



ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
**THE IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER'S SATISFACTION
OF KBANK ONLINE BANKING IN BANGKOK**

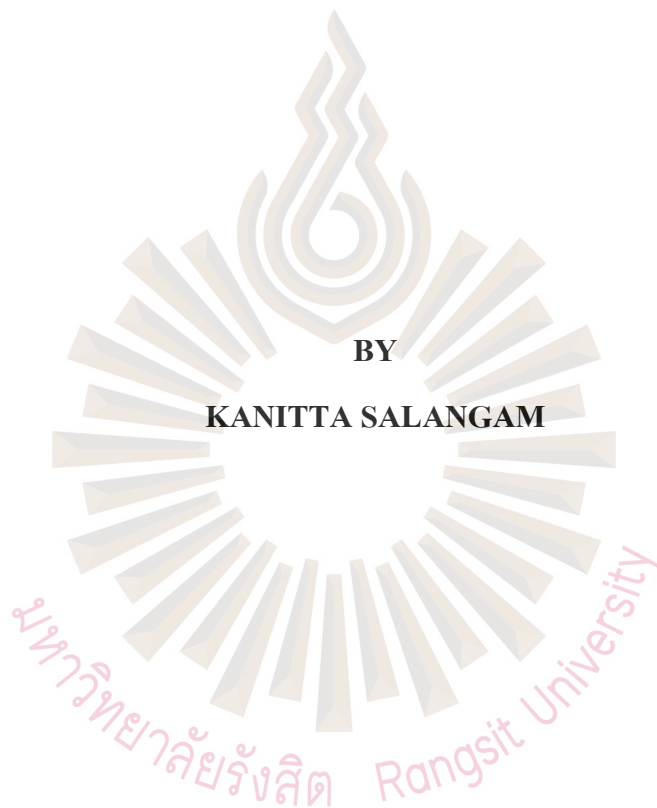


วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2562



**THE IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER'S SATISFACTION
OF KBANK ONLINE BANKING IN BANGKOK**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2019**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

ชนิษฐา ศาลางาม

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2562

ว่าที่ร้อยตรี ดร.ภุชพงศ์ ชาญกิจ
ประธานกรรมการสอบ

ดร.สุมาลี สว่าง
กรรมการ

ดร.วิรัชศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
24 กรกฎาคม 2562

Thesis entitled

**THE IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER'S SATISFACTION
OF KBANK ONLINE BANKING IN BANGKOK**

by

KANITTA SALANGAM

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Business Administration

Rangsit University
Academic Year 2019

Acting sub. Lt Puripat Charnkit, D.B.A.
Examination Committee Chairperson

Sumalee Sawang, D.M.
Member

Veerasak Prasertchuwong, D.M.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

July 24, 2019

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต ซึ่งข้าพเจ้าขอขอบคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และบุคคลอีกหลายฝ่ายที่คอยให้ความช่วยเหลือและการสนับสนุน ทั้งให้คำแนะนำ คำปรึกษา คำติชม และกำลังใจ แก่ข้าพเจ้าขณะดำเนินงานวิจัยเล่มนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร. วีรศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้ความกรุณาและให้ความช่วยเหลือในการให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมถึงยอมเสียสละเวลาตลอดช่วงการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้อง ครบถ้วน รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการเก็บรวบรวมข้อมูล สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน ตลอดจนช่วยเหลือสนับสนุนค่าใช้จ่ายในทุก ๆ ด้าน และเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอมา รวมทั้งบุคคลที่คอยให้การสนับสนุนและคอยให้กำลังใจ ที่ผู้วิจัยไม่อาจกล่าวชื่อได้ครบทุกท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ชนิษฐา ศาลางาม

ผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

5709737 : สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจ; บธ.ม.

คำสำคัญ : ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจ ระบบธุรกรรมออนไลน์

บทนิยาม: ขาดนาม: ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร (THE IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER'S SATISFACTION OF KBANK ONLINE BANKING IN BANGKOK) อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.วีรศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์, 154 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างวิจัย คือ ผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน เช่น แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบสถิติ Independent Sample : t-test, ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test)) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้

ลายมือชื่อนักศึกษา ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ และด้านความเป็นส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (3) ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด และด้านการติดต่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



5709737 : MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION; M.B.A.

KEYWORDS : E-SERVICE QULITY, CUSTOMER'S SATISFACTIO, KBANK
ONLINE BANKING IN BANGKOK

**KANITTA SALANGAM: THE IMPACT OF E-SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER'S SATISFACTION OF KBANK ONLINE BANKING IN BANGKOK.
THESIS ADVISOR: VEERASAK PRASERTCHUWONG, D.M., 154 p.**

The purpose of this research is (1) To study the differences in the demographics of customer in Bangkok will provide the difference perception on customer's satisfaction of kbank online banking in bangkok (2) To study the relationship between electronic service quality (E-S-QUAL) that impacts no customer's satisfaction of kbank online banking in Bangkok (3) To study the relationship between electronic service quality (E-RecS-QUAL) that impacts no customer's satisfaction of kbank online banking in Bangkok. Questionnaires were used as data collection tool. The sample groups were consisted of customer's kbank online banking in Bangkok 400 samples were selected with a multi-stage method. The research analyzed data by using descriptive statistics and inferential statistics such as frequency, percentage, mean, stand deviation, t-test, one-way analysis of variance and multiple regression analysis.

The results of this research show that most respondents were female with age between 26 to 40 years old. Earned a Bachelor degrees, work as a company employees. The average income per month is between 10,001 – 25,000 bath.

The result of testing hypothesis found that: (1) Demographic data factor such as gender, age, education that are difference on personal factors has no significant difference on customer's satisfaction of kbank online banking. Occupation, and average income per month which are provide the significant different on customer's satisfaction of kbank online banking at significant level of 0.05 ($p < 0.05$). (2) Electronic service quality (E-S-QUAL) which are Efficiency, System Availability, Fulfillment, and Privacy had relationship with customer's satisfaction of kbank online banking at significant level of 0.05. (3) Electronic service quality (E-RecS-QUAL) which are

Student's Signature Thesis Advisor's Signature

Responsiveness, Compensation, and Contact had relationship with customer's satisfaction of kbank online banking at significant level of 0.05.



Student's Signature Thesis Advisor's Signature

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญรูป	ญ
บทที่ 1	บทนำ
	1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา
	1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย
	1.3 สมมติฐานการวิจัย
	1.4 ขอบเขตการวิจัย
	1.5 กรอบแนวความคิด
	1.6 นิยามศัพท์
	1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
	2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล
	2.1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์
	2.1.2 องค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์
	2.1.3 คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
	2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
	2.2.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ
	2.2.2 แนวคิดของคุณภาพการให้บริการ
	2.2.3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์	26
2.3.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์	26
2.3.2 แนวคิดของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์	27
2.3.3 แบบจำลองคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์	36
2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ	38
2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจในการใช้บริการ	38
2.4.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ	40
2.4.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ	42
2.4.4 การวัดระดับความพึงพอใจ	43
2.5 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารกสิกรไทย	44
2.5.1 เกี่ยวกับองค์กร	44
2.5.2 เกี่ยวกับระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย	47
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	56
2.6.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล	57
2.6.2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์	59
2.6.3 ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ	62
2.7 สรุปการสังเคราะห์ตัวแปร	65
บทที่ 3	
ระเบียบการวิจัย	68
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	68
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	71
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	75
3.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	76
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	78

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 83
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล	84
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์	86
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ	93
4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร	97
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	98
4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	109
บทที่ 5	สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 110
5.1 สรุปผลการวิจัย	111
5.2 กรอบแนวคิดใหม่	116
5.3 อภิปรายผลการศึกษา	117
5.4 ข้อเสนอแนะ	124
บรรณานุกรม	129
ภาคผนวก	135
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	136
ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)	143
ภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบเครื่องมือความเชื่อมั่นแบบสอบถาม	149
ประวัติผู้วิจัย	154

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	4
1.2	7
2.1	32
2.2	55
2.3	65
3.1	70
3.2	75
4.1	84
4.2	84
4.3	85
4.4	85
4.5	86
4.6	86
4.7	87
4.8	89
4.9	90
4.10	92

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL)	93
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ	94
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด	95
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการติดต่อ	96
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร	97
4.16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน จำแนกด้านเพศ	98
4.17 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันจำแนกด้านอายุ	99
4.18 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันจำแนกด้านระดับการศึกษา	100

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน จำแนกด้านอาชีพ	101
4.20 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) จำแนกด้านอาชีพ	102
4.21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน จำแนกด้านระดับรายได้ต่อเดือน	103
4.22 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 จำแนกด้านระดับรายได้ต่อเดือน	104
4.23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	105
4.24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	107
4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร	109

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1.1 จำนวนบัญชีลูกค้าที่ทำธุรกรรมระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560	2
1.2 ปริมาณรายการธุรกรรมระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560	3
1.3 มูลค่ารายการธุรกรรมระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560	3
1.4 สาขาธนาคารรวมทั้งระบบในปี พ.ศ. 2558-2561	7
1.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	11
2.1 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ	43
2.2 K PLUS Logo ใหม่ แทน Logo เดิม	47
2.3 ตัวอย่างหน้าจอการโอนเงินบน K-Plus	48
2.4 ตัวอย่างการเติมเงินบน K-Plus	48
2.5 ตัวอย่างการจ่ายบิลบน K-Plus	49
2.6 ตัวอย่างการถอนเงินไม่ใช้บัตรบน K-Plus	49
2.7 ตัวอย่างการขอ Statement บน K-Plus	50
2.8 ตัวอย่างการสมัครสินเชื่อบน K-Plus	50
2.9 ตัวอย่างการลงทุนบน K-Plus	51
2.10 ตัวอย่างการสรุปยอดใช้จ่ายบน K-Plus	51
2.11 ตัวอย่างการเพิ่มบัตรสมาชิกบน K-Plus	52
2.12 ตัวอย่างหน้าจอการบริการบัญชีบน K-Cyber	53
2.13 ตัวอย่างหน้าจอการบริการเกี่ยวกับบัตรเครดิตกสิกรไทยบน K-Cyber	53
2.14 ตัวอย่างหน้าจอการโอนเงินบน K-Cyber	54
2.15 ตัวอย่างหน้าจอการชำระค่าสินค้าและบริการบน K-Cyber	54
2.16 ตัวอย่างหน้าจอสื่อกินปลอดภัยบน K-Cyber	55
5.1 กรอบแนวความคิดการวิจัยใหม่	116

บทที่ 1

บทนำ

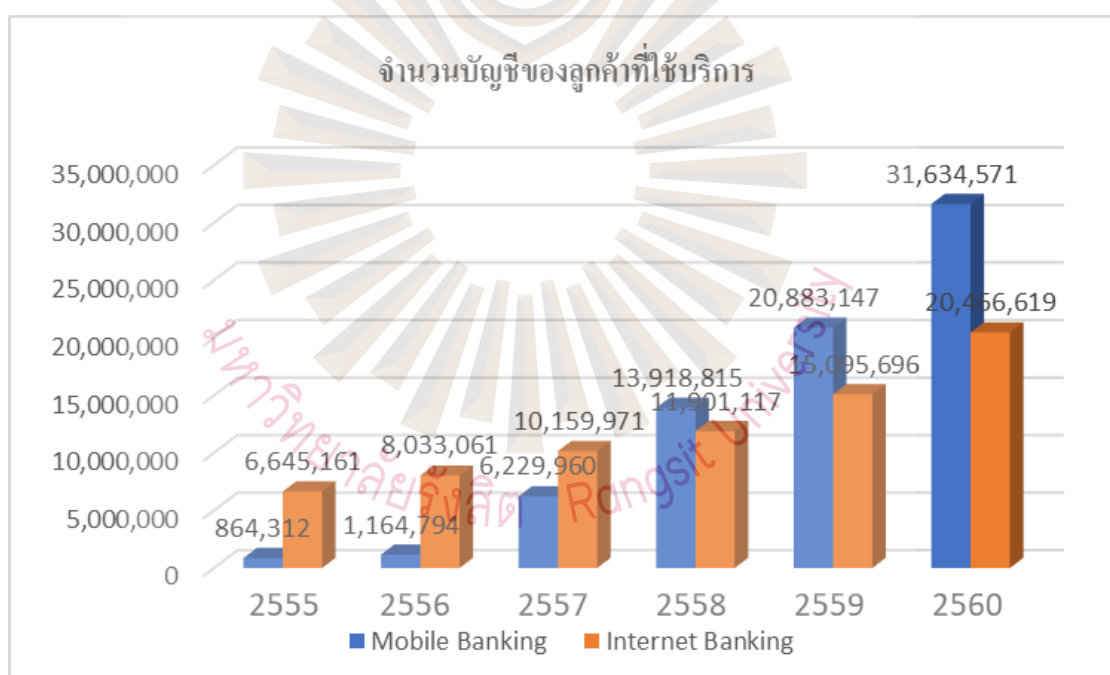
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โลกพัฒนาไปพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงของวันเวลา เมื่อมนุษย์ไม่ชอบการล่าอยู่กับการพัฒนาในด้านต่าง ๆ จึงเกิดขึ้น โลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในทุกด้าน หลังจากการเปลี่ยนแปลงนั้นสิ่งที่เราได้รับก็คือความก้าวหน้าทันสมัย มนุษย์จึงต้องเปิดรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นการพัฒนาตนเองและการอยู่ร่วมกันในสังคมกับคนอื่น ๆ

เทคโนโลยีจึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในชีวิตประจำวัน แผงตัวอยู่ในทุกกิจกรรมของเรา จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของเรา ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับเรา โดยเฉพาะอิทธิพลของคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากที่สุดในทุก ๆ ด้าน ตัวอย่างเช่น คอมพิวเตอร์ เริ่มมีการใช้มากขึ้นในการทำงาน เพราะสามารถจดจำข้อมูลได้เยอะและรวดเร็ว ทำงานได้ตลอดเวลา ลดปริมาณแรงงานของคนได้ ในด้านการศึกษา สามารถทำให้คนที่อยู่ห่างไกลได้รับการศึกษา โดยผ่านดาวเทียม และการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ส่วนคนที่อยู่ในเมืองหรือสามารถรับข้อมูลเหล่านี้ได้ง่ายก็ทำให้ได้รับความสะดวกเพิ่มขึ้นในการเรียนรู้ และการสืบค้นข้อมูลในการศึกษามากขึ้น หลายคนใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีต่อยอดความรู้ความสามารถให้กับตนเอง ในด้านการพาณิชย์ เช่น การฝากเงิน เบิกถอนเงิน โอนเงิน ผ่านตู้ ATM มีความรวดเร็วมากขึ้น การซื้อขายออนไลน์ที่กำลังพลิกผันเศรษฐกิจและสังคมไทยอยู่ในขณะนี้ด้วยเช่นกัน ในด้านการสื่อสาร เช่น การสื่อสารผ่านวิทยุ โทรศัพท์ เคเบิล อินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่อุปกรณ์การเล่น Social ต่าง ๆ ที่เราใช้กันอยู่ในทุกวัน ก็มาจากการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ทำให้ผู้คนในสังคมสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วหลังจากอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนในการใช้ชีวิต บทบาทของธนาคารเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นเช่นกัน โดยธนาคารเองก็ต้องพัฒนา หรือนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมให้บริการน่าสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ซึ่งเป็นธุรกรรม

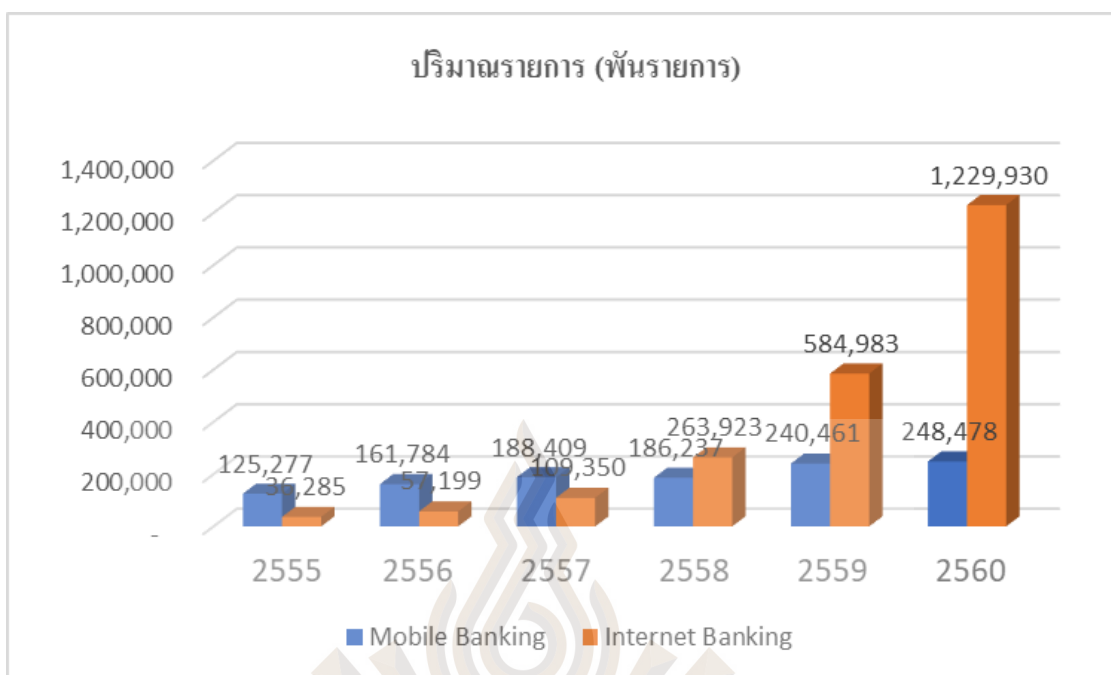
เชิงพาณิชย์ออนไลน์ที่แตกต่างไปจากการบริการเดิมที่ผู้บริโภครสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการให้บริการในหลาย ๆ ด้าน อาทิ การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ การสอบถามยอดเงินคงเหลือ เป็นต้น โดยในอนาคตการให้บริการในด้านอื่น ๆ อีก เพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้บริโภคและจำนวนผู้ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากความสะดวกสบาย และรวดเร็วในการทำธุรกรรม รวมไปถึงการประหยัดทรัพยากรต่าง ๆ อีกด้วย จากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ที่พบว่า สถิติของผู้บริโภคที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อัตราการเติบโตของจำนวนธุรกรรมการเงินผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Banking) และ อินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560

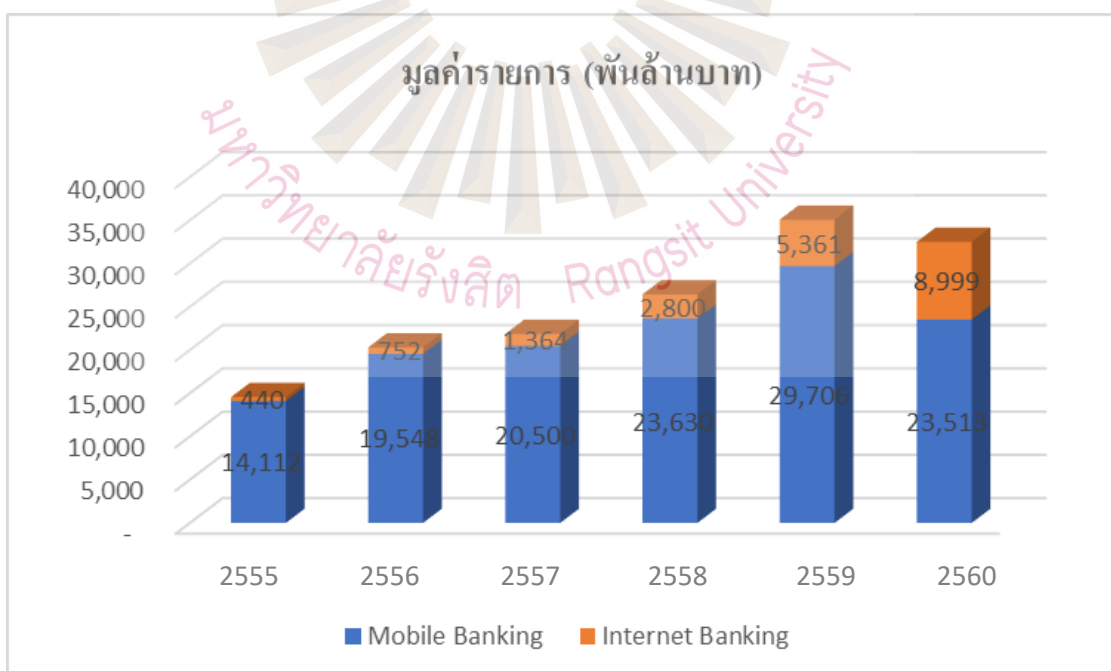


รูปที่ 1.1 จำนวนบัญชีลูกค้าที่ทำธุรกรรมระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560



รูปที่ 1.2 ปริมาณรายการธุรกรรมระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560



รูปที่ 1.3 มูลค่ารายการธุรกรรมระหว่างปี พ.ศ. 2555-2560
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560

จากสถิติข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคในประเทศไทยมีการใช้บริการออนไลน์มากขึ้นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับมาก และในช่วงเดือนมิถุนายน ปี 2559 ที่ ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้มีการเสนอรูปแบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในด้านบริการ โอนเงินและรับ โอนเงินแบบใหม่ที่เรียกว่า “พร้อมเพย์ (Promptpay)” ซึ่งเป็น โครงการที่รัฐบาลพยายามผลักดันภายใต้แผนยุทธศาสตร์ National e-Payment และเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งประชาชนในการ โอนเงิน การจ่ายเงินสวัสดิการของรัฐ การคืนเงินภาษีแก่ประชาชน การจัดทำบัญชีและการเสียภาษีของบริษัทห้างร้านที่ทำธุรกิจในทุกอุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ไปจนถึงผู้ประกอบการรายย่อยแบบเบ็ดเสร็จ รวมไปถึงการใช้จ่ายซื้อสินค้าออนไลน์ หรือชำระเงินค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าสินค้าอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) จุดเด่นของบริการพร้อมเพย์ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้นำเสนอ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคมาใช้บริการ คือ การฟรีค่าธรรมเนียมการ โอนเงินระหว่างบุคคลในระบบพร้อมเพย์ในจำนวนที่กำหนดไว้ ซึ่งส่งผลให้เกิดแรงผลักดันในการแข่งขันทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ธนาคารขนาดใหญ่หลายแห่งต่างออกมาประกาศโปรโมชันฟรีค่าธรรมเนียมการทำธุรกรรมผ่าน Internet Banking และ Mobile Banking ออกมาแข่งขันกันอย่างดุเดือด จนถึงตอนนี้เรียกว่าแทบทุกธนาคารแล้วที่ประกาศยกเลิกค่าธรรมเนียม ทั้ง โอนเงินต่างธนาคาร โอนเงินข้ามเขต การเติมเงิน และการจ่ายบิล

ตารางที่ 1.1 สรุปฟรีค่าธรรมเนียมผ่านธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารต่าง ๆ (วันที่ 9 เมษายน 2561)

ธนาคาร	บริการฟรี ไม่จำกัดจำนวนครั้ง	ช่องทางที่ให้บริการฟรี	ระยะเวลา
ไทยพาณิชย์	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิลค่าสินค้าและบริการ - เติมเงินมือถือทุกค่าย - กดเงินไม่ใช้บัตรทั่วประเทศ	- Easy Net - Easy App	ไม่มีกำหนด
กสิกรไทย	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิลค่าสินค้าและบริการ - เติมเงินทุกประเภท	- K Plus - K Plus SME - K-Cyber - K-Cyber SME	ไม่มีกำหนด

ตารางที่ 1.1 สรุปฟรีค่าธรรมเนียมผ่านธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารต่าง ๆ (วันที่ 9 เมษายน 2561)
(ต่อ)

ธนาคาร	บริการฟรี ไม่จำกัดจำนวนครั้ง	ช่องทางที่ให้บริการฟรี	ระยะเวลา
กรุงไทย	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิลค่าสินค้าและบริการ - เดิมเงิน	- KTB netback	ถึง 31 ธันวาคม 2561
กรุงเทพ	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิลค่าสินค้าและบริการ - เดิมเงิน	- Bualuang iBanking - Bualuang mBanking	ไม่มีกำหนด
ทหารไทย (เฉพาะบัญชี TMB ALL FREE)	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล - เดิมเงิน - กดเงินจากตู้ ATM ข้าม ธนาคารข้ามเขต	- TMB Touch - TMB Internet Banking - ATM	ไม่มีกำหนด
กรุงศรีอยุธยา (เฉพาะบัญชี ออม ทรัพย์จัดให้)	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล - เดิมเงิน - กดเงินจากตู้ ATM ข้าม ธนาคารข้ามเขต	- Krungsri Mobile App - Krungsri Online - Krungsri BIZ Online - ATM	ไม่มีกำหนด จ่ายบิลผ่าน ช่องทาง ดิจิทัลรับเงิน คืน 5 บาท/ บิล สูงสุด 30 บาทต่อเดือน ถึง 31 ก.ย 61
แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล , เดิมเงิน	- LH Bank M Choice - LH Bank Speedy	ถึง 31 ธันวาคม 2561

ตารางที่ 1.1 สรุปฟรีค่าธรรมเนียมผ่านธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารต่าง ๆ (วันที่ 9 เมษายน 2561)
(ต่อ)

