



การประชุมเชิงวิชาการทางบริหารธุรกิจระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ครั้งที่ 4
2 - 3 กรกฎาคม 2558
ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่



ประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

อนุสนธิประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘
ได้แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไปแล้ว นั้น เนื่องด้วยมีการเปลี่ยนแปลงคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
ตั้งนั้น เพื่อให้การดำเนินการดังกล่าวเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงให้ยกเลิกประกาศมหาวิทยาลัย
แม่โจ้ ลงวันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ และแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ
พิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

- | | | |
|-----|--------------------------------|----------------|
| ๑. | รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์ | แสงอาสาวิริยะ |
| ๒. | รองศาสตราจารย์ ดร.บุญพรรณ | วิงวอน |
| ๓. | รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม | วงศ์สารศรี |
| ๔. | รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย | ตันษ์จิตานนท์ |
| ๕. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ | ศิริวงศ์ |
| ๖. | รองศาสตราจารย์ ดร.พิชานรณ์ | ธนิตเบญจสิทธิ์ |
| ๗. | รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ | สมยานะ |
| ๘. | รองศาสตราจารย์จำเนียร | บุญมาก |
| ๙. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร | ศิริโกคากิจ |
| ๑๐. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช | สมกันธา |
| ๑๑. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา | สุระ |
| ๑๒. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช | ชุลิกาวิทย์ |
| ๑๓. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา | สุกเพชร |
| ๑๔. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ | สัมฤทธิ์สกุล |
| ๑๕. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ | อวีโรธนานนท์ |
| ๑๖. | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา | ศรีนถาวรณ |

๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์...


๑๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชามพ	พันธุ์แพ
๑๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์	อินตะขันธ์
๑๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญโญ	เดชเถลิง
๒๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา	คภะสุวรรณ
๒๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดถนอม	ตันเจริญ
๒๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์	เมียนกำเนิด
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสรี	ปานซาง
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์	ท้วมรุ่งโรจน์
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส	หยุดเย็น
๒๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดณ์	ชมระกา
๒๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ	พองเพชร
๒๘.	อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์	กล่อมทองเจริญ
๒๙.	อาจารย์ ดร.กัญฐณา	ดิษฐ์แก้ว
๓๐.	อาจารย์ ดร.กุลชญา	แวนแก้ว
๓๑.	อาจารย์ ดร.เขมกร	ไชยประสิทธิ์
๓๒.	อาจารย์ ดร.จำเนียร	จวงตระกูล
๓๓.	อาจารย์ ดร.ชนันธมา	คิวโมกษธรรม
๓๔.	อาจารย์ ดร.ชัชชัย	สุจริต
๓๕.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	ใบไม้
๓๖.	อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์	โฆษภัทรพิมพ์
๓๗.	อาจารย์ ดร.ฐิติกุล	ไชยวรรณ
๓๘.	อาจารย์ ดร.ณภัทร	ทิพย์ศรี
๓๙.	อาจารย์ ดร.ชนศักดิ์	ต้นตินาคม
๔๐.	อาจารย์ ดร.ธีรวัลักษณ์	สัจจะวาที
๔๑.	อาจารย์ ดร.นทีทิพย์	สรรพตานนท์
๔๒.	อาจารย์ ดร.นิตศักดิ์	เจริญรูป
๔๓.	อาจารย์ ดร.เบญจวรรณ	สุจริต
๔๔.	อาจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิตย์
๔๕.	อาจารย์ ดร.ปิติมา	ดิศกุลเนติวิทย์
๔๖.	อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ	สิริประเสริฐศิลป์
๔๗.	อาจารย์ ดร.เฟด็จ	ทุกษ์สุญ
๔๘.	อาจารย์ ดร.พรรณีภา	เกสัชพิพัฒน์กุล

๔๙. อาจารย์...

๔๙.	อาจารย์ ดร.ภัทริกา	มณีพันธ์
๕๐.	อาจารย์ ดร.มาณวิน	สงเคราะห์
๕๑.	อาจารย์ ดร.รัฐนันท์	พงศ์วิริทธิ์ธร
๕๒.	อาจารย์ ดร.วันนิวัต	ปิ่นสุวงศ์
๕๓.	อาจารย์ ดร.ศรุต	วรุณกุล
๕๔.	อาจารย์ ดร.อนุชา	กันทรดุษฎี
๕๕.	อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร
๕๖.	อาจารย์ ดร.อัจฉราพร	แปลงมาลัย
๕๗.	อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์	มารังค์

ทั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ ๒๕ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

วิเคราะห์ปัจจัยในการเลือกใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต
ในเขตอำเภอหัวหิน ตำบลหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
The Factor Analysis in Using Internet Banking (E-Banking) Service
in Prachuap Khiri Khan

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี¹ บุรัสกร อ้นไพรวลัย² และ มาตรฐาน นุชอยู่³

¹คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

^{2,3}นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ บริการธนาคารและพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ต โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากสมาชิกธนาคารพาณิชย์ ในตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยคือ การใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยโดยผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ปัจจัย สามารถแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบคือ ด้านความพร้อมและความไว้วางใจของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต ด้านความเสถียรภาพและความปลอดภัยของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต และ ด้านการตอบสนองจากพนักงาน

คำสำคัญ: ธนาคารอินเทอร์เน็ต, อินเทอร์เน็ต, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstarct

The purpose of this research was to study the factor in using Internet Banking (E-Banking) Service in Prachuap Khiri Khan. This study was quantitative research by using four hundred respondents who live in Prachuap Khiri Khan. The questionnaire was used as an instrument research. The data was analyzed by statistic program which include frequency, percentage, average, standard deviation ,and factor analysis. The results show that the variables can be divided into three components comprised with availability and reliability of internet banking, stability and security of internet banking, and the response from employees.

