างอิง

กิตติคุณ ทวนสุวรรณ. (2559). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน โรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก).

เกศวิทู ทิพยศ. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน)*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น).

ธธีธ์ธร ธีรขวัญโรจน์. (2556). *การตลาดบริการ.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ปิยพงษ์ ตั้งจิตนาการ. (2559). *สถาบันการเงินในยุคดิจิตอล*. สืบค้น 12 ตุลาคม 2560, จาก https://www.gsb.or.th/getattachment/8d7a5d95-b808-49b4-a871-7f985f1f7d38/2IN_hotissue_Digital_bank_detail.aspx

พรรณี ลีกิจวัฒนะ. (2558). *วิธีการวิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: มีน เซอร์วิสซัพพลาย.

ภัทรา มหามงคล. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).

ภูษิตย์ วงษ์เล็ก. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเฮ้าส์แบรนด์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ กรณีศึกษา บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสท์เทอร์น, 12*(1), 206–207.

รัชนีกร ด่านดำรงรักษ์. (2556). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ SCB Easy Net ของธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภกร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญ ลักษิตานนท์, องอาจ ปทะวานิช, และจิราวัฒน์ อนุชชานนท์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ : Marketing management*. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.

อรษา ทิพย์เที่ยงแท้, และพิภพ วชังเงิน. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์, 8*(มกราคม–มิถุนายน).

Cronbach, Lee. J. (1970). *Essential of psychological testing* (3rd ed.). New York: Harper & Row.

Plunkett, W. R., & Attner, R. F. (1994). *Introduction to management*. New York: Wadsworth.

Simon, Herbert A. (1960). *The new science of management decision.* New York: Harper & Row.