ธนาคาร	บริการฟรี ไม่จำกัดจำนวนครั้ง	ช่องทางที่ให้บริการฟรี	ระยะเวลา
เกียรตินาคิน	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล - เดิมเงิน	- KK e-Banking - KK e-Banking @PhatraEdge	ไม่มีกำหนด
ธนชาต	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล - เดิมเงิน - ATM (สำหรับบัญชีฟรี เวอร์ไลท์)	- Thanachart i-Net - Thanachart Connect	ไม่มีกำหนด
ออมสิน	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล - เดิมเงิน - กคเงินไม่ใช้บัตร	- Mobile Banking (MyMo) - Internet Banking	ไม่มีกำหนด
อาคารสงเคราะห์	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล	- เคาน์เตอร์ธนาคาร - ATM - Internet Banking	ไม่มีกำหนด
เพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร	- โอนเงินข้ามเขต - โอนเงินต่างธนาคาร - จ่ายบิล	- ธ.ก.ส. A-Mobile	ไม่มีกำหนด

ที่มา : กระปุกดอทคอม, 2561

เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2561 นายพัชร สมะลาภา กรรมการผู้จัดการ ธนาคารกสิกรไทย กล่าวว่า หลังการประกาศยกเลิกค่าธรรมเนียม โอน จ่ายบิล เดิมเงิน ส่งผลให้ธุรกรรมทางการเงินบนแอปพลิเคชัน K PLUS ที่มีผู้ใช้งานกว่า 8.1 ล้านราย ได้รับความนิยมสูงสุด โดยพบว่า เมื่อต้นเดือนเมษายนที่ผ่านมา มีลูกค้าใหม่สมัครใช้แอป K PLUS เพิ่มขึ้น 37% เมื่อเทียบกับเดือนเมษายนปีก่อน

ผ่านช่องทางสาขาที่เป็นช่องทางหลัก โดยเฉพาะสาขาในต่างจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม แหล่งท่องเที่ยว และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โดยมีจำนวนการทำธุรกรรมทุกประเภทผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS และระดับสูงสุดถึง 20 ล้านรายการต่อวัน หรือเพิ่มขึ้น 2.5 เท่าเมื่อเทียบกับเดือนเมษายนปีก่อน

ตารางที่ 1.2 จำนวนการทำธุรกรรมทุกประเภทผ่านแอปพลิเคชัน K PLUS

ประเภทบริการของ K PLUS	ปริมาณการใช้บริการเพิ่มขึ้น
โอนเงินต่างธนาคารแบบทันที (ORFT)	63 %
เติมเงินและจ่ายบิลค่าสินค้าและบริการ	26 %

ที่มา : กรุงเทพมหานคร, 2561

จากการปรับตัวของระบบเทคโนโลยีที่พัฒนาให้ผู้บริโภคสามารถโอนเงินและทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและมีถือมากขึ้น อีกทั้งการยกเลิก ค่าธรรมเนียมช่องทางดิจิทัลทำให้อัตราการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รอบ 4 ปีที่ผ่านมาธนาคารต่าง ๆ ทอยปิดสาขาลงไป จากปลายปี 2558 ที่อยู่ 7,061 สาขา จนถึงเดือนพ.ย. 2561 สาขาธนาคารทั้งระบบอยู่ที่ 6,734 สาขา ลดลงกว่า 327 สาขา โดยธนาคารที่ปิดสาขามากที่สุดได้แก่ ธนาคารกสิกรไทย (KBank) ปิดสาขาลงไป 136 สาขา ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB) ปิดไป 100 สาขา ธนาคารกรุงไทย (KTB) ปิดสาขาลงไป 94 สาขา



รูปที่ 1.4 สาขารวมทั้งระบบในปี พ.ศ. 2558-2561

ที่มา : แบรินด์อินไซด์, 2561

เนื่องจากพฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนไป ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องพัฒนา รูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันจึง ได้มีการปรับตัวอย่างสูง โดยธนาคารพาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาฟังก์ชันต่าง ๆ ผ่าน Mobile Banking Application ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ช่องทาง Mobile Banking มีการเติบโตอย่างสูงและมี แนวโน้มที่เติบโตมากขึ้นในอนาคต โดยแอปพลิเคชันที่ถูกออกแบบเพื่อให้สามารถใช้งานได้บน สมาร์ทโฟนที่ช่วยรองรับการทำธุรกรรมทางการเงินให้มีความง่าย สะดวก และรวดเร็วมากขึ้น ซึ่ง ในปัจจุบันได้มีธนาคารพาณิชย์ได้แข่งขันและพัฒนา Mobile Banking Application ให้สอดคล้องกับ พฤติกรรมลูกค้า เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจในการบริการสูงสุด

งานวิจัยในต่างประเทศพบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำ ธุรกรรมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต คือ คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ ผู้บริหารสามารถควบคุม และพัฒนาได้ เช่น งานวิจัยในประเทศอินเดีย และ ปากีสถาน พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Mohsin, Arshad, Saleem, & Kashif, 2010; Vivek, Vikas, & Nitin, 2014)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มี ผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยใน เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของลูกค้าในการใช้บริการ และศึกษาถึงระดับคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบ ธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย เพื่อให้ผลการวิจัยนั้นเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยต่อไปในอนาคต ให้ตรงกับ ความต้องการของลูกค้ามากขึ้น รวมทั้งศึกษาปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ และคิดค้นบริการใหม่ๆ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผล ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ที่แตกต่างกัน

1.3.2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ ด้านความเป็นส่วนตัว ที่มีความสัมพันธ์กันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

1.3.3 ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด ด้านการติดต่อ ที่มีความสัมพันธ์กันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” มีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ในที่นี้จะประกอบ ด้วย

ตัวแปรที่เกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา

4) อาชีพ

5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

1) ด้านประสิทธิภาพ

2) ด้านความสามารถของระบบ

3) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ

4) ด้านความเป็นส่วนตัว

ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้ บริการ (E-RecS-QUAL)

1) ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ

2) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด

3) ด้านการติดต่อ

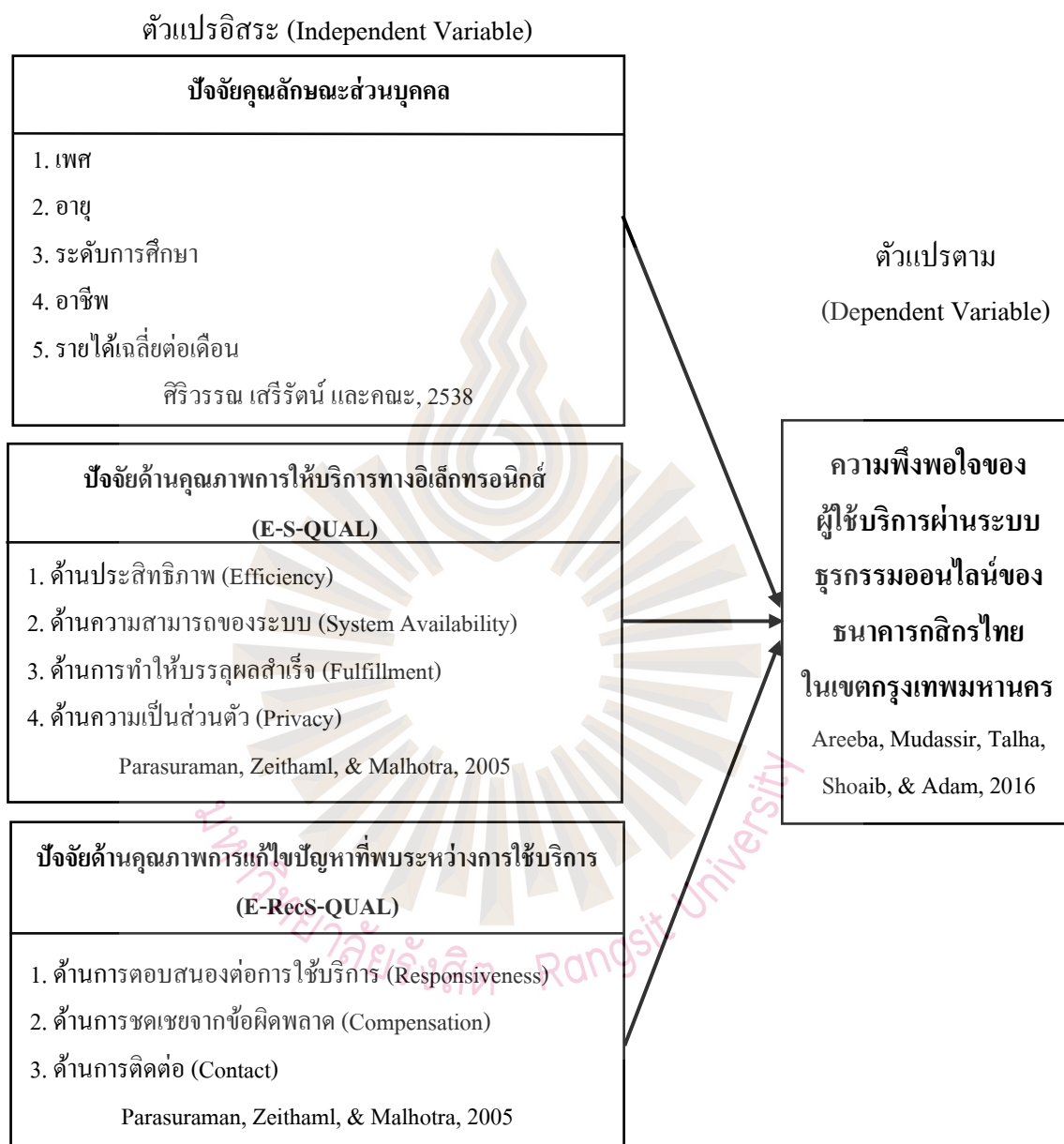
ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ในที่นี้ คือ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไปซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารได้ด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บแบบสอบถามจนกระทั่งได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน (Yamane, 1973)

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่ในการเก็บข้อมูล คือ ได้กำหนดกรอบการเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เขตกรุงเทพมหานครชั้นใน 2) เขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง และ 3) เขตกรุงเทพมหานครชั้นนอก (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพฯ, 2561)

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลาระยะเวลาที่ทำการวิจัยอยู่ในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยทำการดำเนินงานวิจัยนี้ ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2561 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2562

1.5 กรอบแนวความคิด



รูปที่ 1.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร”

ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

- 1) เพศ หมายถึง ลักษณะสิ่งบุคคลของผู้ใช้บริการ แบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง
- 2) อายุ หมายถึง อายุของผู้ใช้บริการนับจากปีเกิดจนถึงปีที่ตอบแบบสอบถาม
- 3) ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้ใช้บริการ
- 4) อาชีพ หมายถึง ลักษณะงานของผู้ใช้บริการ
- 5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน หมายถึง รายรับของผู้ใช้บริการที่เป็นเงินต่อเดือน โดยได้รับจากผู้ปกครอง หรือรายได้ที่มาจากการทำงาน

อินเทอร์เน็ต หมายถึง ระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งเกิดจากการเชื่อมต่อระบบคอมพิวเตอร์เครือข่ายหลายเครือข่ายรวมตัวกันเป็นระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ จึงทำให้เกิดความสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไปได้ทั่วโลกเหมือนเป็นโลกที่ไร้พรมแดน

ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทางมือถือ

ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) หมายถึง การทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ของธนาคาร โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น

ระบบธุรกรรมออนไลน์ หมายถึง การทำธุรกรรมต่าง ๆ กับธนาคาร โดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การฝากเงิน ถอนเงิน โอนเงิน หรือ สอบถามยอดเงิน

คุณภาพ หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ อำนวยความสะดวกต่อการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ ให้เหมาะสมถูกต้องตามมาตรฐาน ตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการให้เป็นที่น่าประทับใจ

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ที่เคยใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์

การใช้บริการ หมายถึง การดำเนินการกิจกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล

ความพึงพอใจในการใช้บริการ หมายถึง ความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างยุติธรรมและตรงต่อความคาดหวังของลูกค้า

ความพึงพอใจในการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการทางด้านธุรกิจต่าง ๆ มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงและการใช้บริการบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์ทางวิชาการ

1) เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านวิชาการ ในเรื่องของคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์

1.7.2 ประโยชน์ทางต่อธุรกิจและองค์กร

1) นำข้อมูลจากผลการศึกษาความแตกต่างทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ กำหนดวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกับผู้ให้บริการ

2) นำข้อมูลจากผลการศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ มาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงระบบธุรกรรมออนไลน์ ให้ตอบสนองความต้องการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด

3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและกำหนดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดคุณภาพที่ดีและเกิดความประทับใจในการใช้บริการ อีกทั้งเพื่อขยายฐานผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ให้มีเพิ่มมากขึ้น

4) เพื่อเป็นประโยชน์แก่สถาบันการเงินในการนำผลการวิจัยดังกล่าวมาเป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปรับปรุงระบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจและความต้องการของผู้ใช้บริการมากขึ้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นองค์ความรู้ในการศึกษาวิจัยโดยนำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล
 - 2.1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์
 - 2.1.2 องค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์
 - 2.1.3 คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
 - 2.2.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ
 - 2.2.2 แนวคิดของคุณภาพการให้บริการ
 - 2.2.3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์
 - 2.3.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์
 - 2.3.2 แนวคิดของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์
 - 2.3.3 แบบจำลองคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ
 - 2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจในการใช้บริการ
 - 2.4.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ
 - 2.4.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ
 - 2.4.4 การวัดระดับความพึงพอใจ
- 2.5 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารกสิกรไทย
 - 2.5.1 เกี่ยวกับองค์กร

2.5.2 เกี่ยวกับระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

2.6.2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

2.6.3 ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL)

2.7 สรุปการสังเคราะห์ตัวแปร

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล (ประชากรศาสตร์)

2.1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึงวิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากร ทั้งนี้เพราะคำว่า “Demo” หมายถึง “People” ซึ่งแปลว่า “ประชาชน” หรือ “ประชากร” ส่วนคำว่า “Graphy” หมายถึง “Writing Up” หรือ “Description” ซึ่งแปลว่า “ลักษณะ” ดังนั้น เมื่อแยกพิจารณาจากรากศัพท์ คำว่า “Demography” จะมีความหมายตรงที่กล่าวข้างต้น คือ วิชาที่เกี่ยวกับประชากรนั่นเอง (ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์ และณรงค์ เทียนส่อง, 2521)

2.1.2 องค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์

องค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น องค์ประกอบเหล่านี้ถือเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด องค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะสำคัญและเป็นสถิติที่วัดได้ของประชากรซึ่งสามารถช่วยกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายได้ง่ายกว่าตัวแปรอื่น ๆ โดยองค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์มีดังนี้

1) เพศ (Sex) ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และประชากรเพศหญิง (Female) เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล ซึ่งสถานะเพศที่แตกต่างกันย่อมส่งผลในพฤติกรรม ความคิดที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของแต่ละเพศไว้แตกต่างกัน เช่น การวิจัยทางจิตวิทยา ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ชายมีความแตกต่างในเรื่องความคิด ทักษะคิด และ

ค่านิยม เพราะสังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดบทบาทและหน้าที่ของเพศสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนจิตใจอ่อนไหว เจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนี้ งานวิจัยยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชายซึ่งส่วนมากผู้ชายนั้นจะใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง ดังนั้นเพศชายและเพศหญิงย่อมมีความแตกต่างอย่างมากในเรื่อง ค่านิยม ความคิด และทัศนคติ ดังนั้นเพศจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งผลต่อการวิเคราะห์ข้อมูล และกระบวนการในการรับรู้ ข่าวสารและนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

2) อายุ (Age) เป็นคุณลักษณะทางประชากรที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม ทัศนคติ และการดำเนินชีวิต ในแต่ละช่วงอายุ โดยอายุเป็นคุณลักษณะที่สำคัญในการศึกษาและวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์ อายุจะทำหน้าที่และบทบาทที่แสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นการบ่งชี้ถึงความสามารถในการหาความรู้ ความเข้าใจในส่วนของมูลข่าวสารเนื้อหาและถึงการรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้มากน้อยแตกต่างกัน อายุจะทำหน้าที่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่าง ๆ รอบตัว เช่น เรื่องข่าวสารการเมือง ความสนุกสนานในการใช้ชีวิต การเตรียมสร้างความมั่นคงและการวางแผนในอนาคต นอกจากนี้อายุก็จะสามารถชี้ให้เห็นถึงอารมณ์ ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกตามกลุ่มคนที่มีวัยต่างกัน อันเนื่องมาจากกระบวนการทางด้านร่างกาย ความคิด รวมถึงการตัดสินใจที่ได้ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่ผ่านมาที่จะส่งผลต่อการควบคุมสภาวะทางอารมณ์ และกระบวนการคิดของแต่ละช่วงอายุของบุคคลนั้น วัยที่ต่างกันย่อมมีประสบการณ์ในชีวิตแตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำให้มีพฤติกรรม ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ย่อมแตกต่างกัน

3) การศึกษา (Education) การศึกษาในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา และ ที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต เป็นลักษณะอีกด้านที่มีอิทธิพลในฐานะผู้รับสาร ดังนั้นระดับการศึกษาที่แตกต่างกันในระบบการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์สนิยม และความต้องการที่แตกต่างกัน หมายถึงคนที่มีการศึกษาในระดับสูงย่อมมีข้อได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะบุคคลเหล่านี้มีความรู้ ความเข้าใจในหลายเรื่องเป็นอย่างดี และบุคคลเหล่านี้เป็นบุคคลที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ เปลี่ยนแปลงความคิดยาก หากไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลมาสนับสนุนอย่างเพียงพอ ซึ่งโดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาค่ำมักจะใช้สื่อประเภทโทรทัศน์ วิทยุ และภาพยนตร์ ดังนั้นการศึกษาจึงบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับ

การศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้

4) สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status) หมายถึง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส และสถานภาพในสังคมซึ่งมีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกัน อย่างไรก็ตามตัวแปรเรื่องอาชีพก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ กล่าวคืออาชีพของแต่ละบุคคลจะทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น ซึ่งหมายความว่า คนที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมี แนวคิด พฤติกรรม ความคิด อุดมการณ์ และค่านิยมที่แตกต่างกันไป เช่นคนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติของความเป็นข้าราชการ และในขณะที่คนที่ทำงานธุรกิจเอกชนอาจจะคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองเพื่อรักษาสถานภาพในสังคม เป็นต้น (วรรษยา ชีรวนิชย์ไชยกุล, 2556)

ตลอดจนภูมิหลังและวัฒนธรรมของครอบครัวต่างกัน ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้มีความคิด ค่านิยม ทักษะ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม จึงเป็นเรื่องชี้วัดถึงเรื่องที่ถูกกลุ่มที่สนใจเลือกรับข่าวสาร และสนใจที่จะรับรู้ในเรื่องใดตามสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่ แตกต่างกัน ทั้งเรื่อง รายได้ อาชีพ รวมไปถึงสถานภาพสมรสก็มีผลต่อการรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว รายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญแสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสารผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่ประ โยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) ดังนั้นผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากและมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวหนักๆ เช่น อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมืองปัญหาสังคม และเศรษฐกิจ เป็นต้น

5) ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสาร ทั้งทางด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมโดยศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตคนตลอดทั้งชีวิต อิทธิพลของศาสนาที่มีต่อบุคคลประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศีลธรรม คุณธรรม ความเชื่อทางจรรยาของบุคคล ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์ไว้ดังนี้

1) อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของส่วนตลาด นักการตลาดได้ค้นหาความต้องการของบุคคลของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2) เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ นักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมาจากผู้หญิงที่ทำงานมีมากขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อการทำงานของสินค้ากลุ่มนี้มาก ผู้หญิงที่ทำงานไม่มีเวลาดูโทรทัศน์ ไม่มีเวลาไปเลือกซื้อสินค้า หรือฟังวิทยุ ผู้โฆษณาอาจใช้นิตยสารเพื่อเข้าถึงตลาดกลุ่มนี้ พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง คือ ผู้ชายไปเลือกซื้อสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ตแทน

3) ลักษณะครอบครัว (Marital Status) ในอดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่งและยังสนใจในการพิจารณาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีความร่ำรวยแต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางและรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจถือเกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม ค่านิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยมากนักการตลาดจะโยกเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่นกลุ่มรายได้สูงที่มีอายุต่าง ๆ ถือว่าใช้เกณฑ์รายได้ร่วมกับเกณฑ์อายุ เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้กันมากขึ้น เกณฑ์รายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับอายุและอาชีพพร้อมกัน

2.1.3 คุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

Paul and Madden (1977) ได้แบ่งคุณลักษณะทางประชากรออกเป็น 2 ลักษณะ ทั้งในความหมายแคบที่จำแนกตามกลุ่มอายุและเพศ เป็นต้น และทั้งในความหมายกว้างโดยมีการพิจารณาแยกตามสถานภาพการสมรส ความหนาแน่นของประชากร การกระจายตัว รวมทั้งคุณลักษณะที่แตกต่างกันตามเศรษฐกิจสังคมของประชากร บุคคล หรือกลุ่มบุคคลนั้น ๆ ทั้งนี้ 2 ลักษณะดังกล่าวประกอบด้วย

1) คุณลักษณะทางชีวสังคม (Biosocial Characteristics) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องตามชีววิทยา (Biological) หรือองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Component) ดังนั้น จึงเป็นคุณลักษณะที่ติดมากับตัวหรือเป็นมาตั้งแต่เกิด คุณลักษณะทางชีวภาพดังกล่าว ประกอบด้วย อายุ เพศ เชื้อชาติ และจริยธรรมจรรยา เป็นต้น ทั้งนี้คุณลักษณะสามประการแรกเป็นองค์ประกอบทางชีววิทยา ในขณะที่จริยธรรมจรรยามีพื้นฐานมาจากมรดกวัฒนธรรม

2) คุณลักษณะทางสังคมวัฒนธรรม (Socio Cultural Characteristics) อาจใช้เป็นตัวบอกลำดับชั้นทางสังคมของแต่ละบุคคล ดังนั้น ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมนี้จึงแตกต่างจากปัจจัยทางชีวสังคม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงได้ ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย สถานภาพการสมรส รูปแบบความเป็นอยู่ โครงสร้างครอบครัว รายได้ การศึกษา ตลอดจนอาชีพและสถานภาพการทำงาน นอกจากนี้การนับถือศาสนา รูปแบบคุณลักษณะบ้านเรือนที่อยู่อาศัย และรูปแบบชุมชนในบางครั้งก็จัดอยู่ในปัจจัยนี้เช่นกัน

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

2.2.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

จากที่ได้ศึกษาถึงความหมายของคุณภาพการให้บริการนั้น มีนักวิชาการได้อธิบายไว้หลากหลายซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

Gronroos (1982); Parasuraman et al. (1988); Smith and Houston (1982) ได้อธิบายและให้ความหมายเชิงปฏิบัติการไว้ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้

Lewis and Bloom (1983) ได้ให้คำนิยามของ คุณภาพการให้บริการ ว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการ ที่ส่งมอบโดยผู้ให้บริการ ต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการ บนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

Parasuraman et al. (1985) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมิน หรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยชี้ให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพ การให้บริการ ตามการรับรู้ของผู้บริโภค เป็นไปในรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวัง และการบริการตามที่รับรู้ ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงไร ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้น หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ หรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวัง หรือการไม่เป็นไปตามความหวัง (Confirm or Disconfirm Expectation) ของผู้บริโภคนั่นเอง

Zeithaml et al. (1990) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการ ที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ หากผู้ให้บริการรายใด สามารถที่จะให้บริการ ที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าว เกิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจให้บริการ คุณภาพของบริการ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพอใจ ถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

2.2.2 แนวคิดของคุณภาพการให้บริการ

จากที่ได้ศึกษาถึงแนวคิดของคุณภาพการให้บริการนั้น มีนักวิชาการได้อธิบายไว้หลากหลายซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

แนวความคิดของ Parasuraman et al. (1985) เกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการจากการศึกษาพบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality) กับ “บริการที่รับรู้” (Perceived Service) ซึ่งก็คือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ดังกล่าวนั้น

Parasuraman et al. (1990) ได้กำหนดมิติที่จะใช้วัดคุณภาพในการให้บริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ 10 ด้าน มีมาตรวัดความพึงพอใจของการบริการ รวม 22 คำถามด้วยกันซึ่งได้รับความนิยมน้อยกว่าหลายในอุตสาหกรรมบริการ มีดังต่อไปนี้

มิติที่ 1 ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็น หรือจำเป็นต้องใช้ในการบริการ

มิติที่ 2 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่เป็นไปตามคำมั่นสัญญาได้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง

มิติที่ 3 การสนองตอบลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การที่องค์กรที่ให้บริการ แสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการอย่างเต็มที่ ทันทีทันใด

มิติที่ 4 สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ

มิติที่ 5 ความมีไมตรีจิต (Courtesy) หมายถึง มีอัธยาศัยนอบน้อม มีไมตรีจิตที่เป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และมีความเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติการให้บริการ

มิติที่ 6 ความน่าเชื่อถือ (Creditability) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น ด้วยความซื่อตรงและสุจริตของผู้ให้บริการ

มิติที่ 7 ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่บริการปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัย หรือปัญหาต่าง ๆ

มิติที่ 8 การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวก ไม่ยุ่งยาก

มิติที่ 9 การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และการสื่อความหมาย

มิติที่ 10 การเข้าใจลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Understanding of Customer) ในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ

ต่อมาภายหลัง ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL ได้รับการทดสอบซ้ำ และนักวิชาการได้นำหลักวิชาสถิติ เพื่อพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวัดการรับรู้คุณภาพในการบริการ ของผู้รับบริการ และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถแบ่งมิติได้เป็น 5 มิติหลักและยังคงมีความสัมพันธ์กับมิติของคุณภาพให้บริการทั้ง 10 ประการ SERVQUAL ทำการปรับปรุงใหม่ จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิม ให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย มิติหลักประกอบด้วย

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ ที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกลำเสนอออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับทางผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้ง จะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้ จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้น มีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่า ผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

SERVQUAL ได้รับความนิยมนำมาใช้เพื่อศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอย่างกว้างขวาง ซึ่งองค์การต้องการทำความเข้าใจต่อการรับรู้ของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายตามความต้องการในบริการที่เขาต้องการ และเป็นเทคนิคที่ให้วิธีการวัดคุณภาพในการให้บริการขององค์การ นอกจากนี้ ยังสามารถประยุกต์ใช้ SERVQUAL สำหรับการทำความเข้าใจกับการรับรู้ของบุคลากรต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้เกิดการพัฒนา การให้บริการประสบผลสำเร็จ

2.2.3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ

จากการศึกษาวิจัย และผลงานเขียนของนักวิชาการจำนวนมาก เห็นสอดคล้องกันว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ ประกอบไปด้วย

1) ความคาดหวังกับคุณภาพการให้บริการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ กล่าวได้ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้รับบริการ เกี่ยวกับการบริการที่เขาจะได้รับ เมื่อเขาไปใช้บริการ จากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน ได้เสนอให้เห็นว่า ความคาดหวังในเรื่องคุณภาพการให้บริการนี้มีระดับที่แตกต่างกันออกไป โดยยึดเอาเกณฑ์การพิจารณาความพึงพอใจ ที่ได้รับจากการบริการกล่าวคือ ในระดับต้น หากผู้รับบริการไม่พึงพอใจ แสดงว่า มีคุณภาพในการบริการ และระดับที่สามหากผู้รับบริการมีความประทับใจ ย่อมแสดงว่าการให้บริการนั้น มีคุณภาพสูงหรือคุณภาพในการให้บริการสูง

2) ความคาดหวัง เป็นแนวคิดสำคัญที่ได้รับการนำมาใช้สำหรับการศึกษาพฤติกรรม ของผู้บริโภค และคุณภาพการให้บริการ Parasuraman et al. (1988) ซึ่งได้เสนอตัวแบบ SERVQUAL เพื่อศึกษาคุณภาพ การให้บริการ จากความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการที่เขาได้รับ โดยเสนอความเห็น ไว้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความปรารถนา หรือความต้องการของผู้บริโภค โดยความคาดหวังของบริการนี้ ไม่ได้นำเสนอถึงการคาดการณ์ว่า ผู้ให้บริการอาจจะให้บริการอย่างไร แต่เป็นเรื่องที่พิจารณาว่า ผู้ให้บริการควรให้บริการอะไรมากกว่า โดยสรุปแล้ว ความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นการแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่จะได้รับบริการจากหน่วยงานหรือองค์การที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ ย่อมมีระดับ ที่แตกต่างกันไป มากบ้างน้อยบ้าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล การได้รับคำบอกเล่า ประสบการณ์ที่ผ่านมา เป็นต้น และความคาดหวังของผู้รับบริการนี้ หากได้รับการตอบสนอง หรือได้รับบริการที่ตรงตามคาดหวังแล้ว ก็ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพให้บริการ

ของผู้ให้บริการ ในงานวิจัยหลายชิ้น นอกจากจะศึกษาการรับรู้ในคุณภาพในการให้บริการแล้ว ยังมี การศึกษาความคาดหวังในการบริการ เพื่อสะท้อนถึงคุณภาพในการให้บริการกันอย่างกว้างขวาง เช่นเดียวกัน

Parasuraman et al. (1990) ได้เสนอมุมมองของการพิจารณาคุณภาพในการให้จาก ความคาดหวัง (Expectation) ของผู้รับบริการอีกด้วย นักวิชาการได้กล่าวไว้ว่า โดยทั่วไปนั้น ความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อบริการหนึ่งบริการใด ย่อมเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการประกอบกัน หรือเป็นตัวกำหนด จะปัจจัยเช่นนั้น ก็กำหนดความคาดหวังของผู้รับบริการ นอกเหนือไปจากการรับรู้ ซึ่งจะเห็นได้จากที่ผู้วิจัยได้นำเสนอว่า คุณภาพในการให้บริการ เป็นความแตกต่างของบริการที่ได้รับจริงกับบริการที่คาดหวังนั่นเอง ในประการนี้ Parasuraman et al. ได้กำหนดปัจจัย ที่เป็นตัวกำหนดความคาดหวังของผู้รับบริการไว้ 4 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 การบอกแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Communication) ความคาดหวังที่เกิดจากการบอกเล่าปากต่อปาก หมายถึง ความคาดหวังที่เกิดจากคำบอกเล่าที่รับทราบจากคำแนะนำของเพื่อน หรือญาติสนิทที่เคยไปรับบริการในสถานที่แห่งนั้นมาก่อน และพบว่ามีการให้บริการเป็นอย่างดี อันทำให้ผู้ฟังเกิดความหวังที่จะได้รับบริการเช่นนั้น

ประการที่ 2 ความต้องการส่วนบุคคล (Customer's Personal Needs) ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่ทำให้ระดับความคาดหวังของบุคคล อยู่ในระดับที่ลดลงจากเดิมก็ได้

ประการที่ 3 ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) เป็นความคาดหวัง อันเกิดจากประสบการณ์ในอดีต มีส่วนเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ด้านการบริการที่เคยได้รับ และมีอิทธิพลต่อความคาดหวังในปัจจุบันของผู้รับบริการ ทั้งนี้ประสบการณ์นั้น อาจจะเป็นประสบการณ์ ที่สร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจก็ได้

ประการที่ 4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (External Communication) เป็นความคาดหวังที่เกิดจากการติดต่อสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวผู้รับบริการ ซึ่งเป็นทั้งการสื่อสารทางตรง และการสื่อสารทางอ้อม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการ เช่น ตรงต่อเวลา การให้บริการด้วยความจริงใจ เป็นต้น

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์

2.3.1 ความหมายของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์

จากที่ได้ศึกษาถึงความหมายของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์นั้น มีนักวิชาการได้อธิบายไว้หลากหลายซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

Gronroos (1982) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ไว้ว่าเป็นตัวชี้วัดระดับการให้บริการที่ทำการส่งมอบให้แก่ลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยจะต้องปราศจากข้อบกพร่อง สามารถจำแนกเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1) คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) เป็นผลลัพธ์หรือสิ่งที่ได้รับจากบริการนั้น ๆ เช่น การประเมินคุณภาพการให้บริการของผลิตภัณฑ์
- 2) คุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เป็นการประเมินกระบวนการของการให้บริการ

Santos (2003) ได้ให้ความหมายคำว่า บริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Services หรือ E-Service) คือ บริการรูปแบบใหม่บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านธุรกิจต่าง ๆ มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงและการใช้บริการ มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาเกี่ยวกับลูกค้า มีกระบวนการส่งเสริมลูกค้า จัดเป็นการสร้างนวัตกรรมความรู้ในการบริการอิเล็กทรอนิกส์รูปแบบใหม่ ๆ

Parasuraman et al. (2005) ได้ให้ความหมายคำว่า คุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) คือ การใช้เว็บไซต์ในการอำนวยความสะดวกอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการซื้อขายส่งผ่านผลิตภัณฑ์และบริการ คำว่าประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะถูกประเมินผ่านคุณภาพบริการที่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า คุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) หมายถึงความสามารถในตอบสนองความต้องการทางด้านธุรกิจต่าง ๆ มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงและการใช้บริการบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2.3.2 แนวคิดของคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์

จากการเพิ่มขึ้นของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ความสำคัญของการวัดผล และคุณภาพการตรวจสอบที่ได้รับความนิยมและการยอมรับมากขึ้นในภาคธุรกิจ การวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์จึงต้องมีความเหมาะสมกับบริบทการบริการที่เปลี่ยนแปลงไปจึงเริ่มมีงานวิจัย ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาระบบการวัดคุณภาพการบริการในธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

Yoo and Donthu (2001) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มี 4 มิติเรียกว่า SITEQUAL เพื่อวัดคุณภาพในการให้บริการออนไลน์ของเว็บไซต์ต่าง ๆ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 มิติได้แก่ ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use), การออกแบบที่สวยงาม (Aesthetic Design), ความเร็วในการประมวลผล (Processing Speed), การตอบสนอง (Interactive Responsiveness)

Cox and Dale (2001) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมือสำหรับ ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ ด้วยการเปรียบเทียบการให้บริการ 6 มิติ ซึ่งประกอบด้วย รูปลักษณะของ เว็บไซต์ (Website Appearance), การสื่อสาร (Communication), การเข้าถึง (Accessibility), ความ น่าเชื่อถือ (Credibility), ความเข้าใจ (Understanding), ความพร้อมใช้งาน (Availability)

Barnes and Vidgen (2002) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมือ วัดผลที่มี 5 มิติ คือ

- 1) การใช้งาน (Usability) เกี่ยวข้องกับ รูปลักษณะ ความง่ายให้ใช้งาน ระบบนำทาง และภาพที่ถ่ายทอดไปยังผู้ใช้งาน
- 2) การออกแบบ (Design) เกี่ยวข้องกับ ลักษณะที่น่าสนใจและสุนทรียภาพ
- 3) ข้อมูล (Information) เกี่ยวข้องกับ ความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อวัตถุประสงค์ของผู้ใช้
- 4) ความไว้วางใจ (Trust) เกี่ยวข้องกับ ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้
- 5) การเอาใจใส่ (Empathy) เกี่ยวข้องกับ การสื่อสาร การให้ความร่วมมือ การทำให้เป็นส่วนตัว

Santos (2003) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมือวัดผลที่มี 11 มิติ โดยอธิบายไว้ดังนี้

1) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) หมายถึง ความง่ายในการใช้งานเว็บไซต์เพื่อให้ลูกค้าสามารถทำการค้นหาจากภายนอก ตลอดจนการนำทางภายในและค้นหาภายในเว็บไซต์ได้ การค้นหาจากภายนอกหมายถึงขอบเขตที่ลูกค้าสามารถค้นหาเว็บไซต์บนเว็บทั่วโลกได้อย่างง่ายดาย

2) รูปลักษณ์ (Appearance) หมายถึง การใช้สีกราฟิกภาพและภาพเคลื่อนไหวที่ถูกต้องพร้อมกับขนาดที่เหมาะสมของเว็บเพจ นี่เป็นปัจจัยแรกที่ผู้ใช้เว็บจะเห็น

3) การเชื่อมโยง (Linkage) เกี่ยวข้องกับจำนวนและคุณภาพของลิงก์ที่เว็บไซต์เสนอ

4) โครงสร้างและการจัดวาง (Structure and layout) หมายถึง โครงสร้างเว็บไซต์และการนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลของเว็บไซต์

5) เนื้อหา (Content) หมายถึง การนำเสนอข้อมูล รูปแบบข้อมูลที่แท้จริง ฟังก์ชันการทำงาน

งานของเว็บไซต์ จำนวนข้อมูลที่มากหรือน้อยเกินไปมีผลเชิงลบต่อเว็บไซต์

6) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการบริการอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ รวมถึงความถี่ในการอัปเดตเว็บไซต์ ตอบสนองรวดเร็วเพื่อสอบถามข้อมูลลูกค้า และความถูกต้องของการสั่งซื้อออนไลน์และการเรียกเก็บเงิน

7) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกี่ยวข้องกับความเร็วในการดาวน์โหลดค้นหาและการนำทาง

8) การสนับสนุน (Support) เกี่ยวข้องกับความช่วยเหลือทางเทคนิคหลักเกณฑ์สำหรับผู้ซื้อและคำแนะนำส่วนบุคคลที่มีให้สำหรับลูกค้าจากเว็บไซต์

9) การสื่อสาร (Communication) หมายถึงการทำให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างถูกต้องและสื่อสารในภาษาที่ลูกค้าสามารถเข้าใจได้

10) ความปลอดภัย (Security) หมายถึง การปราศจากอันตรายความเสี่ยงหรือข้อสงสัย (รวมถึงความไม่มั่นคงทางการเงิน) ในระหว่างขั้นตอนการให้บริการ

11) แรงจูงใจ (Incentive) คือ การสร้างความน่าสนใจในการเรียกดูและใช้เว็บไซต์

Wolfenbarger and Gilly (2003) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมือวัดผลที่มี 4 มิติดังนี้

1) การออกแบบเว็บไซต์ (Website Design) หมายถึง องค์ประกอบทั้งหมดที่สร้างประสบการณ์ในการใช้งานเว็บไซต์ของผู้บริโภค รวมถึงระบบนำทางในเว็บไซต์ การค้นหาข้อมูล การประมวลผลตามคำสั่งส่วนบุคคล และการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การแสดงผลที่ถูกต้องและคำอธิบายของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ต้องการตามคำสั่ง รวมถึงส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องภายในกรอบเวลาที่สัญญาไว้

3) ความปลอดภัย (Security/Privacy) หมายถึง ความปลอดภัยของการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลที่ใช้ร่วมกัน

4) การบริการลูกค้า (Customer Service) หมายถึง ฝ่ายบริการลูกค้าควรตอบสนองต่อบริการเป็นประโยชน์พร้อมให้คำแนะนำแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

Ribbink, vna Riel, Liljander, and Straukens (2004) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมือวัดผลที่มี 5 มิติดังนี้

1) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use)

2) การออกแบบ (E-Scape)

3) การปรับแต่ง (Customization)

4) การตอบสนอง (Responsiveness)

5) ความเชื่อมั่น (Assurance)

โดยได้อธิบายต่อว่า ความง่ายในการใช้งาน ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ฟังก์ชันการทำงาน การเข้าถึงข้อมูล ความสะดวกในการสั่งซื้อ และระบบนำทางของเว็บไซต์ นอกจากความง่ายในการใช้งานแล้ว เว็บไซต์ควรดูสบายตา ดังนั้นมิติของคุณภาพมีความเกี่ยวข้องกับหน้าจอผู้ใช้ (User Interface) คือ การออกแบบเว็บไซต์ ข้อดีของออนไลน์เทคโนโลยีคือ เว็บไซต์สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้ใช้ แม้ว่าจะเป็นงานที่ทำทนายเพราะว่าความรู้สึกของลูกค้ามีความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลจากการใช้งานในอดีต ลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์คาดหวังการได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็วจากคำขอ และการแนะนำปรับปรุงบริการที่ดีขึ้น การรับรู้ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวมีบทบาทสำคัญเมื่อใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์

Lee and Lin (2005) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมือวัดผลประกอบด้วย 5 มิติ คือ

- 1) การออกแบบเว็บไซต์ (Website design) หมายถึง ส่วนติดต่อระหว่างผู้ใช้กับระบบ (User Interface) เป็นส่วนที่นำเสนอต่อลูกค้า
- 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถของเว็บไซต์เพื่อตอบสนองคำสั่งอย่างถูกต้อง และรักษาปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล
- 3) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความใส่ใจการบริการ ความรวดเร็วในการดำเนินการตามคำขอของลูกค้า
- 4) ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความตั้งใจ การยอมรับช่องทางในการทำธุรกรรมออนไลน์ ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังในเชิงบวกเกี่ยวกับร้านค้าออนไลน์
- 5) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personalization) หมายถึง ความสนใจส่วนบุคคลที่มีต่อร้านค้าออนไลน์ ให้ลูกค้าได้มีส่วนแสดงความคิดเห็นหรือถามคำถาม

Parasuraman et al. (2005) ได้ทำการศึกษาและได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นใหม่ให้มี 7 องค์ประกอบ และแบ่งออกเป็น 2 ชุด

ชุดแรก ได้แก่ E-S-QUAL เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การใช้งานง่ายและความเร็วในการเข้าถึง
- 2) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอบริการตามที่ได้เผยแพร่ และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้
- 3) ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) หมายถึง ความแม่นยำถูกต้องในการทำงานของระบบ
- 4) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของผู้ใช้บริการ

ชุดที่สอง สำหรับการแก้ไขปัญหาหรือข้อบกพร่องที่อาจพบจากการรับบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ในแบบจำลอง E-S-QUAL Parasuraman et al. (2005) ได้นำเสนอแบบจำลองย่อย E-RecS-QUAL ที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ ใน 3 องค์ประกอบ คือ

- 1) การตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่พบ

2) การชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบ (Compensation) หมายถึง ระดับที่เว็บไซต์ชดเชยปัญหาสำหรับลูกค้า

3) ด้านการติดต่อ (Contact) คือ ความสามารถในการติดต่อผ่านวิธีการต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ หรือ เจ้าหน้าที่ Help Desk

Raman, Stephenaus, Alam, and Kuppusamy (2008) ได้แนะนำคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย 6 มิติ

1) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) หมายถึง ความง่ายในการจดจำชื่อเว็บไซต์ (URL Address) การจัดระบบนำทางของเว็บไซต์ให้มีความง่าย เนื้อหา ข้อกำหนดและเงื่อนไขในการให้บริการมีความกระชับและเข้าใจได้ง่าย

2) รูปลักษณ์ (Appearance) หมายถึง ภาพกราฟิก สี และภาพ มีความน่าสนใจ เว็บไซต์ควรมีความชัดเจนและเป็นระเบียบ

3) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความถูกต้องแม่นยำในที่ถูกต้องตามคำสั่ง มีบริการที่รวดเร็ว และความพร้อมในการของบริการทางเทคนิค

4) การปรับแต่ง (Customization) หมายถึง ปรับแต่งของหน้าจออินเทอร์เน็ตเฟส ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

5) การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การเข้าถึงของผู้ใช้เว็บไซต์เพื่อสื่อสารกับผู้ให้บริการเว็บไซต์และความพร้อมใช้งานของวิธีการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อติดต่อบริการสนับสนุนผ่านทางเว็บไซต์

6) แรงจูงใจ (Incentive) หมายถึง การส่งเสริมที่ได้รับจากผู้ให้บริการเว็บไซต์เพื่อรักษาลูกค้าปัจจุบันและดึงดูดผู้ใช้ใหม่

Swaid and Wigand (2009) ได้วัดคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องมือวัดผลประกอบด้วย 6 มิติ คือ

1) การใช้งานของเว็บไซต์ (Website Usability) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับระดับความเป็นมิตรต่อผู้ใช้ในการใช้เว็บไซต์และความสะดวกในการนำทาง

2) คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับประโยชน์และคุณภาพของเนื้อหาเว็บไซต์

3) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ เช่น การยืนยันทางอีเมล, หมายถึงการสั่งซื้อ และความถูกต้องของการให้บริการ เช่นการส่งมอบสิ่งที่สั่งซื้อ

4) การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าในการขอความช่วยเหลือเมื่อจำเป็น โดยระบบอัตโนมัติหรือจากมนุษย์

5) ความเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อเว็บไซต์

6) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personalization) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับความสนใจเป็นรายบุคคลและบริการที่แตกต่างซึ่งออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคล

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของเครื่องมือในการวัดและประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ สามารถสรุปเป็นตารางชุดการศึกษามิติในการวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของนักวิจัยต่าง ๆ ไว้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปมิติในการวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

นักวิจัย	มิติที่ใช้วัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
Yoo & Donthu, 2001	ประกอบด้วย 5 มิติ คือ 1. ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) 2. การออกแบบที่สวยงาม (Aesthetic Design) 3. ความเร็วในการประมวลผล (Processing Speed) 4. การตอบสนอง (Interactive Responsiveness)
Cox & Dale, 2001	ประกอบด้วย 6 มิติ คือ 1. รูปลักษณ์ของเว็บไซต์ (Website Appearance) 2. การสื่อสาร (Communication) 3. การเข้าถึง (Accessibility) 4. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) 5. ความเข้าใจ (Understanding) 6. ความพร้อมใช้งาน (Availability)

ตารางที่ 2.1 สรุปมิติในการวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

นักวิจัย	มิติที่ใช้วัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
Barnes & Vidgen, 2002	<p>ประกอบด้วย 5 มิติ คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้งาน (Usability) 2. การออกแบบ (Design) 3. ข้อมูล (Information) 4. ความไว้วางใจ (Trust) 5. การเอาใจใส่ (Empathy)
Santos, 2003	<p>ประกอบด้วย 11 มิติ คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) 2. รูปลักษณ์ (Appearance) 3. การเชื่อมต่อ (Linkage) 4. โครงสร้างและการจัดวาง (Structure and Layout) 5. เนื้อหา (Content) 6. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 7. ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) 8. การสนับสนุน (Support) 9. การสื่อสาร (Communication) 10. ความปลอดภัย (Security) 11. แรงจูงใจ (Incentive)
Wolfenbarger & Gilly, 2003	<p>ประกอบด้วย 4 มิติ คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การออกแบบเว็บไซต์ (Website Design) 2. ความน่าเชื่อถือ (Fulfillment/Reliability) 3. ความปลอดภัย (Security/Privacy) 4. การบริการลูกค้า (Customer Service)

ตารางที่ 2.1 สรุปมิติในการวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

นักวิจัย	มิติที่ใช้วัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
Ribbnink et al., 2004	ประกอบด้วย 5 มิติ คือ 1. ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) 2. การออกแบบ (E-Scape) 3. การปรับแต่ง (Customization) 4. การตอบสนอง (Responsiveness) 5. ความเชื่อมั่น (Assurance)
Lee & Lin, 2005	ประกอบด้วย 5 มิติ คือ 1. การออกแบบเว็บไซต์ (Website Design) 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3. การตอบสนอง (Responsiveness) 4. ความไว้วางใจ (Trust) 5. ป้ายจำส่วนบุคคล (Personalization)
Parasuraman et al., 2005	E-S-QUAL ประกอบด้วย 4 มิติ คือ 1. ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) 2. ความสามารถของระบบ (System Availability) 3. การทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) 4. ความเป็นส่วนตัว (Privacy) E-RecS-QUAL ประกอบด้วย 3 มิติคือ 1. การตอบสนอง (Responsiveness) 2. การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) 3. การติดต่อ (Contact)
Raman et al., 2008	ประกอบด้วย 6 มิติ คือ 1. ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) 2. รูปลักษณ์ (Appearance) 3. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 4. การปรับแต่ง (Customization)

ตารางที่ 2.1 สรุปมิติในการวัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (ต่อ)

นักวิจัย	มิติที่ใช้วัดคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์
	5. การสื่อสาร (Communication) 6. แรงจูงใจ (Incentive)
Swaid & Wigand, 2009	ประกอบด้วย 6 มิติ คือ 1. การใช้งานของเว็บไซต์ (Website Usability) 2. คุณภาพของข้อมูล (Information Quality) 3. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 4. การตอบสนอง (Responsiveness) 5. ความเชื่อมั่น (Assurance) 6. บั๊จจัยส่วนบุคคล (Personalization)

แนวคิดเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยทางด้านธุรกิจออนไลน์และในสถาบันการเงิน เช่น งานวิจัยของ Chen and Yang (2009) ที่ได้ศึกษาความเข้าใจของผู้บริโภคในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่าคุณภาพการบริการมีความสำคัญอย่างมากในบริบทของการซื้อสินค้าออนไลน์ ในกรณีที่การติดต่อสื่อสารระหว่างเว็บไซต์ กับผู้ใช้ไม่มีประสิทธิภาพหรือเกิดข้อผิดพลาด โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การตอบสนอง ซึ่งถูกนิยามว่าเป็นประสิทธิภาพของพนักงานผู้ให้บริการ การรับประกัน ถูกระบุว่าเป็นความเชี่ยวชาญของพนักงานผู้ให้บริการ ในขณะที่ความเอาใจใส่เป็นเรื่องของการออกแบบเว็บไซต์ให้เข้าถึงลูกค้า

งานวิจัยของ Jing and Yoo (2013) ซึ่งได้ทำการศึกษาในบริบทของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Banking) ในประเทศจีน ได้ระบุว่าการตอบสนอง การรับประกัน รวมถึงความเอาใจใส่เป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดคุณค่าที่ได้รับและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Veeraraghavan (2014) ได้ระบุถึงคุณภาพบริการ เป็นตัวสะท้อนการบริการขององค์กรต่อลูกค้าทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากการใช้งานอีคอมเมิร์ซ โดยการวัดบั๊จจัยเรื่องการตอบสนอง การรับประกัน และความเอาใจใส่ลูกค้า

2.3.3 แบบจำลองคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์

พงศักราวุฑฒิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้อธิบายว่า แบบจำลองคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้วัดคุณภาพบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต โดย Parasuraman et al. (2005) ได้ทำการศึกษาและได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมินคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นใหม่ให้มี 7 องค์ประกอบ และแบ่งออกเป็น 2 ชุด

ชุดแรก ได้แก่ E-S-QUAL เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ 22 รายการใน 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง การใช้งานง่ายและความเร็วในการเข้าถึง

- 1.1) ความง่ายในการค้นหา
- 1.2) ความง่ายการเข้าถึงหน้าจอ/ระบบงานต่าง ๆ ภายในเว็บไซต์
- 1.3) ความสามารถทำการธุรกรรมอย่างสมบูรณ์
- 1.4) การจัดลำดับข้อมูล
- 1.5) การนำเสนอผล (Load) อย่างรวดเร็ว
- 1.6) ความง่ายในการใช้งาน
- 1.7) ความดำเนินธุรกรรมอย่างรวดเร็ว
- 1.8) การจัดลำดับ/โครงสร้าง

2) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอบริการตามที่ได้เผยแพร่ และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้

- 2.1) การนำเสนอผลงานตามข้อเสนอแนะต่าง ๆ
- 2.2) ความสามารถในการนำเสนอผลงานตามระยะเวลาที่เหมาะสม
- 2.3) ความรวดเร็วในการนำเสนอตามการร้องขอ
- 2.4) การนำเสนอผลลัพธ์ตามการร้องขอ
- 2.5) นำเสนอสินค้า/บริการที่สามารถรองรับได้
- 2.6) ความน่าเชื่อถือของการนำเสนอผลงาน
- 2.7) ความแม่นยำในการนำเสนอผลงาน

3) ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) หมายถึง ความแม่นยำ ถูกต้องในการทำงานของระบบ

- 3.1) ระบบสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอ
- 3.2) ระบบสามารถแสดงผล/คำนวณได้อย่างถูกต้อง
- 3.3) ระบบงานไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน/ การหยุดทำงาน
- 3.4) หน้าจอของเว็บไซต์ไม่หยุดนิ่งระหว่างการใช้งาน

4) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึง ระดับความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของผู้ใช้บริการ

- 4.1) การป้องกันสารสนเทศในการใช้งาน
- 4.2) การเผยแพร่ข้อมูลให้กับเว็บไซต์อื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง
- 4.3) การป้องกันข้อมูล อาทิ หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลทางการเงินของลูกค้า เป็นต้น

ชุดที่สอง สำหรับการแก้ไขปัญหาหรือข้อบกพร่องที่อาจพบจากการรับบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ในแบบจำลอง E-S-QUAL Parasuraman et al. (2005) ได้นำเสนอแบบจำลองย่อย E-Rec-QUAL ที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วย 11 รายการใน 3 องค์ประกอบ คือ

1) การตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) หมายถึง ประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่พบ

- 1.1) ความสะดวกสบายในการส่งคืนสินค้า/บริการ
- 1.2) ความสามารถในการจัดการสินค้า/บริการที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลง
- 1.3) การรับประกัน
- 1.4) การบ่งชี้ปัญหากรณีพบข้อผิดพลาด
- 1.5) ความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที

2) การชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบ (Compensation) หมายถึง ระดับที่เว็บไซต์ชดเชยปัญหาสำหรับลูกค้า

- 2.1) การชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบ
- 2.2) การชดเชยจากข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตามเวลา
- 2.3) การยกเลิกรายการ/บริการ

3) ด้านการติดต่อ (Contact) คือ ความสามารถในการติดต่อผ่านวิธีการต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ หรือ เจ้าหน้าที่ Help Desk

- 3.1) การให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้งาน
- 3.2) การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online
- 3.3) ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหา

หลังจากพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้เลือกการวัดคุณภาพบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต แบบจำลอง E-S-QUAL โดย Parasuraman et al. (2005) ประกอบด้วย 7 มิติ ได้แก่ E-S-QUAL ประกอบด้วย 4 มิติ คือ 1) ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) 2) ความสามารถของระบบ (System Availability) 3) การทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) 4) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) 5) การตอบสนอง (Responsiveness) 6) การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) 7) การติดต่อ (Contact) ซึ่งเป็นปัจจัยภายในมาทำการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ

2.4.1 ความหมายของความพึงพอใจในการใช้บริการ

ในปัจจุบันหลายหน่วยงานมีการแข่งขันกันให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีความหมาย ตามพจนานุกรมทางด้านจิตวิทยาโดย Chaplin (1968) ว่าเป็นความรู้สึกของผู้รับบริการต่อสถานประกอบการตามประสบการณ์ที่ได้รับ จากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้น ๆ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2552 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2552) กล่าวไว้ว่า “พึง” เป็นคำช่วยกริยาอื่นหมายความว่า “ควร” เช่น พึงใจ หมายความว่า พอใจ ชอบใจ และคำว่า “พอ”

หมายความว่าเท่าที่ต้องการ ถูกชอบ เมื่อนำคำสองคำมาผสมกับ “พึงพอใจ” จะหมายถึง ชอบใจ ถูกใจตามที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้อง

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง การเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้าที่ส่งผลต่อระดับความรู้สึกของลูกค้า โดยลูกค้าได้รับบริการหรือสินค้าต่ำกว่าความคาดหวัง จะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าตรงกับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และถ้าสูงกว่าความคาดหวังจะเกิดความประทับใจ

Pearson and Johnson (1978) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า คือการที่สินค้าหรือบริการสามารถตอบสนองตามความคาดหวังของลูกค้าได้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเมื่อไหร่ก็ตามที่การซื้อหรือบริการสามารถเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าได้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการซื้อหรือบริการที่เพิ่มมากขึ้นและบ่อยครั้งขึ้น และยังเกิดการบอกต่อไปยังบุคคลใกล้ชิดอีกด้วย

Bullock (1996) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ทักษะคิด ซึ่งเป็นผลของคุณภาพรวบยอดของความรู้สึกพอใจและไม่พอใจ ที่ผ่านมาของผู้ปฏิบัติงานต่องานที่ทำ ทักษะคิดนี้จะแสดงให้เห็นได้ว่าเขามีความพอใจหรือไม่ โดยการประเมินคุณภาพและปฏิบัติงานซื้อผลนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความสำเร็จหรือล้มเหลว ในการทำงานตามที่มุ่งหวังไว้และยังขึ้นอยู่กับความช่วยเหลือกันในการทำงานให้บรรลุผลทั้งงานและปฏิบัติงาน

Wang, Tang, T., and Tang, J. (2001) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจต่อข้อมูลของผู้บริโภค (Customer Information Satisfaction) หมายถึง ผลสรุปจากการบริโภคสินค้าหรือบริการจากเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการโต้ตอบกับบริการอิเล็กทรอนิกส์

Shanker, Smith, and Rangaswamy (2002) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจของผู้บริโภคออนไลน์และออฟไลน์ คือความรู้สึกพอใจต่อผลลัพธ์จากการใช้บริการ

Anderson and Srinivasan (2003) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ต (E-Satisfaction) คือ ความพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อประสบการณ์การซื้อสินค้าจากเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการ คือความสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างยุติธรรมและตรงต่อความคาดหวัง โดยมีความต่อทัศนคติ ต่อความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามากระตุ้นโดยแสดงผลออกมาในรูปแบบของปฏิกิริยาที่มีต่อสิ่งกระตุ้นทางกายภาพ สังเกตได้จากการแสดงออกในเชิงบอกของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ เมื่อเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการลูกค้าก็จะใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2.4.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540) ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใด ๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่จะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจจะแบ่งประเภทความพอใจได้ 3 ประเภท คือ

- 1) ความพอใจด้านจิตวิทยา (Psychological Hedonism) เป็นธรรมชาติของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใด ๆ
- 2) ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (Egoistic Hedonism) เป็นธรรมชาติของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป
- 3) ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (Ethical Hedonism) ธรรมชาตินี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษยหรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า เป็นความรู้สึกส่วนตัวของผู้ใช้บริการเอง ซึ่งจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ ความคาดหวังก่อนหน้าของผู้ใช้บริการ กับความรู้สึกในการใช้บริการนั้น

วิธาน จินากักดิ์ (2555) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้งาน หรือธุรกิจนั้น ๆ สำเร็จ โดยเฉพาะงานประเภทการให้บริการ การทำให้งานบริการเกิดความเจริญก้าวหน้า

นั้น อีกหนึ่งตัวบ่งชี้คือ จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการยังธุรกิจนั้น ๆ ดังนั้น การศึกษาองค์ประกอบหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในงานบริการนั้นจึงสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้การบริการนั้นมีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการสามารถแบ่งได้ดังนี้

1) ผลลัพธ์บริการ ความถึงพอใจที่จะเกิดขึ้นจากผู้รับบริการนั้น อาจเกิดจากหลังการได้รับการบริการที่มีลักษณะ คุณภาพ หรือ ระดับการบริการตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือตรงกับความต้องการ ซึ่งอาจหมายถึงตัวผลิตภัณฑ์ หรือ งานบริการก็ได้ ความเอาใจใส่จากผู้ให้บริการที่สนใจในสิ่งที่มีคุณภาพตามแบบที่ผู้รับบริการต้องการนั้น อาจก่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวผู้รับบริการเอง

2) ราคาค่าบริการ ต้องเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการนั้นได้รับและก่อให้เกิดความรู้สึกว่าผู้รับบริการนั้นเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อหรือใช้บริการนั้น ๆ ทั้งนี้ทัศนคติของการยินยอมจ่ายเงินเพื่อใช้บริการของแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน

3) สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการที่สะดวกและง่ายนั้น ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก นั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในงานบริการ

4) การส่งเสริมและแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้นอาจเกิดจากความคาดหวังในบริการนี้มาก่อนหน้าเข้ารับบริการ ซึ่งความคาดหวังอาจมาจากข้อมูลข่าวสารหรือมีการกล่าวขานถึงคุณภาพการบริการมาก่อนหน้านี้ ซึ่งหากผู้ใช้บริการได้รับคุณภาพบริการตรงกับความเชื่อที่เคยได้รับมาจะทำให้รู้สึกดีกับบริการดังกล่าว

5) ผู้ให้บริการ ในที่นี้รวมไปถึง ตัวผู้บริการ พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการทำให้งานบริการนั้นเกิดประสิทธิภาพและผู้รับบริการเกิดความความพึงพอใจ การวางนโยบายการให้บริการของผู้บริหารนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดความพึงพอใจเช่นกัน

6) สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้รับบริการมักให้ความชื่นชม สภาพแวดล้อมของสถานที่ที่มารับบริการ ความสวยงามของการตกแต่ง ความสะอาด การแบ่งสัดส่วน ตลอดจนวัสดุของเครื่องใช้ในการบริการ ดังนั้น สภาพแวดล้อม และบรรยากาศของงานบริการจึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

7) กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอการบริการให้แก่ผู้รับบริการนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้รับบริการตอบสนองกับการบริการนั้น วิธีการนำเสนอการบริการนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

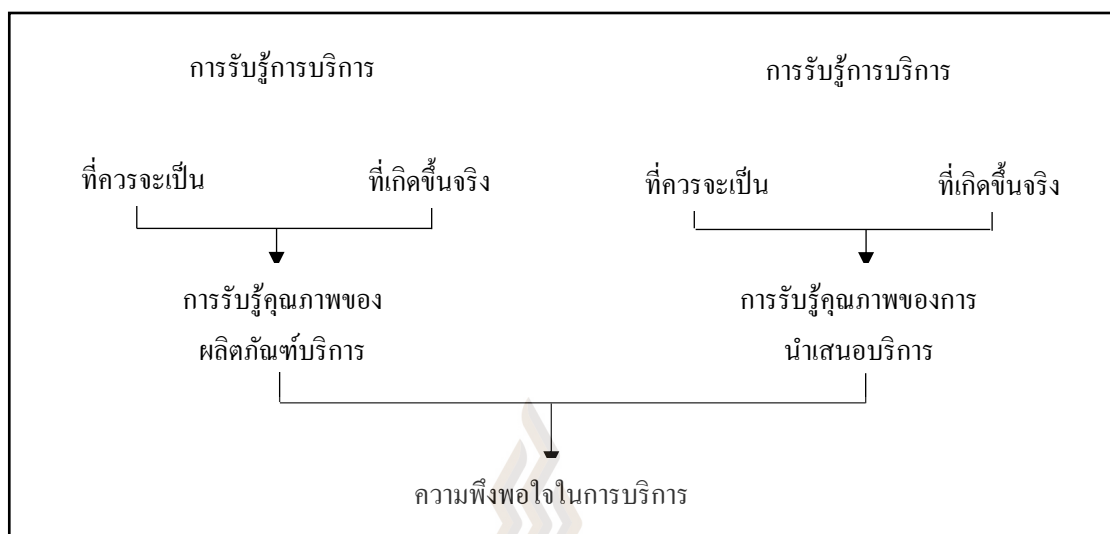
2.4.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการ ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ นั้น เป็นผลมาจากการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการ ในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับ และสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการ มีองค์ประกอบอยู่ 2 ประการ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545) คือ

1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับ มีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภท ตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรม จะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้ายกเข้าไปในภัตตาคาร จะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการ ควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่ามีวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการผู้ให้บริการ มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการ ตามบทบาทหน้าที่ และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมาย และการปฏิบัติตนในการให้บริการ

ความพึงพอใจในการบริการ เกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการ ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการ หรือตรงกับความคาดหวังที่ตนเองมีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ก็ย่อมจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในบริการนั้น แต่หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริง ไม่ตรงกับที่คาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และการนำเสนอบริการได้ จึงสามารถแสดงเป็นภาพองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ ดังแสดงในภาพ



รูปที่ 2.1 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545

จะเห็นได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ต่างมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินงานบริการ ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจในการบริการ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่กันไป ทั้งต่อผู้รับบริการและผู้ให้บริการ โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะมุ่งเน้นไปที่คุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ ธนาคารกสิกรไทย ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับการให้บริการขององค์ประกอบกับระดับความรู้สึของผู้ใช้บริการในมิติต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล

2.4.4 การวัดระดับความพึงพอใจ

ภนิตา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดระดับความพึงพอใจสามารถกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1) การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามต้องการทราบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสามารถทำได้ทั้งกำหนดคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกหรือสามารถให้ตอบคำถามได้อย่างอิสระ โดยคำถามดังกล่าวอาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบเป็นไปในแบบแผนเดียวกัน การใช้วิธีนี้มักใช้ในกรณีต้องการกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นวิธีนี้ยังเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดความพึงพอใจ โดยรูปแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้มาตราส่วนแบบ Likert Scale

2) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยออกไปสอบถามและพูดคุย โดยมีการเตรียมคำถามและวางแผนไว้ล่วงหน้า ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้ตอบคำถามตอบตามข้อเท็จจริง

3) การสังเกต เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งก่อนรับบริการ ขณะรับบริการและหลังรับบริการ โดยวิธีนี้ต้องอาศัยการสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผนที่แน่นอน การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการสังเกตจากการพูด กริยา และท่าทาง ฯลฯ ขึ้นอยู่กับความสะดวก เหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือได้

2.5 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารกสิกรไทย

2.5.1 เกี่ยวกับองค์กร

ธนาคารกสิกรไทยก่อตั้งเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยมีสาขาสำนักงานเลี้ยวป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรก ซึ่งเริ่มด้วยพนักงานเพียง 21 คน แต่เพียงงวดบัญชีแรกที่สิ้นสุดหรือเพียง 6 เดือน ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2488 ก็มียอดเงินฝากสูงถึง 12 ล้านบาท และมีสินทรัพย์ 15 ล้านบาท

ตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นพัฒนาองค์กรและผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศ ภายใต้คำขวัญ “บริการทุกระดับประทับใจ”

ยุคที่ 1 ก่อตั้งสร้างรากฐาน(พ.ศ. 2488 - 2509)

ธนาคารกสิกรไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 ซึ่งเป็นช่วงปลายสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีนายโชติ ลำซำ และญาติมิตรชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง โดยในระยะแรกมุ่งเน้นลูกค้ารายย่อยที่เป็นเกษตรกร ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศที่ฝืดเคืองอยู่ในเวลานั้นเกิดความคล่องตัวขึ้น โดยสำนักงานใหญ่แห่งแรกตั้งอยู่บนถนนเลี้ยวป่า กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านธุรกิจการค้าของชาวจีนที่สำคัญแห่งหนึ่ง ต่อมาได้เปิดสาขาแรกที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และขยายสาขาไปยังหัวเมืองใหญ่ในภูมิภาคต่าง ๆ

ยุคที่ 2 หว่านต้นกล้าองกาม (พ.ศ. 2510 - 2525)

กิจการของธนาคารมีความเจริญรุดหน้ามาอย่างต่อเนื่อง มีการขยายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ เปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่บนถนนสีลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งต่อมาสีลมได้กลายเป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าการลงทุนและการเงินที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพมหานคร ธนาคารกสิกรไทยได้กำหนดคำขวัญที่ใช้มาจนถึงปัจจุบันว่า “บริการทุกระดับประทับใจ” มีความหมายถึงความมุ่งมั่นและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าทุกระดับชั้น ในยุคนี้ ได้เปิดสาขาในประเทศรวม 186 สาขา และเปิดสาขาในต่างประเทศแห่งแรกที่กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ จากนั้นได้เปิดกิจการบริษัท ไทยฟาร์เมอร์สไฟแนนซ์แอนอินเวสเมนต์ จำกัด ที่ฮ่องกง (ต่อมาคือ สาขาฮ่องกง) สาขาแฮมเบอร์เกอร์ ประเทศเยอรมนี สาขานิวยอร์กและสาขาลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

ยุคที่ 3 สู่อำนาจเป็นเลิศในสากล (พ.ศ. 2526 - 2539)

ในช่วงทศวรรษ 2530 เศรษฐกิจไทยเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก รัฐบาลไทยเปิดเสรีทางการเงินให้ธนาคารชั้นนำในต่างประเทศเข้ามาแข่งขันได้ ธนาคารกสิกรไทยได้ริเริ่มและพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการรื้อปรับกระบวนการทำงานเป็นองค์กรแรกในประเทศไทย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ ธนาคารได้ย้ายสำนักงานใหญ่จากถนนสีลมมาตั้งอยู่บนถนนพหลโยธิน กรุงเทพมหานคร ด้วยวิสัยทัศน์ที่เห็นว่าถนนพหลโยธินจะเป็นย่านที่มีความเจริญทางธุรกิจแห่งใหม่ และต่อมาได้เปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่บนถนนราชบุรีบูรณะ กรุงเทพมหานคร ในยุคนี้ธนาคารได้จดทะเบียนเป็น “บริษัทมหาชน” และเป็นยุคที่ประสบความสำเร็จในการขยายสาขาครบ 73 จังหวัด

ยุคที่ 4 ฝ่าเมฆฝนเศรษฐกิจ (พ.ศ. 2540 - 2542)

ในช่วง พ.ศ. 2528 - 2538 เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว จนทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่ อันนำไปสู่วิกฤตเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2540 ส่งผลกระทบรุนแรงต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะสถาบันการเงิน ซึ่งธนาคารกสิกรไทยสามารถฝ่าวิกฤตมาได้ด้วยนโยบายและมาตรการสำคัญ ๆ อย่างไรก็ตาม “การรื้อปรับกระบวนการทำงาน” ที่เริ่มนำมาใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 นับว่ามีส่วนสำคัญที่ทำให้ธนาคารมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวจนผ่านพ้นภาวะวิกฤตมาได้ ภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ ธนาคารได้กำหนดภารกิจและค่านิยมร่วมที่ธนาคารมุ่งหวัง ปรับโครงสร้างองค์กรครั้งใหญ่ และเปลี่ยนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจใหม่ รวมทั้งการเป็นผู้นำในการสร้างระบบการกำกับดูแลกิจการที่ดีของสถาบันการเงินในประเทศไทย

ยุคที่ 5 นิमितสู่ความยั่งยืน (พ.ศ. 2543 - ปัจจุบัน)

เมื่อเมฆฝนแห่งวิกฤตเศรษฐกิจผ่านพ้นไป ฟ้าใหม่ของภาคธุรกิจไทยก็เริ่มต้นจากความมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ในที่สุดธนาคารก็มาถึงยุคที่สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบและครบวงจร ภายใต้แนวคิด “การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง” ซึ่งนำไปสู่การรวมธนาคารกสิกรไทยและบริษัทของธนาคารกสิกรไทย (K Companies) และได้กำหนด "K KASIKORNTHAI" เป็น สัญลักษณ์ ที่รับประกันคุณภาพและมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังได้ร่วมมือทางยุทธศาสตร์กับบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประกันผ่านช่องทางธนาคาร และเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ ธนาคารได้เปิดอาคารแจ้งวัฒนะ เพื่อเป็นศูนย์กลางคอมพิวเตอร์สำรองและศูนย์ปฏิบัติการของธนาคาร โดยเป็น “อาคารสถาปัตยกรรมสีเขียว” ตามมาตรฐานอาคารอนุรักษ์พลังงานระดับสากล เช่นเดียวกับอาคารพหลโยธิน และอาคารสำนักงานใหญ่ ราชบุรีบูรณะ ในยุคนี้ธนาคารยังก้าวไกลสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน และต่อมาได้ขยายสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย ด้วยเล็งเห็นว่าในอนาคตอันใกล้ ระบบการเงินของภูมิภาคนี้จะไร้พรมแดนมากยิ่งขึ้น นับเป็นวิสัยทัศน์อันกว้างไกลเพื่อที่สุดแห่ง “บริการทุกระดับประทับใจ”

วิสัยทัศน์

ธนาคารกสิกรไทย มุ่งมั่นเป็นกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ที่ริเริ่มในสิ่งใหม่ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง และกระทำทุกวิถีทางเพื่อเป็นกลุ่มธุรกิจทางการเงินที่สร้างความยั่งยืนแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ภารกิจ

ธนาคารกสิกรไทย มุ่งมั่นที่จะผสมผสานการใช้เทคโนโลยีและทรัพยากรมนุษย์ ในการสร้างอย่างยั่งยืน บริการทางการเงินที่มีคุณภาพมาตรฐานสากล ทั้งนี้ เพื่อให้บรรลุผลที่ดีและเป็นธรรมต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ค่านิยมหลัก

- 1) การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
- 2) การทำงานร่วมกันเป็นทีมของทั้งองค์กร
- 3) ความเป็นมืออาชีพ
- 4) การริเริ่มสิ่งใหม่

2.5.2 เกี่ยวกับระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย

การแข่งขันของธนาคารตอนนี้เกิดขึ้นในทุกมิติ ทั้งด้านการทำตลาดที่แข่งตัวเองไปในทุกที่ การบริการที่ต้องครอบคลุมทุกช่วงเวลาในแต่ละวัน และ Mobile Banking ที่กำลังเป็นช่องทางที่คนเข้าถึงธนาคารได้มากที่สุด ธนาคารกสิกรไทย หรือ K Bank ในฐานะผู้นำด้านดิจิทัล จึงพัฒนา K PLUS โฉมใหม่ที่ตอบโจทย์การใช้งาน แก้อัปเดตจากแอปพลิเคชันเดิมเพื่อให้ผู้ใช้ได้ประโยชน์มากขึ้น



รูปที่ 2.2 K PLUS Logo ใหม่ แทน Logo เดิม

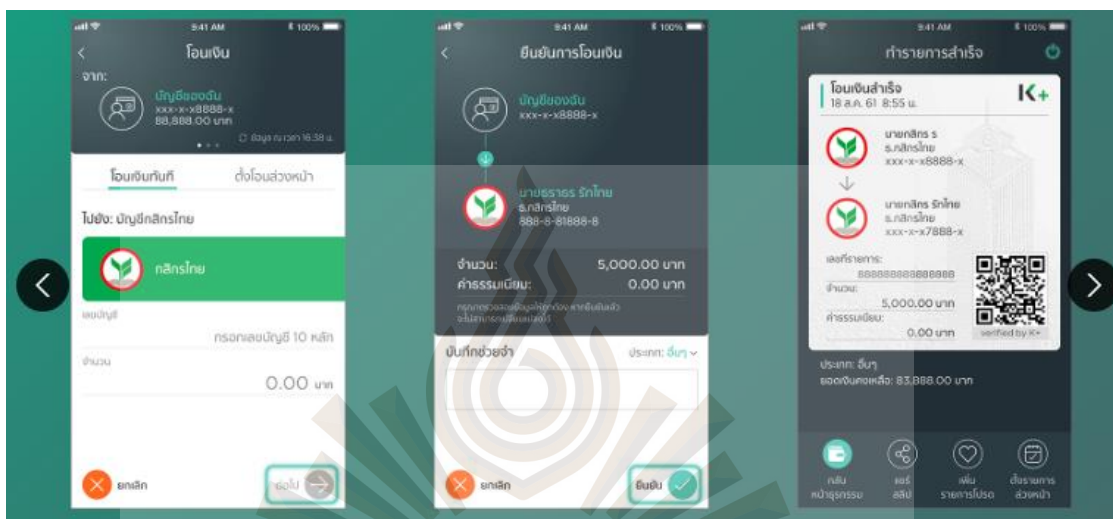
ที่มา : ธนาคารกสิกรไทย, 2561

ความเปลี่ยนแปลงของ K PLUS ครั้งนี้ คือ มีการเปลี่ยนแปลง Logo ใหม่ให้ดูทันสมัยขึ้น พร้อมกับเปลี่ยนหน้าตาและจัดวางเมนูใหม่ ให้ใช้งานง่ายขึ้น

1) K-Mobile Banking PLUS (K-Plus) ธนาคารบนมือถือกสิกรไทย

คือการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารที่เปิดให้บริการผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ต้องมีฟังก์ชันรองรับในการใช้งาน โดยจะต้องดำเนินการโหลดโมบายแอปพลิเคชัน (Mobile Application) ของธนาคารติดตั้งลงบนมือถือเพื่อสามารถเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปสู่บริการ โมงบายเบงกิ้งที่ธนาคารเปิดให้บริการโดยเชื่อมต่อผ่านระบบเครือข่ายของโทรศัพท์เครื่องที่ได้แก่ระบบ GPRS, EDGE, 3G และ 4G หรือผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย (Wireless LAN) เป็นต้น มีลักษณะการให้บริการดังต่อไปนี้

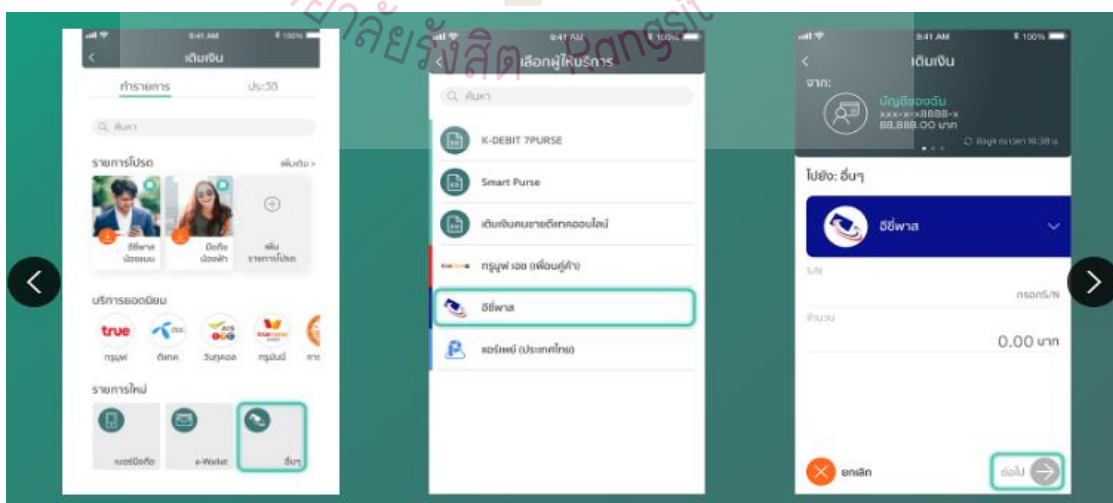
1.1) การโอนเงิน สามารถโอนเงินไปบัญชีธนาคารกสิกรไทยและต่างธนาคาร ได้ 4 รูปแบบคือ ด้วยเลขที่บัญชีธนาคาร เบอร์โทรศัพท์มือถือพร้อมเพย์ และรหัส QR-code ทุกรายการมีหลักฐาน e-Slip บันทึกให้อัดโนมตีในอัลบั้มภาพ และแชร์ได้ผ่านโซเชียล เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการทำธุรกรรมสามารถแจ้งผลการโอนเงินฟรี ไปยังข้อความทางมือถือ, อีเมล



รูปที่ 2.3 ตัวอย่างหน้าจอการโอนเงินบน K-Plus

ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

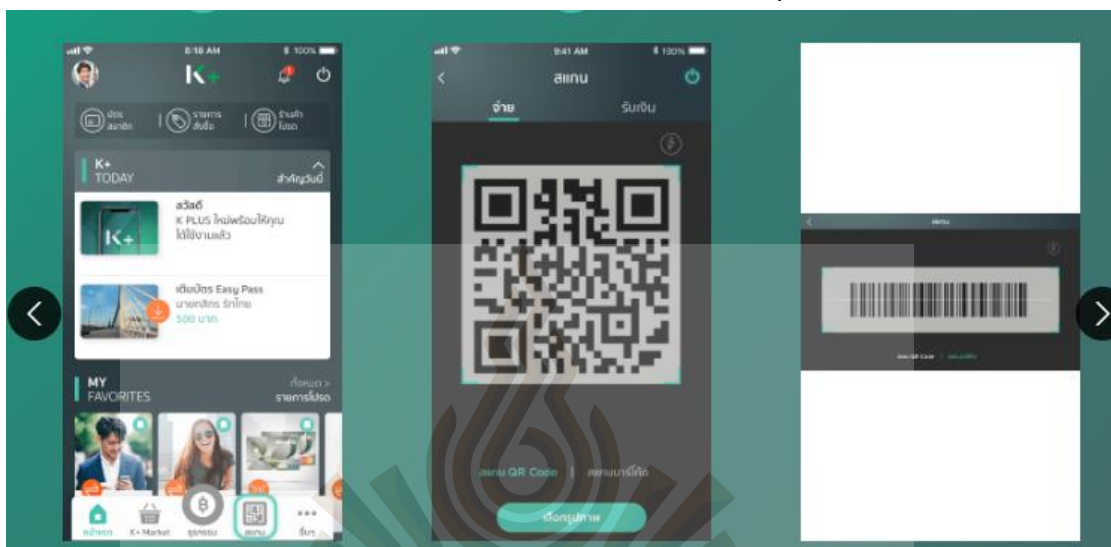
1.2) การเติมเงิน สามารถเติมเงินได้หลากหลาย ทั้งเบอร์มือถือ อีวอลเล็ต อีชีพาส และผู้ให้บริการอื่น ๆ อีกมากมาย ทุกรายการมีหลักฐาน e-Slip บันทึกให้อัดโนมตีในอัลบั้มภาพ และแชร์ได้ผ่านโซเชียล เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการทำธุรกรรม



รูปที่ 2.4 ตัวอย่างการเติมเงินบน K-Plus

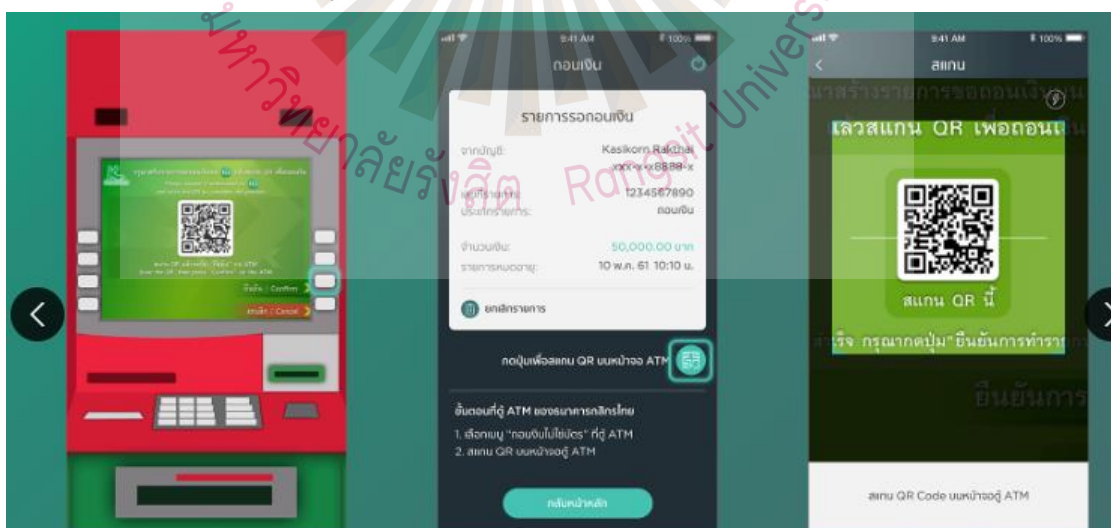
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

1.3) จ่ายเงิน สามารถจ่ายบิลต่าง ๆ เช่น บัตรเครดิต มือถือ หรือค่าน้ำ ค่าไฟ ได้อย่างง่ายดาย โดย Scan QR และ Barcode ทุกรายการมีหลักฐาน e-Slip บันทึกให้อัดโนมัติ ในอัลบั้มภาพ และแชร์ได้ผ่านโซเชียล เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการทำธุรกรรม



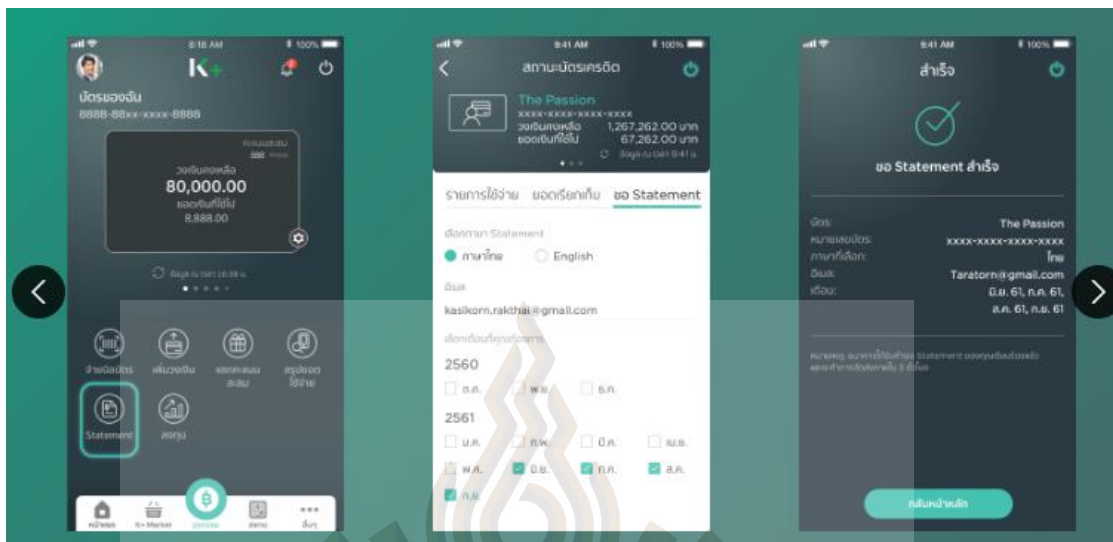
รูปที่ 2.5 ตัวอย่างการจ่ายบิลบน K-Plus
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

1.4) ถอนเงินไม่ใช้บัตร บริการกดเงินผ่านตู้ K-ATM แบบไม่ใช้บัตร มั่นใจได้มากกว่า แคสแกน QR Code



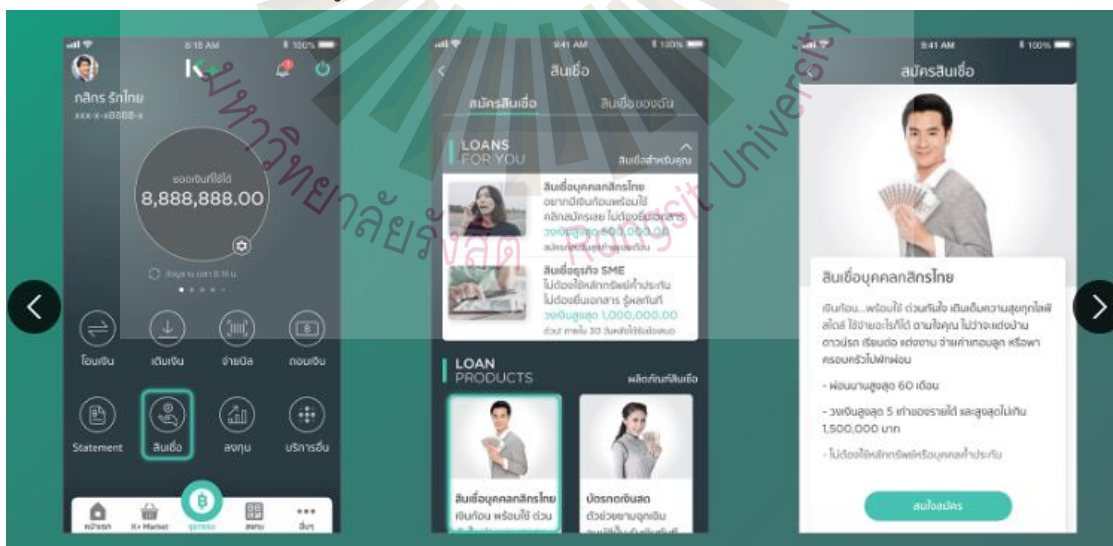
รูปที่ 2.6 ตัวอย่างการถอนเงินไม่ใช้บัตรบน K-Plus
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

1.5) Statement การสอบถามยอดและรายการเคลื่อนไหวในบัญชี สอบถามประวัติการทำธุรกรรมได้



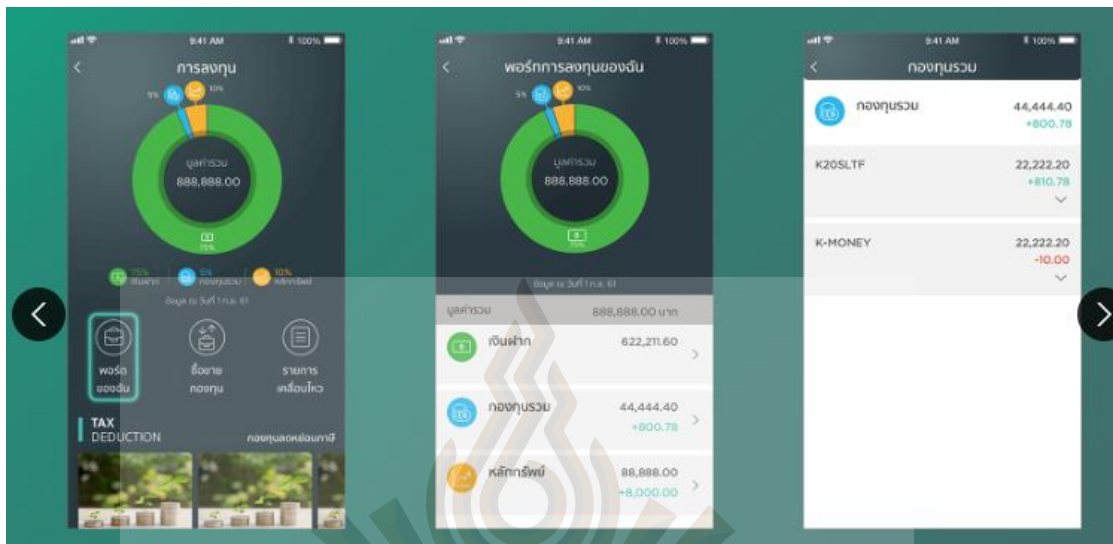
รูปที่ 2.7 ตัวอย่างการขอ Statement บน K-Plus
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

1.6) สินเชื่อ มีการนำเสนอสินเชื่อที่เหมาะสมกับผู้ให้บริการ และอนุมัติ เบื้องต้นทันที พร้อมสามารถดูภาพรวมหรือรายละเอียดสินเชื่อได้



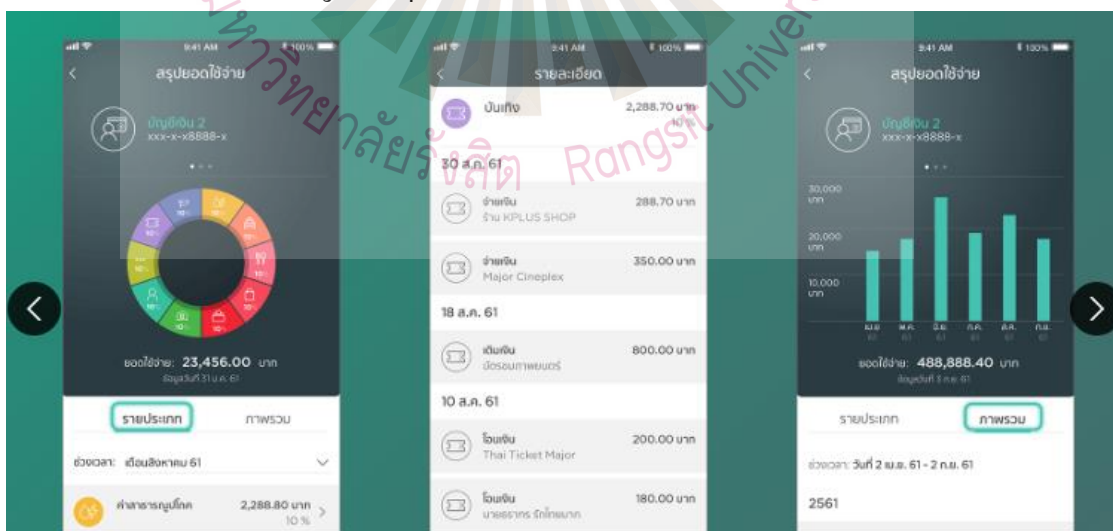
รูปที่ 2.8 ตัวอย่างการสมัครสินเชื่อบน K-Plus
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

1.7) ลงทุน เปลี่ยนการลงทุนให้ง่าย โดยสามารถเปิดบัญชีกองทุน คู่พอร์ตการลงทุนที่เข้าใจง่ายขึ้นด้วยกราฟ และยังซื้อขายกองทุนได้ทันที



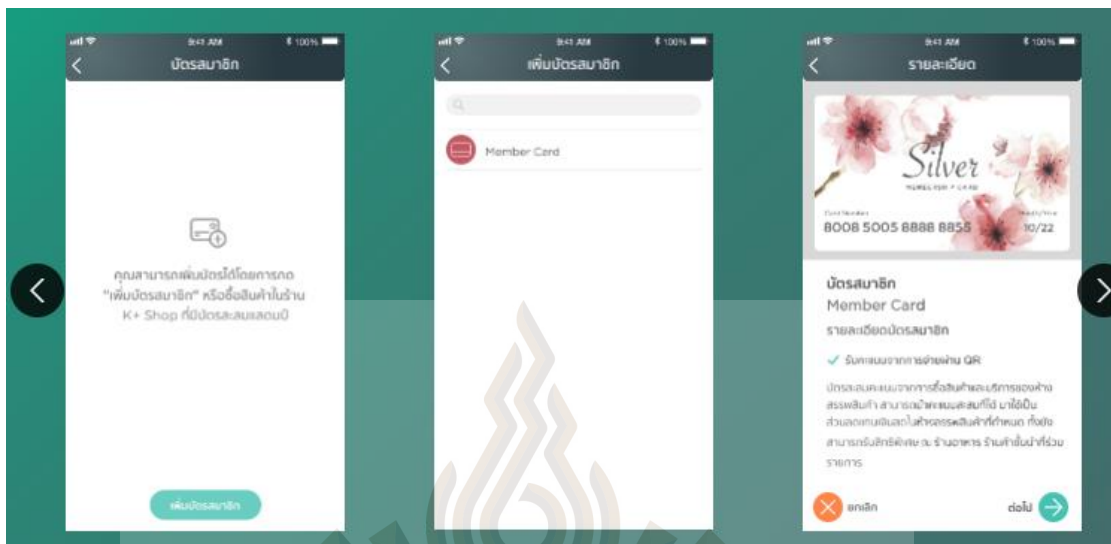
รูปที่ 2.9 ตัวอย่างการลงทุนบน K-Plus
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

1.8) บริการอื่น สรุปรายค่าใช้จ่าย สามารถเลือกบันทึกธุรกรรมที่ทำผ่าน K PLUS ได้สูงสุด 14 ประเภท แสดงผลได้ทั้งแบบรายเดือนและรายปี เพื่อให้คุณรับรู้ทุกการใช้จ่ายของตัวเองและบริหารบัญชีของคุณได้ดียิ่งขึ้น



รูปที่ 2.10 ตัวอย่างการสรุปรายค่าใช้จ่ายบน K-Plus
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

สามารถเพิ่ม Loyalty Card ไว้ใน K PLUS ได้เลย สะดวกสบายไม่ต้องพกบัตรหลายใบ เช่น บัตร PTT Blue Card, บัตร The 1 Card



รูปที่ 2.11 ตัวอย่างการเพิ่มบัตรสมาชิกบน K-Plus
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

นอกจากนี้บริการ K-Mobile Banking PLUS ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างมาก ตั้งแต่การออกแบบจนถึงการใช้งาน โดยมีระบบตรวจสอบป้องกันถึง 3 ชั้น (Triple Lock Security System) โดยระบบจะทำการตรวจสอบข้อมูลของเครื่องโทรศัพท์ เบอร์โทรศัพท์ และรหัสผ่านส่วนตัวทุกครั้งก่อนอนุญาตให้เข้าใช้งาน และในกรณีที่ผู้ใช้ K-Mobile Banking PLUS จำเป็นต้องใช้งานในสถานะที่ไม่ปลอดภัยเต็มร้อย เช่น ผ่าน Wifi ระบบจะอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถใช้ได้บางบริการเฉพาะที่ได้ลงทะเบียนไว้ล่วงหน้าเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของการใช้งาน

2) K-Cyber Banking (K-Cyber) ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตกสิกรไทย

คือ การให้บริการลูกค้าธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถใช้งานได้บนอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก และแท็บเล็ต มีลักษณะการให้บริการดังต่อไปนี้

2.1) การบริหารบัญชี สามารถดูรายการเดินบัญชี บัญชีออมทรัพย์ / กระแสรายวัน / ฝากประจำ ย้อนหลังได้ 6 เดือน สามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชี สามารถดูรายการที่ตั้งเวลาทำรายการล่วงหน้า และตรวจสอบ/แก้ไขรายการตั้งเวลาที่ยังไม่ถึงวันดำเนินการ

ธนาคารกสิกรไทย KASIKORNTHAI

K-Expert MyPort K-Cyber Banking K-Cyber Invest K-Cyber Trade

สมัครบริการ | ตั้งค่าข้อมูลส่วนตัว | ออกจากระบบ

หน้าหลัก **สรุปข้อมูลทางการเงิน** ติดต่อธนาคาร

เมนูบริการ

- การบริหารบัญชี
 - สรุปข้อมูลทางการเงิน
 - สรุปยอดบัญชีเงินฝาก
 - ดูรายการเดินบัญชีย้อนหลัง
 - ดูยอดเงินในบัญชี
 - รายการเคลื่อนไหวล่าสุด
 - รายการเคลื่อนไหวของเงินฝาก
 - รายการที่ส่งเงินให้ทำการส่งหน้า
- บัตรเครดิต
- โอนเงิน
- ชำระค่าสินค้าและบริการ
- เติมเงิน
- เช็ค
- K-Web Shopping Card
- แก้ไขข้อมูลส่วนตัว

สรุปข้อมูลทางการเงิน
เพื่อดูยอดบัญชีที่ผ่านและเขียนใบแจ้งการ K-Cyber Banking

ชื่อผู้ใช้บริการ	XXXXXXXXXX
เป็นสมาชิก K-Cyber Banking ตั้งแต่ปี	2012
ยอดรวมเงินในสมุด	1,715.70 บาท
ยอดรวมเงินคงเหลือ	1,715.70 บาท
ยอดหนี้ทั้งหมด	16,234.56 บาท
ยอดรวมเงินคงเหลือ	16,234.56 บาท

ยอดเงินในบัญชี
รายการเดินบัญชีย้อนหลัง
รายการเคลื่อนไหวล่าสุด
รายการธุรกรรมออนไลน์
พิมพ์

รูปที่ 2.12 ตัวอย่างหน้าจอการบริการบัญชีบน K-Cyber
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

2) บริการเกี่ยวกับบัตรเครดิตกสิกรไทย สามารถดูรายละเอียดบัตรเครดิตกสิกรไทย ยอดเงินที่ใช้ไป วันครบกำหนดชำระเงิน สามารถตรวจสอบยอดบัตรที่ยังไม่ได้เรียกเก็บ สามารถดูรายละเอียดการใช้บัตรย้อนหลัง ได้ 3 รอบบัญชี และสามารถเปลี่ยนที่อยู่ส่งเอกสารที่เกี่ยวกับบัตรเครดิต

ธนาคารกสิกรไทย KASIKORNTHAI

K-Expert MyPort K-Cyber Banking K-Cyber Invest K-Cyber Trade

สมัครบริการ | ตั้งค่าข้อมูลส่วนตัว | ออกจากระบบ

หน้าหลัก **สรุปยอดบัตรเครดิต** ติดต่อธนาคาร

เมนูบริการ

- การบริหารบัญชี
- บัตรเครดิต
 - สรุปยอดบัตรเครดิต
 - รายละเอียดบัตรเครดิตไทย
 - ยอดบัตรที่ยังไม่ได้เรียกเก็บ
 - รายละเอียดการใช้บัตร
 - ชำระบัตรเครดิตไทยของตนเอง
 - ชำระบัตรเครดิตไทยของบุคคลอื่น
 - เพิ่มบัญชีบัตรเครดิตไทยของตนเอง
- โอนเงิน
- ชำระค่าสินค้าและบริการ
- เติมเงิน
- เช็ค
- K-Web Shopping Card
- แก้ไขข้อมูลส่วนตัว

สรุปยอดบัตรเครดิต
เพื่อดูยอดบัญชีบัตรเครดิต ที่ผ่านและเขียนใบแจ้งการ K-Cyber Banking

* หากไม่สามารถดูและทำการรายการเกี่ยวกับบัญชีบัตรเครดิต ระหว่าง 3:00 ถึง 6:00 ของทุกวัน

บัญชีบัตรเครดิต

เลขบัตร	ชื่อบัญชี	ยอดเงินที่ใช้ได้ (บาท)	ยอดเงินที่ใช้ไป (บาท)
4921-41xx-xxxx	XXXXXXXXXX	0.00	-0.20
4921-41xx-xxxx	XXXXXXXXXX	79,738.00	16,328.51
5239-62xx-xxxx	XXXXXXXXXX	50,094.00	-93.75
4062-30xx-xxxx	XXXXXXXXXX	0.00	0.00

ยอดรวม (บาท) 16,234.56

รายการใช้บัตรเครดิต
ชำระบัตรเครดิต
กสิกรไทยของตนเอง

ยอดเงินในบัญชี
รายการเดินบัญชีย้อนหลัง
รายการเคลื่อนไหวล่าสุด
รายการธุรกรรมออนไลน์
พิมพ์

รูปที่ 2.13 ตัวอย่างหน้าจอการบริการเกี่ยวกับบัตรเครดิตกสิกรไทยบน K-Cyber
ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

3) บริการโอนเงิน สามารถโอนเงินระหว่างบัญชีตนเอง โอนเงินให้บุคคลอื่น โอนเงินไปต่างประเทศ โอนเงินพร้อมเพย์ (PromptPay) และโอนเงินต่างธนาคาร (Inter-bank Funds Transfer)

รูปที่ 2.14 ตัวอย่างหน้าจอการโอนเงินบน K-Cyber

ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

4) บริการชำระค่าสินค้าและบริการ สามารถชำระค่าสินค้าและบริการของบริษัทที่ทำข้อตกลงกับธนาคารมากกว่า 400 ร้านค้า

รูปที่ 2.15 ตัวอย่างหน้าจอการชำระค่าสินค้าและบริการบน K-Cyber

ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

นอกจากบริการแล้ว K-Cyber ยังมีระบบความปลอดภัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการทำธุรกรรมได้อย่างมั่นใจ ดังนี้

- 1) ล็อกอินปลอดภัย ด้วยชื่อผู้ใช้งานและรหัสผ่าน พร้อมฟังก์ชันแจ้งเตือน Login Alert ผ่านอีเมล เมื่อมีเข้าใช้งานเมื่อไหร่จะรู้ได้ทันที
- 2) รหัส OTP (One-Time-Password) โดยธนาคารจะส่งรหัสผ่านทาง SMS ไปยังโทรศัพท์มือถือของลูกค้า เพื่อใช้ยืนยันในการทำรายการสำคัญแต่ละครั้ง
- 3) ตรวจสอบได้ มีหลักฐาน มีอีเมลแจ้งผลการทำรายการให้ทราบทุกครั้ง



รูปที่ 2.16 ตัวอย่างหน้าจอล็อกอินปลอดภัยบน K-Cyber

ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

ตารางที่ 2.2 ความแตกต่างระหว่าง K PLUS กับ K-Cyber

รายละเอียด	K PLUS	K-Cyber
อุปกรณ์ในการเข้าใช้งาน	โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ที่รองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต	อุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต เช่น คอมพิวเตอร์ ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก และแท็บเล็ต
ลักษณะผลิตภัณฑ์	การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ	การทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต
วงเงินรวมเบื้องต้น	100,000 บาท	100,000 บาท
วงเงินรวมสูงสุด (ลูกค้าต้องส่งเอกสารเพิ่มเติม)	500,000 บาท	500,000 บาท

ตารางที่ 2.2 ความแตกต่างระหว่าง K PLUS กับ K-Cyber (ต่อ)

รายละเอียด	K PLUS	K-Cyber
ระบบรักษาความปลอดภัย	ระบบล็อก 3 ชั้น (Triple Lock Security) ที่ตรวจสอบตัวเลข เครื่องมือถือ หมายเลข โทรศัพท์มือถือ และรหัสผ่าน ทุกครั้ง	ระบบความปลอดภัยสูงสุด 1. เข้าใช้งานด้วย User ID และ Password 2. เพิ่มรหัสความปลอดภัยอีกชั้นเมื่อทำรายการผ่าน SMS-OTP / QR-OTP เพื่อยืนยันตัวตนในการทำธุรกรรมสำคัญ ทุกครั้งผ่านมือถือของคุณ

ที่มา :ธนาคารกสิกรไทย, 2561

การศึกษาปัจจัยคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย จึงเป็นประเด็นที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ไปใช้ในการวิเคราะห์ถึงคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจจากการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย ว่ามีข้อดี ข้อเสียอย่างไรเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องและรองรับความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ที่กำลังจะเติบโตมากยิ่งขึ้นในอนาคต

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” มีดังนี้

2.6.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

2.6.1.1 ด้านเพศ

ณัชชาธิ์ ชุติวัดนิทานิตย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 200,000 บาท และส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อิสระ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการระบบ K PLUS SME ธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการบริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทยมากกว่าเพศชาย

ธรรมวิทย์ วรรณประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ในกลุ่มของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ในกลุ่มของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พงศัรวุฑฒิ หมั่นบุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 40 ปี โดยมีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรี – ปริญญาโท และมีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท เป็นหลัก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกัน

2.6.1.2 ด้านอายุ

ณัชชาธิ์ ชุติวัดนิทานิตย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผล

การศึกษาพบว่า อายุที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการระบบ K PLUS SME ธนาคารกสิกรไทย ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธรรมวิทย์ วรรณประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ในกลุ่มของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์” ผลการศึกษาพบว่า อายุที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พงศัรวุฑฒิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า อายุที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ไม่แตกต่างกัน

2.6.1.3 ด้านระดับการศึกษา

ณัชชาธิ์ย์ ชุตติวัฒนิกานิตย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการระบบ K PLUS SME ธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธรรมวิทย์ วรรณประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ในกลุ่มของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์” ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พงศัรวุฑฒิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกัน

2.6.1.4 ด้านรายได้ต่อเดือน

ณัชชาธิราช ชุติวัดนิภาณิตย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการระบบ K PLUS SME ธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธรรมวิทย์ วรรณประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ในกลุ่มของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์” ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พงศัรวราวุฒติ หมั่นยุทธ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งไม่แตกต่างกัน

2.6.1.5 อาชีพ

ณัชชาธิราช ชุติวัดนิภาณิตย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า อาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการระบบ K PLUS SME ธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6.2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

2.6.2.1 ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency)

พงศัรวราวุฒติ หมั่นยุทธ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์

ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติการใช้งานง่ายและความเร็วในการเข้าถึง (Efficiency) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

Mohsin et al. (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Vivek et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) เช่น เว็บไซต์ใช้งานง่าย มีโครงสร้างที่ถูกต้อง และการขอร้องของข้อมูลจากผู้ให้บริการในปริมาณที่น้อย มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality)

Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ความง่ายในการเข้าถึงเว็บไซต์ มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และมีความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างคุณภาพบริการด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.6.2.2 ด้านความสามารถของระบบ (System Availability)

พงศัรวุฑฒิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติความแม่นยำถูกต้องในการทำงานของระบบ (System Availability) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก

จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งกับความพร้อมของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) เกี่ยวกับความถูกต้องในการทำงานของเว็บไซต์ มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2.6.2.3 ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment)

พงศัรวุฑฒิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มติความสามารถในการนำเสนอบริการตามที่ได้เผยแพร่และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ (Fulfillment) มีผลต่อระดับความพึงพอใจมากที่สุด

จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก

Mohsin et al. (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Vivek et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality)

Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ‘ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคลั่งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย’ ผลการศึกษาพบว่า ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.6.2.4 ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)

พงศัรวาฑฒติ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบบคลั่ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของลูกค้า (Privacy) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก

Mohsin et al. (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” ผลการศึกษาพบว่า พบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ‘ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบคลั่งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย’ ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

2.6.3 ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL)

2.6.3.1 ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness)

พงศัรวาฑฒติ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบบคลั่ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์

ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาต่าง ๆ (Responsiveness) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก

จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

Mohsin et al. (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Vivek et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) เกี่ยวกับความยืดหยุ่น ความรวดเร็ว ความสม่ำเสมอ และความถูกต้องของการบริการ มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality)

Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) เกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้ความช่วยเหลือลูกค้าในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.6.3.2 ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation)

พงศัรวุฑฒิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบบกึ่ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติ การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ พบว่ามีผลการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) มีความสัมพันธ์เชิงลบ

จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

2.6.3.3 ด้านการติดต่อ (Contact)

พงศัรวาฑฒติ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิตความสามารถในการติดต่อผ่านวิธีการต่าง ๆ (Contact) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก

จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการติดต่อใช้บริการ (Contact) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

Vivek et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการติดต่อใช้บริการ (Contact) ความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือทางโทรศัพท์หรือผ่านระบบออนไลน์ มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality)

Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการติดต่อใช้บริการ (Contact) ความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือทางโทรศัพท์หรือผ่านระบบออนไลน์ มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

ตารางที่ 2.3 สรุปการสังเคราะห์ตัวแปร (ต่อ)

ทฤษฎี/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง								
	ปัจจัยส่วนบุคคล	ด้านประสิทธิภาพ	ด้านความสามารถของระบบ	ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ	ด้านความเป็นส่วนตัว	ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ	ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด	ด้านการติดต่อ	ความพึงพอใจ
ณัชชารีย์ ชุติวัดนิทานิตย์, 2559	✓								✓
ธรรมวิทย์ วรรณประเสริฐ, 2560	✓								✓
จารุณี ศรีปฎิมาธรรม, 2558		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mohsin et al., 2010		✓		✓	✓	✓			✓
Vivek et al., 2014		✓		✓		✓		✓	✓
Jamia, 2017		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓

หมายเหตุ * หมายถึง นักวิชาการต่างประเทศซึ่งผู้วิจัยนำตัวแปรมาใช้เป็นตัวแปรหลักในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

สรุป

ผลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวอ้างมาพบว่า ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของ Parasuraman et al. (2005) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ ด้านความเป็นส่วนตัว และปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด ด้านการติดต่อ ซึ่งตัวแปรมีความละเอียด และครอบคลุมตัวแปรของที่นักวิจัยท่านอื่น โดยการแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ คุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) และคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL)

ดังนั้นด้วยสถานการณ์ของประเทศไทยที่มีการแข่งขันดุเดือดทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องพัฒนารูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า จึงส่งผลให้เกิด การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่ง การสรุปดังกล่าวนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด โดยใช้ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการทาง อิเล็กทรอนิกส์ของ Parasuraman et al. มาเป็นต้นแบบในการศึกษา



บทที่ 3

ระเบียบการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Questions) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนที่ได้เตรียมการไว้ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้บริการทั้งเพศชายและหญิงผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไปซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารได้ด้วยตนเอง ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 5,682,415 คน (กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง, 2561)

3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สมัครใช้บริการทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งมีจำนวนไม่ชัดเจน ที่มีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไปซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารได้ด้วยตนเอง ที่อาศัยอยู่ใน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนมากจึงต้องมีการหนดตัวอย่างของขนาดตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนของประชาชน อีกทั้งช่วยประหยัดเวลา ค่าใช้จ่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล และยังสามารถควบคุมความเคลื่อนไหวได้ง่ายขึ้น แต่ทั้งนี้การกำหนดขนาดจะต้องมีขนาดที่เหมาะสมพอที่จะหาความเชื่อมั่นทางสถิติและเพียงพอที่จะสรุปถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ ได้กำหนดขนาดของกลุ่มโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากัน 95 % และค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่เกินกว่า 5% ระดับนัยสำคัญ .05 มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)} \quad (3-1)$$

กำหนด

$$n = \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$N = \text{จำนวนประชากรทั้งหมด (5682415)}$$

$$e = \text{ค่าความคลาดเคลื่อนของประชากรกลุ่มตัวอย่าง 0.05}$$

แทนค่า

$$n = \frac{5682415}{(1+5682415(0.05)^2)}$$

$$n = 5682415/14207$$

$$n = 399.97$$

จากการคำนวณโดยแทนค่าสูตร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 399.97 คน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างขนาดตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรที่สามารถเชื่อถือได้ คือ 400 คน

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยสามารถแบ่งเขตในกรุงเทพฯ จำนวน 50 เขต เป็น 3 กลุ่ม ตามการแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพฯ, 2561) ดังนี้

1) กรุงเทพมหานครชั้นใน (เขตเมือง) ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง และวัฒนา

2) กรุงเทพมหานครชั้นกลาง (เขตต่อเนื่อง) ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญจอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง และสายไหม

3) กรุงเทพมหานครชั้นนอก (เขตชานเมือง) ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ตลิ่งชัน หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน และทวีวัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยการกำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 3 กลุ่ม เทียบกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงกลุ่มเขตกรุงเทพมหานคร และจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มที่	ผู้บริโภครวม	จำนวนประชากรทั้งหมด (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
1	เขตกรุงเทพมหานครชั้นใน	1,741,746	124
2	เขตกรุงเทพมหานครชั้นกลาง	2,358,124	164
3	เขตกรุงเทพมหานครชั้นนอก	1,582,545	112
	รวม	5,682,415	400

ขั้นตอนที่ 3 เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้การเก็บข้อมูลตรงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยผู้ที่ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้สมัครใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ทำการเก็บข้อมูลในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเก็บแบบสอบถามจนกระทั่งได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน โดยเก็บแบบสอบถามตามสถานที่ ดังนี้

กรุงเทพมหานครชั้นใน : เซ็นทรัลพลาซ่าลาดพร้าว จำนวน 124 คน

กรุงเทพมหานครชั้นกลาง : แฟชั่นไอซ์แลนด์ จำนวน 164 คน

กรุงเทพมหานครชั้นนอก : บิ๊กซีสะพานใหม่ จำนวน 112 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการศึกษาวิจัยที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ในลักษณะที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง และนำผลการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แบบคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะของคำถามให้เลือกตอบได้แก่คำตอบเดียวจากที่กำหนดไว้ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยผู้วิจัยได้ดัดแปลงมาจากวิธีการศึกษาคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของ Parasuraman et al. (2005) จำนวน 22 ข้อ ได้แก่

- 1) คำถามเกี่ยวกับด้านประสิทธิภาพ (Efficiency)
- 2) คำถามเกี่ยวกับด้านความสามารถของระบบ (System Availability)
- 3) คำถามเกี่ยวกับด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment)
- 4) คำถามเกี่ยวกับด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยผู้วิจัยได้ดัดแปลงมาจากวิธีการศึกษาคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของ Parasuraman et al. (2005) จำนวน 10 ข้อ ได้แก่

- 1) คำถามเกี่ยวกับด้านการตอบสนอง (Responsiveness)
- 2) คำถามเกี่ยวกับด้านชดเชยข้อผิดพลาด (Compensation)
- 3) คำถามเกี่ยวกับด้านการติดต่อ (Contact)

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 3 ข้อ

โดยส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 มีคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close Ended Question) ตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยข้อความแต่ละข้อนั้นจะมีคำตอบให้เลือกในลักษณะของการประเมินค่าเป็น 5 ระดับตามแนวของ Likert Scale ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยมาก

การแปลผลคะแนน ผู้วิจัยแบ่งช่วงระดับคะแนน โดยใช้ค่าเฉลี่ยจากข้อมูลเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา โดยการหาความกว้างอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

โดยมีความกว้างของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความสำคัญ
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยมาก

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทดสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ รวมถึงความเหมาะสมของภาษา และนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจนครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแล้ว ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบและให้คะแนนรายข้อตามดุลยพินิจ เพื่อทำการตรวจหาความสอดคล้องของแบบสอบถามในการพิจารณาความเที่ยงของเนื้อหาโดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3-2)$$

เมื่อ IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence)
 $\sum R$ = ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

โดย ค่า +1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องสามารถนำไปใช้ได้
 ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามจะมีความสอดคล้อง
 ค่า -1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้อง และไม่สามารถนำไปใช้ได้
 N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยผู้วิจัยต้องการข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.6 ขึ้นไป (กล้า วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2558, น. 159) จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้อง หรือมีความเที่ยงของเนื้อหา

(Content Validity) อีกทั้งนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม เพื่อให้แบบสอบถามมีความชัดเจนครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวิจัย และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ จำนวน 30 คน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทำการวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความเข้าใจในคำถาม พร้อมกับปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด สำหรับการทดสอบความเชื่อมั่นหลังจากการเก็บข้อมูล ดังนี้

วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เป็นค่าที่ใช้ในการวัดความเชื่อมั่น หรือค่าที่ใช้วัดความสอดคล้องภายในของคำตอบของคำถามหลาย ๆ ข้อ ในแบบสอบถามชุดเดียวกัน โดยไม่ต้องวัด 2 ครั้ง หรือไม่ต้องมีการแบ่งครึ่ง ค่า Cronbach's Alpha เป็นค่าที่เกิดจากค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคำถามทุกข้อคำถาม โดยมีสูตรดังนี้

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \overline{\text{covariance}/\text{variance}}}{1+(k-1) \overline{\text{covariance}/\text{variance}}} \quad (3-3)$$

เมื่อ k = จำนวนคำถาม
 $\overline{\text{covariance}}$ = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
 $\overline{\text{variance}}$ = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ควรจะมีค่ามากกว่า 0.70 หรือร้อยละ 70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามสามารถเชื่อถือได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา, 2558, น. 159)

ตารางที่ 3.2 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

Dimensions	Item	Previous Study Cronbach's Alpha	Current Study Cronbach's Alpha	Source/ Adapted from
ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)				
ด้านประสิทธิภาพ	8	0.94	0.974	Parasuraman et al., 2005
ด้านความสามารถของระบบ	4	0.83	0.974	Parasuraman et al., 2005
ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ	7	0.89	0.974	Parasuraman et al., 2005
ด้านความเป็นส่วนตัว	3	0.83	0.974	Parasuraman et al., 2005
ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL)				
ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ	4	0.88	0.974	Parasuraman et al., 2005
ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด	3	0.77	0.974	Parasuraman et al., 2005
ด้านการติดต่อ	3	0.81	0.974	Parasuraman et al., 2005
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ				
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	3	0.73	0.975	Areeba et al., 2016
รวม	35		0.975	

สรุปผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยรวม มีค่า 0.975 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 หรือร้อยละ 70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามสามารถเชื่อถือได้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จาก 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทปฐมภูมิ (Primary Sources) และ แหล่งข้อมูลประเภททุติยภูมิ (Secondary Sources)

1) แหล่งข้อมูลประเภทปฐมภูมิ (Primary Sources) เป็นข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 400 คนนับตั้งแต่เดือนมกราคม – เมษายน พ.ศ 2562

2) แหล่งข้อมูลประเภททุติยภูมิ (Secondary Sources) ได้ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้ ได้แก่ เอกสารวิทยานิพนธ์ วารสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เป็นการให้ข่าวแก่สื่อมวลชนของระบบธุรกรรมออนไลน์ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด และสร้างเครื่องมือในการวิจัย

3.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของข้อมูลในส่วนแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อนำมาสรุปในการศึกษาและทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายข้อมูลส่วนที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐานของตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ด้านเพศ ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ Independent Sample : t-test

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ด้านอายุ ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test))

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ด้านอาชีพ ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจของ
ในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่ต่างกัน ทดสอบ
สมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance
(ANOVA : F-test))

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึง
พอใจในการใช้ผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่ต่างกัน ทดสอบสมมติฐาน
โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-
test))

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ด้านระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างส่งผลต่อ
ความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่ต่างกัน
ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of
Variance (ANOVA : F-test))

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-
QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร
กสิกรไทย ประกอบไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ด้านประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึง
พอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้
สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ด้านความสามารถของระบบ มีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ทดสอบ
สมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ มีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ทดสอบ
สมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ด้านความเป็นส่วนตัว มีความสัมพันธ์กับความพึง
พอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้
สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ประกอบไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานข้อที่ 3.3 ด้านการติดต่อ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา มีสถิติที่ใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

1.1) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2557, น. 38)

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \quad (3-4)$$

เมื่อ P คือ ค่าร้อยละ

f คือ ค่าที่ต้องการแปลงเป็นค่าร้อยละ

n คือ จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2557, น. 39)

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (3-5)$$

เมื่อ \bar{x} คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

x_i คือ คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x_i$ คือ ผลรวมของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2557, น. 48)

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1}} \quad (3-6)$$

เมื่อ SD คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

x_i คือ คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x_i^2$ คือ ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum \bar{x}^2$ คือ ผลรวมของค่าเฉลี่ยของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน มีสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ประกอบด้วย ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ โดยใช้สถิติ ดังนี้

2.1) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองประชากร โดยใช้ค่าสถิติ Independent Sample: t-test ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2557, น. 135)

กรณีที่ 1 ความแปรปรวนของสองประชากรเท่ากัน $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - d_0}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad (3-7)$$

โดยที่ $S_p^2 = \frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$ และ t มีองศาอิสระ โดยที่ $df = n_1 + n_2 - 2$

เมื่อ t คือ ค่าสถิติการแจกแจงแบบ t
 \bar{x}_1, \bar{x}_2 คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 S_p^2 คือ ความแปรปรวนร่วม
 n_1, n_2 คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 df คือ ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)

กรณีที่ 2 ความแปรปรวนของสองประชากรไม่เท่ากัน $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$ ใช้สูตร

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - d_0}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad (3-8)$$

โดยที่ t มีองศาอิสระ v โดยที่ $v = \frac{[S_1^2/n_1 + S_2^2/n_2]^2}{\frac{(S_1^2/n_1)^2}{n_1-1} + \frac{(S_2^2/n_2)^2}{n_2-1}}$

เมื่อ t คือ ค่าสถิติการแจกแจงแบบ t
 \bar{x}_1, \bar{x}_2 คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 S_1^2, S_2^2 คือ ความแปรปรวนร่วมของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 n_1, n_2 คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มที่ 2
 df คือ ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)

2.2) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA: F-test)) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2557, น. 145)

$$F = \frac{MSTrt}{MSE} \quad (3-9)$$

โดยที่ F มีองศาอิสระ $k-1, n-k$

เมื่อ F คือ ค่าสถิติการแจกแจงแบบ F
 $MSTrt$ คือ ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSE คือ ความแปรปรวนภายในกลุ่มกลุ่ม

K คือ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ถ้าหาผลการทดสอบกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของประชากรแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการทดสอบกลุ่มตัวอย่างรายคู่โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ในกรณีค่าความแปรปรวนจากการทดสอบเท่ากันด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชย์ บัญชา 2557, น. 161)

$$\text{LSD} = t_{1-\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{\text{MSE} \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad \text{โดยที่ } n = \sum_{i=1}^k n_i \quad (3-10)$$

เมื่อ LSD คือ ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบการทดสอบรายคู่

MSE คือ ความแปรปรวนภายในกลุ่มกลุ่ม

n_i คือ จำนวนของกลุ่ม i

n_j คือ จำนวนของกลุ่ม j

K คือ จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

α คือ ระดับนัยสำคัญ

การทดสอบกลุ่มตัวอย่างรายคู่โดยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ในกรณีค่าความแปรปรวนจากการทดสอบไม่เท่ากันใช้วิธี Dunnett's T3 ใช้สูตรดังนี้ (Keppel, 1982)

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}} \quad (3-11)$$

เมื่อ \bar{d}_D คือ สถิติที่ใช้พิจารณาความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง

q_D คือ ค่าจากตาราง Critical Values of the Dunnett Test

$MS_{S/A}$ คือ ค่าความคลาดเคลื่อนจากความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

S คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.3) การอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) อธิบายได้ดังสมการต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2557, น. 293)

โดยผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล จะเขียนสมการในรูปคะแนนดิบ ได้สมการดังนี้

$$\hat{Y} = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_kx_k \quad (3-12)$$

เมื่อ \hat{Y} คือ ค่าพยากรณ์ของตัวแปรตาม

a คือ ค่าคงที่

x_1, x_2, \dots, x_k คือ ค่าตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง k

b_1, b_2, \dots, b_k คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในการพยากรณ์ตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง k ในรูปคะแนนดิบ

และเขียนสมการคะแนนมาตรฐาน ได้สมการดังนี้ (สุวิมล ตรีภานันท์, 2546, น. 122)

$$z_y = \beta_1z_{x1} + \beta_2z_{x2} + \dots + \beta_kz_{xk} \quad (3-13)$$

เมื่อ z_y คือ ค่าพยากรณ์ของตัวแปรตามในรูปคะแนนมาตรฐาน

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในการพยากรณ์ตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง k ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$z_{x1}, z_{x2}, \dots, z_{xk}$ คือ ค่าของคะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึง k

k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ

4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

1) ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน

2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ ด้านความเป็นส่วนตัว ที่มีความสัมพันธ์กันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

3) ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ประกอบด้วย ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด ด้านการติดต่อ ที่มีความสัมพันธ์กันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการอธิบาย แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	147	36.75
หญิง	253	63.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน (ร้อยละ 63.25) และเพศชาย จำนวน 147 คน (ร้อยละ 36.75)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	112	28.00
26-40 ปี	234	58.50
41-55 ปี	47	11.75
มากกว่า 55 ปี	7	1.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่มีอายุ 26-40 ปี จำนวน 234 คน (ร้อยละ 58.50) รองลงมา คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 112 คน (ร้อยละ 28.00) และ น้อยที่สุด คือ มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.75)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	63	15.75
ปริญญาตรี	271	67.75
ปริญญาโท	63	15.75
สูงกว่าปริญญาโท	3	0.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่มีระดับปริญญาตรี จำนวน 271 คน (ร้อยละ 67.75) รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาโท คือ จำนวน 63 คน (ร้อยละ 15.75) เท่ากัน และน้อยที่สุด คือ สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 3 คน (ร้อยละ 0.75)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	71	17.75
อาชีพอิสระ	23	5.75
รับจ้างทั่วไป	12	3.00
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	20	5.00
พนักงานบริษัทเอกชน	260	65.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	3.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 260 คน (ร้อยละ 65.00) รองลงมา คือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษาคือ จำนวน 71 คน (ร้อยละ 17.75) และน้อยที่สุด คือ รับจ้างทั่วไป จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.00)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	67	16.75
10,001 – 25,000 บาท	160	40.00
25,001 – 40,000 บาท	92	23.00
40,001 – 55,000 บาท	36	9.00
55,001 – 70,000 บาท	21	5.25
70,001 บาทขึ้นไป	24	6.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท จำนวน 160 คน (ร้อยละ 40.00) รองลงมา คือ รายได้ต่อเดือน 25,001 – 40,000 บาทคือ จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.00) และน้อยที่สุด คือ รายได้ 55,001 – 70,000 บาท จำนวน 21 คน (ร้อยละ 5.25)

4.2 ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการอธิบาย ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{x}	SD	แปลผล	อันดับ
1. ด้านประสิทธิภาพ	3.83	0.72	มาก	2
2. ด้านความสามารถของระบบ	3.76	0.71	มาก	4

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทาง อิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
3. ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ	3.89	0.71	มาก	1
4. ด้านความเป็นส่วนตัว	3.81	0.76	มาก	3
รวม	3.82	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยรวมมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.65$) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.71$) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.71$) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.76$) และ ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.71$)

4.2.1 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านประสิทธิภาพ

ด้านประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1) สามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการในระบบ ธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้ อย่างง่ายดาย	3.77	0.85	มาก	8
2) สามารถเข้าถึงเมนูคำสั่งต่าง ๆ ในระบบ ธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้ อย่างง่ายดาย	3.80	0.81	มาก	6
3) สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ในระบบ ธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้ อย่างรวดเร็ว	3.90	0.90	มาก	1

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านประสิทธิภาพ (ต่อ)

ด้านประสิทธิภาพ	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
4) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยจัดวางข้อมูลได้อย่างเป็นระเบียบ	3.78	0.85	มาก	7
5) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการแสดงผลข้อมูล หรือการทำ ธุรกรรม (Load) ได้อย่างรวดเร็ว	3.83	0.82	มาก	4
6) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีวิธีการใช้งานต่อการเข้าใจ	3.89	0.84	มาก	2
7) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการประมวล (Process) การทำ รายการต่าง ๆ ทำได้อย่างรวดเร็ว	3.84	0.84	มาก	3
8) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการจัดลำดับ โครงสร้างของเมนู หน้าจอและ มีลำดับขั้นตอนการทำรายการ ได้อย่างเหมาะสม	3.83	0.84	มาก	5
รวม	3.83	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, $SD = 0.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $SD = 0.90$) รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีวิธีการใช้งานต่อการเข้าใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.84$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างง่ายดายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, $SD = 0.85$)

4.2.2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านความสามารถของระบบ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านความสามารถของระบบ

ด้านความสามารถของระบบ	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอและมีความพร้อมใช้งานตลอดเวลา	3.75	0.86	มาก	3
2) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียม	3.92	0.81	มาก	1
3) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงานหรือหยุดทำงานระหว่างการทำงาน	3.60	0.86	มาก	4
4) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่หยุดนิ่งหลังจากการบันทึกข้อมูล หรือทำธุรกรรม	3.77	0.85	มาก	2
รวม	3.76	0.71	มาก	

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้ถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, $SD = 0.81$) รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่หยุดนิ่งหลังจากการบันทึกข้อมูล หรือทำธุรกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, $SD = 0.85$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร

กสิกรไทยไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงานหรือหยุดทำงานระหว่างการทำงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.86$)

4.2.3 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ

ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถทำตามข้อตกลงที่ได้กำหนด	3.84	0.84	มาก	6
2) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้ตามระยะเวลาที่เหมาะสม	3.86	0.82	มาก	4
3) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถการทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว	3.96	0.82	มาก	2
4) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการได้ถูกต้อง	3.99	0.81	มาก	1
5) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถการใช้งานได้ครบทุกบริการที่นำเสนอ หรือตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้	3.85	0.84	มาก	5
6) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการยืนยันข้อมูลการทำรายการต่าง ๆ เช่น ระบบแจ้งผลผ่าน E-mail หรือ SMS	3.94	0.88	มาก	3

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (ต่อ)

ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
7) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความน่าเชื่อถือ เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น	3.81	0.79	มาก	7
รวม	3.89	0.71	มาก	

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการได้ถูกต้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, $SD = 0.81$) รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถการทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.82$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความน่าเชื่อถือ เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.79$)

4.2.4 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านความเป็นส่วนตัว

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านความเป็นส่วนตัว

ด้านความเป็นส่วนตัว	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนี้ป้องกันข้อมูลพฤติกรรมกรรมการทำธุรกรรมของลูกค้า	3.79	0.84	มาก	2
2) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ให้กับเว็บไซต์อื่น	3.78	0.82	มาก	3
3) ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยป้องกันข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต หรือข้อมูลทางการเงิน	3.86	0.85	มาก	1
รวม	3.81	0.76	มาก	

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, $SD = 0.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยป้องกันข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต หรือข้อมูลทางการเงินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 0.85$) รองลงมา คือระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนี้ป้องกันข้อมูลพฤติกรรมกรรมการทำธุรกรรมของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, $SD = 0.84$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ให้กับเว็บไซต์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, $SD = 0.82$)

4.3 ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการอธิบาย ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL)

ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบ ระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL)	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ	3.77	0.70	มาก	1
2. ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด	3.61	0.82	มาก	3
3. ด้านการติดต่อ	3.63	0.83	มาก	2
รวม	3.67	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยรวมมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = 0.70$) เมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) ($\bar{X} = 3.77$, $SD = 0.70$) รองลงมา คือ ด้านการติดต่อ (Contact) ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.83$) และด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) ($\bar{X} = 3.61$, $SD = 0.82$) ตามลำดับ

4.3.1 ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ

ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1) มีความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรม	3.84	0.80	มาก	1
2) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลง	3.73	0.80	มาก	3
3) มีการรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรม	3.80	0.82	มาก	2
4) มีความเตรียมพร้อมในการดูแลปัญหา	3.73	0.83	มาก	3
รวม	3.77	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) พบว่าโดยรวมผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, $SD = 0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, $SD = 0.80$) การรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, $SD = 0.82$) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.80$) มีความเตรียมพร้อมในการดูแลปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, $SD = 0.83$) ตามลำดับ

4.3.2 ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด

ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1) การชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบจากการทำธุรกรรม	3.58	0.87	มาก	3
2) การชดเชยจากข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตามเวลา	3.60	0.88	มาก	2
3) มีกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสม	3.64	0.87	มาก	1
รวม	3.61	0.82	มาก	

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, $SD = 0.82$) เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, $SD = 0.87$) มีการชดเชยจากข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตามเวลา ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.88$) และมีการชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบจากการทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$, $SD = 0.87$) ตามลำดับ

4.3.3 ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการติดต่อ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการติดต่อ

ด้านการติดต่อ	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1) การให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้งาน	3.60	0.92	มาก	3
2) การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online	3.60	0.92	มาก	2
3) ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหา	3.69	0.87	มาก	1
รวม	3.63	0.83	มาก	

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ด้านการติดต่อ (Contact) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, $SD = 0.83$) เมื่อพิจารณารายชื่อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ มีความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, $SD = 0.87$) มีการให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้ และมีการมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, $SD = 0.92$) ตามลำดับ

4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1. พึงพอใจกับการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	3.96	0.78	มาก	1
2. พึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย	3.96	0.80	มาก	2
3. พึงพอใจกับการบริการโดยรวมของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนั้นดีกว่าที่ท่านคาดไว้	3.89	0.80	มาก	3
รวม	3.93	0.74	มาก	

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, $SD = 0.74$) เมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความพึงพอใจกับการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.80$) มีความพึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.76$) และพึงพอใจกับการบริการโดยรวมของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนั้นดีกว่าที่ท่านคาดไว้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.80$) ตามลำดับ

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.5.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่ต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent Sample : t-test และด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test)) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 สามารถนำเสนอตัวแปรที่ตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่ต่างกันทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Independent Sample : t-test

H_0 : เพศที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน จำแนกด้านเพศ

เพศ	จำนวน	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
ชาย	147	4.00	0.74	1.42	0.159
หญิง	253	3.89	0.74		

จากตารางที่ 4.16 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างไม่เท่ากันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 0.295$, Sig 0.588) ผลการทดสอบ

สมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน ($t = 1.42$, Sig.[2-tailed] = 0.159) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าเพศของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test))

H_0 : อายุที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันจำแนกด้านอายุ

อายุ	จำนวน	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	112	3.80	0.78	1.681	0.170
26-40 ปี	234	3.99	0.70		
41-55 ปี	47	3.96	0.82		
มากกว่า 55 ปี	7	4.00	0.82		

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.170) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าอายุที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test))

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันจำแนกด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	63	3.94	0.78	0.681	0.564
ปริญญาตรี	271	3.91	0.73		
ปริญญาโท	63	3.99	0.77		
สูงกว่าปริญญาโท	3	4.44	0.96		

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.564) ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test))

H_0 : อาชีพที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน จำแนกด้านอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	\bar{X}	SD	F	Sig.
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	71	3.65	0.78		
อาชีพอิสระ	23	4.00	0.65		
รับจ้างทั่วไป	12	3.72	1.21		
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	20	4.25	0.71	3.339	0.006*
พนักงานบริษัทเอกชน	260	3.99	0.73		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	4.02	0.74		

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.006) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าอาชีพของผู้ใช้บริการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน และจากการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Levene Statistic = 2.440, Sig. = 0.034) แสดงว่า มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้การทดสอบด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant

Difference (LSD) จำแนกด้านอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	อาชีพ อิสระ	รับจ้าง ทั่วไป	เจ้าของ กิจการ/ ธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	-	-0.35 (0.051)	-0.07 (0.769)	-0.595* (0.001)	-0.330* (0.001)	-0.37 (0.086)
อาชีพอิสระ		-	0.28 (0.288)	-0.25 (0.266)	0.01 (0.930)	-0.02 (0.924)
รับจ้างทั่วไป			-	-0.527* (0.049)	-0.26 (0.224)	-0.30 (0.296)
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ ส่วนตัว				-	0.26 (0.121)	0.23 (0.377)
พนักงานบริษัทเอกชน					-	-0.04 (0.851)
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ						-

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) จำแนกด้านอาชีพของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย พบว่า

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษามีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (Mean Difference = 0.595, Sig. = 0.001) และมีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Mean Difference = 0.330, Sig. = 0.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว (Mean Difference = -0.527, Sig. = 0.049) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance (ANOVA : F-test))

H_0 : ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน จำแนกด้านระดับรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	\bar{X}	SD	F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	67	3.62	0.84	3.875	0.002*
10,001 – 25,000 บาท	160	3.94	0.70		
25,001 – 40,000 บาท	92	4.07	0.66		
40,001 – 55,000 บาท	36	3.91	0.84		
55,001 – 70,000 บาท	21	4.25	0.67		
70,000 บาทขึ้นไป	24	3.99	0.71		

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. = 0.002) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสามารถสรุปได้ว่าระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกัน และจากการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างไม่เท่ากันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Levene Statistic = 1.885, Sig. = 0.096) แสดงว่า มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยใช้การทดสอบด้วยวิธี Dunnett's T3 เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 จำแนกด้านระดับรายได้ต่อเดือน

อาชีพ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,001 – 25,000 บาท	25,001 – 40,000 บาท	40,001 – 55,000 บาท	55,001 – 70,000 บาท	70,000 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	-	-0.32 (0.101)	-0.444* (0.007)	-0.28 (0.799)	-0.629* (0.016)	-0.36 (0.480)
10,001 – 25,000 บาท		-	-0.13 (0.922)	0.04 (1.00)	-0.31 (0.547)	-0.04 (1.000)
25,001 – 40,000 บาท			-	0.16 (0.994)	-0.19 (0.981)	0.08 (1.000)
40,001 – 55,000 บาท				-	-0.35 (0.744)	-0.08 (1.00)
55,001 – 70,000 บาท					-	0.27 (0.951)
70,000 บาทขึ้นไป						-

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Dunnett's T3 จำแนกด้านระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 25,001 – 40,000 บาท (Mean Difference = 0.444, Sig. = 0.007) และมีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 55,001 – 70,000 บาท (Mean Difference = 0.629, Sig. = 0.016) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.2 สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ในการทดสอบสมมติฐานทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ประกอบไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกร

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.887	0.161		5.506	0.000		
ด้านประสิทธิภาพ (x_1)	0.205	0.066	0.197	3.116	0.002*	0.325	3.075
ด้านความสามารถของระบบ(x_2)	0.228	0.072	0.218	3.194	0.002*	0.280	3.573
ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ(x_3)	0.235	0.081	0.223	2.890	0.004*	0.219	4.561
ด้านความเป็นส่วนตัว(x_4)	0.128	0.054	0.131	2.377	0.018*	0.432	2.313

R = 0.696 R² = 0.484 Adj.R² = 0.479 SEE = 0.537 F=92.67 Sig. = 0.000*
Durbin-Watson = 2.096

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย พบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับน้อย ($R = 0.696$) มีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 47.9 ($\text{Adj.}R^2 = 0.479$) มีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.537 ($\text{SEE} = 0.537$) มีค่า Tolerance ต่ำสุดอยู่ที่ 0.219 และ VIF มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 4.561 จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) และความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระจากกัน ($\text{Durbin-Watson} = 2.096$)

ด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.223 ($\beta = 0.223$) รองลงมา คือ ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.218 ($\beta = 0.218$) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.197 ($\beta = 0.197$) และน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.131 ($\beta = 0.131$)

สามารถเขียนอยู่ในรูปสมการคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้
สมการคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.887 + 0.205X_1 + 0.228X_2 + 0.235X_3 + 0.128X_4$$

สมการคะแนนมาตรฐาน

$$Z_y = 0.197X_1 + 0.218X_2 + 0.223X_3 + 0.131X_4$$

4.5.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ในการทดสอบสมมติฐานทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ประกอบไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

สมมติฐานข้อที่ 3.3 ด้านการติดต่อ (Contact) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ	B	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.057	0.144		7.361	0.000		
ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ(x_1)	0.496	0.063	0.469	7.892	0.000*	0.347	2.879
ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด(x_2)	0.124	0.053	0.136	2.347	0.019*	0.363	2.753
ด้านการติดต่อ(x_3)	0.154	0.048	0.171	3.196	0.002*	0.427	2.345

R = 0.717 R² = 0.514 Adj.R² = 0.511 SEE = 0.520 F=139.877 Sig. = 0.000*

Durbin-Watson = 2.005

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย พบว่า ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) ด้านการติดต่อ (Contact) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับมาก ($R = 0.717$) มีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 51.1 ($\text{Adj.}R^2 = 0.511$) มีความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.520 ($\text{SEE} = 0.520$) มีค่า Tolerance ต่ำสุดอยู่ที่ 0.347 และ VIF มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 2.879 จึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) และความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระจากกัน ($\text{Durbin-Watson} = 2.005$)

ด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.469 ($\beta = 0.469$) รองลงมา คือ ด้านการติดต่อ (Contact) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.171 ($\beta = 0.171$) และน้อยที่สุด คือ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.136 ($\beta = 0.136$)

สามารถเขียนอยู่ในรูปสมการคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 1.057 + 0.496X_1 + 0.124X_2 + 0.154X_3$$

สมการคะแนนมาตรฐาน

$$Z_y = 0.469X_1 + 0.136X_2 + 0.171X_3$$

4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
ข้อมูลส่วนบุคคล			
เพศ	t-Test	0.159	ไม่แตกต่าง
อายุ	F-Test	0.170	ไม่แตกต่าง
ระดับการศึกษา	F-Test	0.564	ไม่แตกต่าง
อาชีพ	F-Test	0.006*	แตกต่าง
รายได้ต่อเดือน	F-Test	0.002*	แตกต่าง
ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)			
ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency)	MRA	0.002*	มีความสัมพันธ์
ด้านความสามารถของระบบ (System Availability)	MRA	0.002*	มีความสัมพันธ์
ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment)	MRA	0.004*	มีความสัมพันธ์
ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)	MRA	0.018*	มีความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL)			
ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness)	MRA	0.000*	มีความสัมพันธ์
ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation)	MRA	0.019*	มีความสัมพันธ์
ด้านการติดต่อ (Contact)	MRA	0.002*	มีความสัมพันธ์

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย และเพื่อศึกษาข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและกำหนดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้เกิดคุณภาพที่ดีและเกิดความประทับใจในการใช้บริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งตัวแปรอิสระที่ใช้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ ด้านความเป็นส่วนตัว ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ประกอบด้วย ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด ด้านการติดต่อ และตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน (ร้อยละ 63.25) มีอายุ 26-40 ปี จำนวน 234 คน (ร้อยละ 58.50) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 271 คน (ร้อยละ 67.75) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 260 คน (ร้อยละ 65.00) มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท จำนวน 160 คน (ร้อยละ 40.00)

5.1.2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ ด้านความเป็นส่วนตัว โดยรวมผู้ให้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) โดยด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา คือ ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ($\bar{X} = 3.83$) และด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ($\bar{X} = 3.81$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ($\bar{X} = 3.76$) สรุปผลได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) พบว่า โดยรวมผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการได้ถูกต้องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถการทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความน่าเชื่อถือ เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$)

2) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีวิธีการใช้ง่ายต่อการเข้าใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างง่ายดายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$)

3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยป้องกันข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต หรือข้อมูลทางการเงินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนี้ป้องกันข้อมูลพฤติกรรมการทำธุรกรรมของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ให้กับเว็บไซต์อื่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$)

4) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่หยุดนิ่งหลังจากการบันทึกข้อมูล หรือทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงานหรือหยุดทำงานระหว่างการทำงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$)

5.1.3 ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL)

จากการศึกษาปัจจัยทางด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด ด้านการติดต่อ โดยรวมผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) โดยด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมา คือ ด้านการติดต่อ (Contact) ($\bar{X} = 3.63$) และด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) ($\bar{X} = 3.61$) สรุปผลได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่ามีความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมา คือ การรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$)

2) ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการติดต่อ (Contact) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่ามีความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมา คือ มีการให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้ และ มีการมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เท่ากัน

3) ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) พบว่า โดยรวมผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่ามีกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมา คือ มีการชดเชยจาก

ข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตามเวลา ($\bar{X} = 3.60$) และ คือ มีการชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบจากการทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$)

5.1.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความพึงพอใจกับการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) และ มีความพึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เท่ากัน และพึงพอใจกับการบริการโดยรวมของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนั้นดีกว่าที่ท่านคาดไว้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$)

5.1.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

1) สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร

กสิกรไทยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ($\beta = 0.223$) รองลงมา คือ ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ($\beta = 0.218$) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ($\beta = 0.197$) และน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ($\beta = 0.131$)

3) สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) ด้านการติดต่อ (Contact) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ ($\beta = 0.469$) รองลงมา คือ ด้านการติดต่อ (Contact) ($\beta = 0.171$) และน้อยที่สุด คือ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) ($\beta = 0.136$)

5.2 กรอบแนวคิดใหม่



รูปที่ 5.1 กรอบแนวความคิดการวิจัยใหม่

5.3 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ประกอบด้วย ด้านประสิทธิภาพ ด้านความสามารถของระบบ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ ด้านความเป็นส่วนตัว ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้ บริการ (E-RecS-QUAL) ประกอบด้วย ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด ด้านการติดต่อ ผู้วิจัยสามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์ด้านข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 25,000 บาท ผลการศึกษาปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1) อาชีพ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรศยา ธีรวิชัยกุล (2556) ที่กล่าวว่าคนที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมี แนวคิด พฤติกรรม ความคิด อุดมการณ์ และค่านิยมที่แตกต่างกันไป

โดยพบว่าผู้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยน้อยกว่า ผู้บริการที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เนื่องจากอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษาเป็นอาชีพที่ไม่ได้มีความจำเป็นในการทำธุรกรรมทางการเงินบ่อยครั้งเหมือนผู้บริการที่

มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจในการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพอิสระ พนักงานบริษัทเอกชนเนื่องจากเป็นอาชีพที่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการอินเทอร์เน็ตและสมาร์ตโฟนในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก เพื่อใช้ทำธุรกรรมทางการเงินในอาชีพของตนเอง หรือเพื่อสนองความต้องการของตนเอง เช่น การซื้อขายสินค้าออนไลน์ หรือการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปสาขาของธนาคารเพื่อทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ดังนั้นการใช้บริการระบบธุรกรรมออนไลน์จึงทำให้ผู้ใช้งานสามารถดำเนินการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เพื่อความคล่องตัวของธุรกิจมากยิ่งขึ้น

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉวีชาธิ์ ชุติวัดนิภานิตย์ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล อาชีพที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการระบบ K PLUS SME ธนาคารกสิกรไทยไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2) รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2546) เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ที่ว่ารายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่แสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่าย ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีรายได้สูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความรู้ และเข้าใจในการเข้าถึงและใช้เทคโนโลยีได้มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้น้อยที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงหรือเรียนรู้และใช้เทคโนโลยีในการทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยซึ่งอาจมีความกังวลเรื่องความปลอดภัยหรือไม่ได้มีเหตุจำเป็นที่ต้องใช้บ่อยครั้งเหมือนผู้ที่มีรายได้ในระดับสูงที่อาจจะต้องมีความจำเป็นในการใช้งาน เพื่อทำงาน ติดต่อกิจ หรือซื้อขายสินค้าออนไลน์ จึงทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมวิทย์ วรรณประเสริฐ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ในกลุ่มของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์” พบว่า รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการ เคโมบายแบงก์กิ้งพลัส มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) รองลงมา คือ ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) อภิปรายผลได้ดังนี้

2.1) ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด โดยผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการได้ถูกต้อง ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถการทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วอยู่

ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์วราวุธ หมื่นยุทธ (2552) ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” พบว่า มิติความสามารถในการนำเสนอบริการตามที่ได้เผยแพร่และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ (Fulfillment) มีผลต่อระดับความพึงพอใจมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” พบว่า ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohsin et al. (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” พบว่า ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vivek et al. (2014) ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการทำให้

บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ‘ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบพกพาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย’ พบว่า ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.2) ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) ส่งผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในระดับมาก โดยผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียม อยู่ในระดับมาก ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่หยุดนิ่งหลังจากการบันทึกข้อมูล หรือทำธุรกรรม

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์วราวุทธิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบบพกพา โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติความแม่นยำถูกต้องในการทำงานของระบบ (System Availability) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ‘ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบพกพาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย’ ผลการศึกษาพบว่า ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) เกี่ยวกับความถูกต้องในการทำงานของเว็บไซต์ มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

2.3) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ส่งผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในระดับมาก โดยผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึง

พอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีวิธีการใช้งานง่ายต่อการเข้าใจ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์วราวุธ หนีญุทธิ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” พบว่า มิติการใช้งานง่ายและความเร็วในการเข้าถึง (Efficiency) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohsin, Arshad, Saleem and Kashif (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vivek et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) เช่น เว็บไซต์ใช้งานง่าย มีโครงสร้างที่ถูกต้อง และการขอร้องของข้อมูลจากผู้ให้บริการในปริมาณที่น้อย มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ความง่ายในการเข้าถึงเว็บไซต์ มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และมีความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างคุณภาพบริการด้านการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.4) ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่งผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่าระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยป้องกันข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต หรือข้อมูลทางการเงินอยู่ในระดับมาก ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนี้ป้องกันข้อมูลพฤติกรรมกรรมการทำธุรกรรมของลูกค้า

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์วราวุทธิ หมั่นยุทธ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของลูกค้า (Privacy) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohsin, Arshad, Saleem and Kashif (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง ‘ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย’ ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

3) ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้ บริการ (E-RecS-QUAL) ส่งผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย โดยด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) รองลงมา คือ ด้านการติดต่อ (Contact) และด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) อภิปรายผลได้ดังนี้

3.1) ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) ส่งผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในระดับมาก โดยผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่ามีความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมอยู่ในระดับมาก ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรม

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์วราวุทธิ หมั่นยุทธ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาต่าง ๆ (Responsiveness) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อ

ความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohsin et al. (2010) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพบริการออนไลน์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในภาคการธนาคารของประเทศปากีสถาน” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vivek et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) เกี่ยวกับความยืดหยุ่น ความรวดเร็ว ความสม่ำเสมอ และความถูกต้องของการบริการ มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness) เกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้ความช่วยเหลือลูกค้าในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.2) ด้านการติดต่อ (Contact) ส่งผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในระดับมาก โดยผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่ามีความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาในระดับมาก ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา มีการให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้ และมีการมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์วราวุฑฒิ หมั่นยูทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติความสามารถในการติดต่อผ่านวิธีการต่าง ๆ (Contact) มีผลต่อความพึงพอใจในระดับมาก และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการติดต่อใช้บริการ (Contact) มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vivek et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่อง “กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการเงินในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการติดต่อใช้บริการ (Contact) ความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือทางโทรศัพท์หรือผ่านระบบออนไลน์ มีผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service Quality) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบกึ่งกับคามพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่า ด้านการติดต่อใช้บริการ (Contact) ความพร้อมในการให้ความช่วยเหลือทางโทรศัพท์หรือผ่านระบบออนไลน์ มีผลเชิงบวกต่อคามพึงพอใจของลูกค้า

3.3) ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) ส่งผลคามพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในระดับมาก โดยผู้ให้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความเห็นว่ามีกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก ทำให้ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์วราวุทธิ หมั่นยุทธิ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กึ่ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า มิติ การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) มีผลต่อระดับคามพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี ศรีปฎิมาธรรม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อคามพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค” ผลการศึกษาพบว่า การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) มีผลต่อระดับคามพึงพอใจอยู่ในระดับสูง

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาและข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป สามารถสรุปได้ดังนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งธนาคารสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาหรือปรับปรุงระบบธุรกรรมออนไลน์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ในที่สุด

โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย พร้อมทั้งได้ระบุถึงความสำคัญของแต่ละปัจจัยว่าส่งผลมากน้อยเพียงใด พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ปัจจัยด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ ธนาคารสามารถนำข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการให้บริการบริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ได้ ดังนี้

1) ด้านข้อมูลส่วนบุคคล จากผลการศึกษาพบว่าอาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้ผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย โดยผู้ที่มีรายได้สูงมีความพึงพอใจในการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย ดังนั้นธนาคารกสิกรไทยและนักสื่อสารการตลาดควรพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้งานที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน สำหรับกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูงก็ควรที่จะพัฒนาปรับปรุงลักษณะการให้บริการต่าง ๆ มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการกับผู้ใช้งานในกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูงเช่นการพัฒนารูปแบบการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับการทำธุรกิจ ทั้งธุรกิจขนาดเล็กและธุรกิจขนาดย่อม (SME) ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบบริการธุรกรรมทางการเงินสำหรับการทำธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) การโอนเงินแบบกลุ่มสำหรับคู่ค้า หรือการขอสินเชื่ออนุมัติสำหรับการทำธุรกิจ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้นทั้งต่อระบบธุรกรรมออนไลน์ และธนาคารกสิกรไทย

และนอกจากนั้นต้องมุ่งเน้นทางการสื่อสารทางการตลาดโดยให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับระบบธุรกรรมออนไลน์ และธนาคารกสิกรไทยเพิ่มมากขึ้นกับกลุ่มผู้ใช้งานที่มีรายได้น้อย โดยจะต้องใช้วิธีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา และไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ใช้งานกลุ่มดังกล่าวมี

ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับระบบธุรกรรมออนไลน์ และธนาคารกสิกรไทยมากขึ้น เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจเชิงบวกและมีการใช้งานเพิ่มมากยิ่งขึ้นต่อไป

2) ด้านคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) จากผลการศึกษาพบว่า ด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) หมายถึงความสามารถในการนำเสนอบริการตามที่ได้เผยแพร่ และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ เป็นด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ธนาคารควรพัฒนาระบบธุรกรรมออนไลน์ให้สามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการได้ถูกต้อง สามารถทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และมีการยืนยันข้อมูลการทำรายการต่าง ๆ เช่น ระบบแจ้งผลผ่าน E-mail หรือ SMS ให้มีมติเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านความสามารถของระบบ (System Availability) หมายถึงความมั่นคงยำ ถูกต้องในการทำงานของระบบ เป็นด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ โดยธนาคารควรพัฒนาระบบธุรกรรมออนไลน์ให้สามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียม และระบบจะต้องสามารถทำงานได้อย่างหยุดนิ่งหลังจากการบันทึกข้อมูล รวมทั้งสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอ และมีความพร้อมใช้งานตลอดเวลา เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึงการใช้งานง่ายและความเร็วในการเข้าถึง เป็นด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ โดยธนาคารควรพัฒนาระบบธุรกรรมออนไลน์ให้สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีวิธีการใช้ง่ายต่อการเข้าใจ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ส่วนด้านที่ด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึงระดับความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของผู้ใช้บริการ แต่ธนาคารก็ยังคงพัฒนา ปรับปรุงระบบธุรกรรมออนไลน์ในเรื่องของ ธนาคารจะต้องป้องกันข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต ข้อมูลพฤติกรรมในการทำธุรกรรมของลูกค้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจและไว้วางใจในการใช้บริการเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจ

3) ด้านคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการเช่นกัน ดังนั้นธนาคารควรที่จะพัฒนา ปรับปรุงให้ส่วนนี้ด้วย โดยด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความ

พึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness) ธนาคารจะต้องให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรม การรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรม พนักงานจะต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลงอยู่และ มีความพร้อมในการดูแลปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการความพึงพอใจ

รองลงมา คือ ด้านการติดต่อ (Contact) เป็นด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความถึงพอใจ ธนาคารควรที่จะพัฒนา ปรับปรุง ในเรื่องของความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาการให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้ และมีการมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online เพื่อให้ผู้ใช้บริการความพึงพอใจ

ด้านการชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation) เป็นด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความถึงพอใจ ธนาคารควรที่จะพัฒนา ปรับปรุง ในเรื่องของกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสมอยู่ มีการชดเชยจากข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตามเวลา และมีการชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบจากการทำธุรกรรม เพื่อการสร้างความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ และความเอาใจใส่ในการแก้ไขปัญหาของลูกค้า จะเป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของธนาคาร และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

5.4.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการธนาคารออนไลน์เพื่อที่จะได้ทราบถึงสาเหตุหลักของการไม่ใช้บริการ เพื่อไว้ทำเป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนาเพื่อให้เกิดการทดลองใช้ และใช้ซ้ำในครั้งต่อไป ควรทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย กับธนาคารอื่น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยให้ทันสมัย ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

2) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Approach) ซึ่งมีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ ในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือกลุ่มสัมภาษณ์ (Focus Groups) เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยใน

เชิงลึกเพื่อที่จะได้นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยมากยิ่งขึ้น

3) การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทย ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรจะศึกษากลุ่มตัวอย่างในเขตปริมณฑล และหัวเมืองใหญ่ในภาคต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สามารถครอบคลุมตัวอย่างประชากรทั้งประเทศที่เป็นผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง. (2561). *ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร*. สืบค้นจาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
- กระปุกดอทคอม. (2561). *ข้อมูลสรุปพีรค่าธรรมเนียมผ่านธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารต่าง ๆ* สืบค้นจาก <https://money.kapook.com/view191229.html>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). *ข้อมูลจำนวนการทำธุรกรรมทุกประเภทผ่านแอปพลิเคชัน K Plus* สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/799632>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สถิติสถิติสำหรับการบริการและการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา, และจิตา วานิชย์บัญชา. (2558). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 25). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- จารุณี ศรีปฎิมาธรรม. (2558). *คุณภาพเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจของผู้บริโภค*. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า, (1), 101.
- ชัยวัฒน์ ปัญญาพงษ์, และณรงค์ เทียนส่ง. (2521) *ประชากรศาสตร์และประชากรศึกษา*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- ณัชชาธิ์ ชุติวัดนิทานิตย์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบ K PLUS SME ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสตัมฟอร์ด, กรุงเทพฯ.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2561). *Digital banking (K-PLUS, K-CYCER)*. สืบค้นจาก <http://www.kasikornbank.com>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). *ธุรกรรมการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet banking*. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/>
- ธรรมวิทย์ วรรณประเสริฐ. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เคโมบายแบงก์ กิงพลัส ในกลุ่มของผู้ทำธุรกรรมทางการเงินออนไลน์* (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสตัมฟอร์ด, กรุงเทพฯ.
- แบรนด์อินไซด์. (2561). *ข้อมูลจำนวนสาขาธนาคารรวมทั้งระบบ* สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/bank-branch-decrease-digital-banking-growth/>
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พงศ์วราวุฒิ หมื่นยุทธิ. (2552). การวัดระดับคุณภาพการบริการของอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยใช้แบบจำลอง E-S-QUAL กรณีศึกษาลูกค้ารายย่อยในธนาคารพาณิชย์ไทย (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ภนิดา ชัยปัญญา. (2541). การวัดความพึงพอใจ. กรุงเทพฯ: แสงอักษร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15 สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2552). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2552. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์. (2540). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีลักษณะผูกพันในจังหวัดลำปาง. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุวิมล ตรีภานนท์. (2546). การใช้สถิติในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิธาน จินากักดี (2555). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปทุมธานี.
- วรรษยา ธีรวินชย์ไชยกุล. (2556). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชัน (Application) บนสมาร์ตโฟนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพฯ. (2561). การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <http://203.155.220.230/m.info/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). ลักษณะของการบริการ. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538). การบริการการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- Areeba, T., Mudassir, H., Talha, H., Shoaib, A., & Adam, S., (2016). The Impact of E-Banking on Customer Satisfaction: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *Journal of Business Administration Research*, 5(2), 27-40.
- Anderson, R.E., & Srinivasan, S.S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology and Marketing*, 20(2), 123-138.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Barnes, S.J., & Vidgen, R.T. (2002). An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*, 3(3), 114-127.
- Bullock, B. L. (1996). Musculoskeletal. In B.L. Bullock (Ed.), *Pathophysiology Adaptations and Alterations in Function* (4th ed.) (pp. 847-885). Philadelphia: Lippincott.
- Chaplin, J. P. (1968). *Dictionary of Psychology*. New York: John Wiley & Sons.
- Chang, H. H., Wang, Y. H., & Yang, W. Y. (2009). The impact of e-service quality, customer satisfaction and loyalty on e-marketing: Moderating effect of perceived value. *Total Quality Management*, 20(4), 423-443.
- Choi, G., & Chung, H. (2013). Applying the technology acceptance model to social networking sites (SNS). *International Journal of Human-Computer Interaction*, 29(10), 619-628.
- Cox, J., & Dale, B. G. (2001). Service Quality and E-Commerce: An Exploratory Analysis. *Managing Service Quality*, 11(2), 121-131.
- Grönroos, C., (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Helsingfors: Swedish School of Economics and Business Administration.
- Ibok, I. N., & Ikoh, I. M. (2013). Determinants of Customers Satisfaction with Internet Banking Services. *British Journal of Arts and Social Sciences*, 178-186.
- James A. O. (2012). The Acceptance of E-banking by Customers in Nigeria. *World Review of Business Research*, 2(2), 62 – 74.
- Jamia, M. I. (2017). Impact of Internet banking service quality on customer satisfaction. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(1). 1-17.
- Jing, G., & Yoo, I. S. (2013). An Empirical study on the Effect of E-Service Quality to Satisfaction. *International Journal of Management Sciences and Business Research*, 2(10), 25.
- Keppel, G. (1982). *Design and analysis a researcher's handbook* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-hall.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management : Analysis planning implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Asimon & Schuster.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kumari Kahandawa, & Janaka Wijayanayake. (2014). Impact of Mobile Banking Services on Customer Satisfaction: A Study on Sri Lankan State Commercial Bank. *International Journal of Computer and Information Technology*, 3(3), 546-550.
- Lee, G-G., & Lin, H-F. (2005). Customer Perceptions of E-Service Quality in On-Line Shopping, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33(2), 161-176.
- Lewis, R.C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L.L. Berry, G. Shoctack, & G. Upah (Eds.), *Emerging Perspectives on Service Marketing* (pp. 99-104). Chicago IL: American Marketing Association.
- Lu, Y., Zhou, T., & Wang, B. (2009). Exploring Chinese users' acceptance of instant messaging using the theory of planned behavior, the technology acceptance model, and the flow theory. *Journal Computers in Human Behavior*, 25(1), 29-39.
- Morse, N.C. (1995). *Satisfaction in The White-Collar Job*. Michigan: University of Michigan Press.
- Mohsin, Arshad, Saleem, & Kashif (2010). Impact of online service quality on customer satisfaction in banking sector of Pakistan. *African Journal of Business Management*, 5(30), 11786-11793.
- Nochai, R., & Nochai, T. (2013). The Impact of Internet Banking Service on Customer Satisfaction in Thailand: A Case Study in Bangkok. *International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS)*, 1 (1). 102-105.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. Managing Services Marketing* (2nd ed.). Orlando: The Dryden Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). *SERQUAL: A multiple Item Scale for measuring customer perception of service quality. Journal of retailing*, 1-21.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*. New York: The Free Press-A Division of Macmillan, Inc.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A Multiple-Item Scales for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*, 7, 213-233.
- Paul, G. W., & Madden, T. J. (1997). *Marketing Management: strategies and programs* (6th ed.). Singapore: McGraw-Hill.
- Pearson, D. P., & Johnson, D. D. (1978). *Teaching Reading Comprehension*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Raman, M., Stehenaus, R., Alam, N., & Kuppusamy, M. (2008). Information Technology in Malaysia: E-Service Quality and Uptake of Internet Banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 13(2), 1-18.
- Ribbink, D., van Riel, A.C.R, Liljander, V., & Streukens, S. (2004). Confort your online customer: quality, trust and loyalty on the internet. *Managing Service Quality*, 14(6), 446-456
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F., (1978). *Communication of innovations: A crosscultural approach*. New York: The Free Press.
- Santos, J. (2003). E-service quality-a model of virtual service dimensions. *Managing Service Quality*, 13(3), 233-247.
- Shanker, V., Smith, A. K., & Rangaswamy, A. (2002). Customer Satisfaction and Loyalty in Online and Office Environments. *International Journal of Research in Marketing*, 20(2), 153-175
- Smith, A.M., & Houston, M.J. (1982). *Perspectives on services marketing*. Chicago: American Marketing Association.
- Swaid, S.I., & Wigand, R.T. (2009). Measuring the quality of e-service: Scale development and initial validation, *Journal of Electronic Commerce Research*, 10(1), 13-28.
- Veeraraghavan, J. M. (2014). Information Systems Success in the Context of Internet Banking: Scale Development. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 19(3). 1-15.
- Vivek, A., Vikas, T., & Nitin, T. (2014). A Conceptual Framework on Review of E-Service Quality in Banking Industry. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 8(12), 3935 -3939.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Wang, Y., Tang, T., & Tang, J.E. (2001). An Instrument for Measuring Customer Satisfaction Toward Web Sites that Market Digital Products and Services. *Journal of Electronic Commerce Research*, 2(3), 89-102.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. (2003). eTailQ: dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of Retailing*, 79, 183-198.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.
- Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing a scale to measure the perceived quality of an Internet shopping site (SITEQUAL). *Quarterly journal of electronic commerce*, 2(1), 31-45.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions*. New York: The Free Press.







แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร”

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา และเพื่อเป็นส่วนประกอบในงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบแบบสอบถาม ให้ครบถ้วนและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ส่วนที่ 3. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

ส่วนที่ 4. คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

.....

นางสาวชนิษฐา ศาลางาม

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

1. เพศ

1) ชาย

2) หญิง

2. อายุ

1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี

2) 26 -40 ปี

3) 41-55 ปี

4) มากกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษา

1) ต่ำกว่าปริญญาตรี

2) ปริญญาตรี

3) ปริญญาโท

4) สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

1) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

2) อาชีพอิสระ

3) รับจ้างทั่วไป

4) เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว

5) พนักงานบริษัทเอกชน

6) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5. รายได้

1) ต่ำกว่า 10,000 บาท

2) 10,001 – 25,000 บาท

3) 25,001 – 40,000 บาท

4) 40,001 – 55,000 บาท

5) 55,001 – 70,000 บาท

6) 70,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ของระบบ
ธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของ ธนาคารกสิกรไทย	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
1.ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency)					
1.1 ท่านสามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการในระบบธุรกรรม ออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างง่ายดาย					
1.2 ท่านสามารถเข้าถึงเมนูคำสั่งต่าง ๆ ในระบบ ธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่าง ง่ายดาย					
1.3 ท่านสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ในระบบธุรกรรม ออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างรวดเร็ว					
1.4 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยจัด วางข้อมูลได้อย่างเป็นระเบียบ					
1.5 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมี การแสดงผลข้อมูล หรือการทำธุรกรรม (Load) ได้ อย่างรวดเร็ว					
1.6 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมี วิธีการใช้ง่ายต่อการเข้าใจ					
1.7 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมี การประมวล (Process) การทำรายการต่าง ๆ ทำได้ อย่างรวดเร็ว					
1.8 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมี การจัดลำดับ โครงสร้างของเมนู หน้าจอและ มีลำดับ ขั้นตอนการทำรายการ ได้อย่างเหมาะสม					

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของ ธนาคารกสิกรไทย	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
2. ด้านความสามารถของระบบ (System Availability)					
2.1 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอ และมีความพร้อมใช้งานตลอดเวลา					
2.2 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียม					
2.3 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงานหรือหยุดทำงานระหว่างการทำงาน					
2.4 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่หยุดนิ่งหลังจากการบันทึกข้อมูล หรือทำธุรกรรม					
3. ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment)					
3.1 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถทำตามข้อตกลงที่ได้กำหนด					
3.2 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้ตามระยะเวลาที่เหมาะสม					
3.3 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว					
3.4 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการได้ถูกต้อง					
3.5 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถการใช้งานได้ครบทุกบริการที่นำเสนอหรือตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้					

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของ ธนาคารกสิกรไทย	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
3.6 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีการยืนยันข้อมูลการทำรายการต่าง ๆ เช่น ระบบแจ้งผลผ่าน E-mail หรือ SMS					
3.7 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความน่าเชื่อถือ เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น					
4. ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)					
4.1 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนี้ป้องกันข้อมูลพฤติกรรมกรรมการทำธุรกรรมของลูกค้า					
4.2 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ให้กับเว็บไซต์อื่น					
4.3 ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยป้องกันข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต หรือข้อมูลทางการเงิน					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการ (E-RecS-QUAL) ของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้ บริการ (E-RecS-QUAL) ของระบบธุรกรรม ออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
5. การตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness)					
5.1 มีความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรม					

ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้ บริการ (E-RecS-QUAL) ของระบบธุรกรรม ออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
5.2 มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรม ที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลง					
5.3 มีการรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรม					
5.4 มีความเตรียมพร้อมในการดูแลปัญหา					
6. การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation)					
6.1 การชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบจากการทำ ธุรกรรม					
6.2 การชดเชยจากข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตาม เวลา					
6.3 มีกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสม					
7. ด้านการติดต่อ (Contact)					
7.1 การให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้ งาน					
7.2 การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online					
7.3 ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหา					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของ
ธนาคารกสิกรไทย

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบ ธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด
	1	2	3	4	5
9.ความพึงพอใจ					
9.1 ท่านพึงพอใจกับการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรม ออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย					
9.2 ท่านพึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการทาง อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย					
9.3 บริการโดยรวมของระบบธุรกรรมออนไลน์ของ ธนาคารกสิกรไทยนั้นดีกว่าที่ท่านคาดไว้					

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถามของท่าน

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University



ผลการวิเคราะห์ค่า IOC

ผลการวิเคราะห์ ค่า IOC (Validity) ของแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3			
	ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล						
1	เพศ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
2	อายุ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
3	ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	3		
4	อาชีพ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
	ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)						
	ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency)						
6	ท่านสามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างง่ายดาย	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
7	ท่านสามารถเข้าถึงเมนูคำสั่งต่าง ๆ ในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างง่ายดาย	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
8	ท่านสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
9	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยจัดวางข้อมูลได้อย่างเป็นระเบียบ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3			
10	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการแสดงผลข้อมูล หรือการ ทำธุรกรรม (Load) ได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
11	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีวิธีการใช้งานต่อการเข้าใจ	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
12	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการประมวล (Process) การ ทำรายการต่าง ๆ ทำได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
13	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการจัดลำดับ โครงสร้างของ เมนู หน้าจอและ มีลำดับขั้นตอนการทำ รายการ ได้อย่างเหมาะสม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
	ด้านความสามารถของระบบ (System Availability)						
14	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอ และมีความพร้อมใช้งานตลอดเวลา	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
15	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
16	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงาน หรือหยุดทำงานระหว่างการทำงาน	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
17	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยไม่หยุดนิ่งหลังจากการบันทึก ข้อมูล หรือทำธุรกรรม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3			
	ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment)						
18	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถทำตามข้อตกลงที่ได้ กำหนด	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
19	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้ ตามระยะเวลาที่เหมาะสม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
20	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถการทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
21	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถรายงานสถานะหรือ ผลการทำรายการได้ถูกต้อง	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
22	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยสามารถการใช้งานได้ครบทุก บริการที่นำเสนอ หรือตามที่ ประชาสัมพันธ์ไว้	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
23	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีการยืนยันข้อมูลการทำ รายการต่าง ๆ เช่น ระบบแจ้งผลผ่าน E- mail หรือ SMS	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
24	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยมีความน่าเชื่อถือ เช่น อัตรา ดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3			
	ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)						
25	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยนี้ป้องกันข้อมูลพฤติกรรม ทำธุรกรรมของลูกค้า	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
26	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยไม่เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ให้กับ เว็บไซต์อื่น	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
27	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคาร กสิกรไทยป้องกันข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตรเครดิต หรือ ข้อมูลทางการเงิน	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
	ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบ ระหว่างการให้บริการ (E-RecS-QUAL)						
	การตอบสนองต่อการให้บริการ (Responsiveness)						
28	มีความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหา ในการทำธุรกรรม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
29	มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในการทำ ธุรกรรมที่ไม่เป็นไปตามข้อตกลง	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
30	มีการรับประกันความถูกต้องในการทำ ธุรกรรม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
31	มีความเตรียมพร้อมในการดูแลปัญหา	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
	การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation)						
32	การชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบจากการ ทำธุรกรรม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

ข้อ	รายการประเมิน	ผลการประเมิน ของผู้เชี่ยวชาญ (คนที่)			รวม	IOC	แปลผล
		1	2	3			
33	การชดเชยจากข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตามเวลา	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
34	มีกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสม	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
	ด้านการติดต่อ (Contact)						
35	การให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้งาน	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
36	การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
37	ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหา	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
	ปัจจัยความพึงพอใจ						
38	ท่านพึงพอใจกับการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
39	ท่านพึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง
40	บริการโดยรวมของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนั้นดีกว่าที่ท่านคาดไว้	+1	+1	+1	3	1	สอดคล้อง

จากตาราง ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้อง โดยมีค่าดัชนี ความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00



ภาคผนวก ค

ผลการตรวจสอบเครื่องมือความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ ความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิเคราะห์ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อ	รายการประเมิน	Cronbach's Alpha if Item Deleted (30 ชุด)	Cronbach's Alpha if Item Deleted (400 ชุด)
	ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)		
	ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency)		
1	ท่านสามารถค้นหาสิ่งที่ต้องการในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างง่ายดาย	0.974	0.977
2	ท่านสามารถเข้าถึงเมนูคำสั่งต่าง ๆ ในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างง่ายดาย	0.973	0.977
3	ท่านสามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ในระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยได้อย่างรวดเร็ว	0.974	0.977
4	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยจัดวางข้อมูลได้อย่างเป็นระเบียบ	0.974	0.977
5	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีการแสดงผลข้อมูล หรือการทำธุรกรรม (Load) ได้อย่างรวดเร็ว	0.974	0.976
6	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีวิธีการใช้ง่ายต่อการเข้าใจ	0.973	0.977
7	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีการประมวล (Process) การทำรายการต่าง ๆ ทำได้อย่างรวดเร็ว	0.974	0.977

ข้อ	รายการประเมิน	Cronbach's Alpha if Item Deleted (30 ชุด)	Cronbach's Alpha if Item Deleted (400 ชุด)
8	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีการจัดลำดับ โครงสร้างของเมนู หน้าจอและ มีลำดับขั้นตอนการทำรายการ ได้อย่างเหมาะสม	0.974	0.976
	ด้านความสามารถของระบบ (System Availability)		
9	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถใช้งานอย่างสม่ำเสมอ และมีความพร้อมใช้งานตลอดเวลา	0.974	0.977
10	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถคำนวณรายการต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ เช่น ค่าธรรมเนียม	0.974	0.976
11	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่มีข้อผิดพลาดในการทำงานหรือหยุดทำงานระหว่างการทำงาน	0.974	0.977
12	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่หยุดนิ่งหลังจากการบันทึกข้อมูล หรือทำธุรกรรม	0.975	0.976
	ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment)		
13	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถทำตามข้อตกลงที่ได้กำหนด	0.974	0.976
14	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้ตามระยะเวลาที่เหมาะสม	0.974	0.976
15	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถทำรายการต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว	0.974	0.976
16	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการ ได้ถูกต้อง	0.974	0.976
17	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยสามารถการใช้งานได้ครบทุกบริการที่นำเสนอ หรือตามที่ประชาสัมพันธ์ไว้	0.974	0.976

ข้อ	รายการประเมิน	Cronbach's Alpha if Item Deleted (30 ชุด)	Cronbach's Alpha if Item Deleted (400 ชุด)
18	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีการ ยืนยันข้อมูลการทำรายการต่าง ๆ เช่น ระบบแจ้งผลผ่าน E-mail หรือ SMS	0.974	0.977
19	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมีความ น่าเชื่อถือ เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียม อัตรา แลกเปลี่ยน เป็นต้น	0.974	0.977
	ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy)		
20	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนี้ป้องกัน ข้อมูลพฤติกรรมในการทำธุรกรรมของลูกค้า	0.974	0.977
21	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยไม่ เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ให้กับเว็บไซต์อื่น	0.974	0.977
22	ระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยป้องกัน ข้อมูลทางการเงิน เช่น หมายเลขบัญชี หมายเลขบัตร เครดิต หรือข้อมูลทางการเงิน	0.974	0.977
	ปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้ บริการ (E-RecS-QUAL)		
	การตอบสนองต่อการใช้บริการ (Responsiveness)		
23	มีความสะดวกสบายในการแก้ไขปัญหาในการทำ ธุรกรรม	0.974	0.977
24	มีความสามารถในแก้ไขปัญหาในการทำธุรกรรมที่ไม่ เป็นไปตามข้อตกลง	0.973	0.977
25	มีการรับประกันความถูกต้องในการทำธุรกรรม	0.973	0.976
26	มีความเตรียมพร้อมในการดูแลปัญหา	0.973	0.976
	การชดเชยจากข้อผิดพลาด (Compensation)		
27	การชดเชยจากข้อผิดพลาดที่พบจากการทำธุรกรรม	0.973	0.977
28	การชดเชยจากข้อผิดพลาดจากการไม่ตรงตามเวลา	0.974	0.977

ข้อ	รายการประเมิน	Cronbach's Alpha if Item Deleted (30 ชุด)	Cronbach's Alpha if Item Deleted (400 ชุด)
29	มีกระบวนการยกเลิกรายการ/บริการที่เหมาะสม	0.973	0.977
	ด้านการติดต่อ (Contact)		
30	การให้หมายเลขติดต่อกรณีพบปัญหาในการใช้งาน	0.974	0.977
31	การมีเจ้าหน้าที่ให้บริการตอบคำถามแบบ Online	0.975	0.977
32	ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขปัญหา	0.974	0.977
	ปัจจัยความพึงพอใจ		
33	ท่านพึงพอใจกับการใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทย	0.974	0.977
34	ท่านพึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย	0.974	0.976
35	บริการโดยรวมของระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยนั้นดีกว่าที่ท่านคาดไว้	0.974	0.977
	Reliability Statistics Cronbach's Alpha	0.975	0.978

จากตาราง ผลการวิเคราะห์ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยรวม มีค่า 0.975 และ 0.978 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 หรือร้อยละ 70 จึงจะถือว่าแบบสอบถามสามารถเชื่อถือได้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ชนิษฐา ศาลางาม
วัน เดือน ปีเกิด	8 มีนาคม 2532
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยเซ็นจอห์น ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ, 2554 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, 2562
ทุนการศึกษา	ทุนรางวัลเรียนดี มหาวิทยาลัยเซ็นจอห์น ระดับปริญญาตรี ทุนรางวัลเรียนดี ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์ ระดับปริญญาโท
ที่อยู่ปัจจุบัน	59/72 หมู่1 ตำบลคลองสาม อำเภอกคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี Ka.nittas@hotmail.com
สถานที่ทำงาน	บริษัท ชันนี่ ซิสเต็ม จำกัด
ตำแหน่งปัจจุบัน	Assistant Systems Engineer of Development Department