Keywords: Internet Banking, Internet, E- commerce

บทนำ

ในปัจจุบันมีประชากรในประเทศไทยประมาณ 67.22 ล้านคน และมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต 19.42 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 28.9 เพิ่มร้อยละ 26.5 ในปี 2012 (The World Bank, 2558) และมีแนวโน้มขึ้นเรื่อย ๆ อินเทอร์เน็ตมีผลกับการดำเนินชีวิตประจำวันของคนทั่วไป ดังนั้นช่องทางบนอินเทอร์เน็ต จึงเป็นอีกช่องทางที่มีความสำคัญมากขึ้นในเรื่องของการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เพื่อความสะดวกรวดเร็ว สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำธุรกรรมทางการเงินที่ไหนก็ได้เพียงมีอินเทอร์เน็ต

และยังเป็นการลดต้นทุนของธนาคารลงได้ ซึ่งสอดคล้องกับในยุคปัจจุบันที่หลายธุรกิจ รองรับการทำธุรกรรมทางการเงินบนอินเทอร์เน็ต และเครื่องมือสื่อสารต่างๆที่รองรับ (KTB Netbank, 2558)

ในขณะที่เดียวกันทุกธนาคารก็หันมาให้ความสำคัญกับการทำธนาคารอินเทอร์เน็ต และเพื่อเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเก่า จึงได้จัดทำธนาคารอินเทอร์เน็ตขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวก และเป็นการเพิ่มช่องทาง ในการทำธุรกรรมทางการเงินให้กับลูกค้า จึงเกิดการแข่งขันระหว่างธนาคารในการทำธนาคารอินเทอร์เน็ต (กองบรรณาธิการ เช็คราคา.คอม, 2558) ซึ่งการแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ตามพฤติกรรมทางการเงินที่เริ่มเปลี่ยนไปจากเดิม ตามความก้าวหน้าสมัยของเทคโนโลยี และคนในยุคใหม่มีแนวโน้มที่จะอยู่ในโลกอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ธนาคารอินเทอร์เน็ตกำลังมีความสำคัญมากขึ้นตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของ บุคคลทั่วไป เอกชน และราชการสามารถเข้าถึงบริการของธนาคารอินเทอร์เน็ตและมีความต้องการที่จะใช้ได้ทุกระดับ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้และ ปัจจัยในการเลือกใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต ในเขตตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อที่จะนำผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาธนาคารอินเทอร์เน็ตให้ตอบสนองต่อความต้องการและ เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง รวมไปถึงการพัฒนาคุณภาพของบริการธนาคารอินเทอร์เน็ตให้ดียิ่งขึ้น จนเกิดความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต ในเขตตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต ในเขตตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ธุรกรรมทุกรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ทั้งในระดับองค์กร และส่วนบุคคล บนพื้นฐานของการประมวล และการส่งข้อมูลดิจิทัล ที่มีทั้งข้อความ เสียง และภาพ

กระบวนการทางอิเล็กทรอนิกส์มีขั้นตอนที่สำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การค้นหาข้อมูล 2. การสั่งซื้อสินค้า 3. การชำระเงิน 4. การส่งมอบสินค้า 5. การให้บริการหลังการขาย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ E-commerce หลักๆมีดังนี้ 1.กฎหมายธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2. กฎหมายคุ้มครองข้อมูล 3. กฎหมายอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ (Computer Related Crime) 4. กฎหมายการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange: EDI) 5. กฎหมายลายมือชื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature Law) 6. กฎหมายการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Funds Transfer) 7. กฎหมายโทรคมนาคม (Telecommunication Law) 8. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ต 9. กฎหมายพัฒนาเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ 10. กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (สมชาย อุดมศรี สำราญ, 2552)

ความปลอดภัยกับ E-Commerce ระบบความปลอดภัยนับเป็นเรื่องที่โดดเด่นที่สุด และมีเทคโนโลยีความปลอดภัยคือ Public Key ซึ่งมีองค์กรรับรองความถูกต้องเรียกว่า CA (Certification Authority) ระบบนี้ใช้หลักคณิตศาสตร์คำนวณรหัสคีย์ความปลอดภัยจากผู้ส่งและผู้รับอย่างเฉพาะเจาะจงได้ จึงสามารถพิสูจน์ตัวตนของผู้รับผู้ส่ง (Authentication) รักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Confidentiality) ความถูกต้องไม่คลาดเคลื่อนของข้อมูล (Integrity) และผู้ส่งปฏิเสธความเป็นเจ้าของข้อมูลไม่ได้ (Non-repudiation) เรียกว่าลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature)

การชำระเงินบน E-Commerce 1. บริการ internet banking และ/หรือธุรกิจประเภท Payment Gateway จะเป็น hyperlink ระหว่าง website ของร้านค้ากับระบบของธนาคาร และธนาคารสามารถดำเนินการตามข้อมูลที่ได้รับเพื่อตัดโอนเงินในบัญชีของลูกค้า หรือส่งเป็นคำสั่งโอนเข้าระบบการชำระเงินระหว่างธนาคารที่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน 2. สำหรับการชำระเงินที่เป็น Micro Payment การใช้เงินดิจิทัลซึ่งบันทึกบนบัตรเครดิต หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถสร้างเสริมระบบความปลอดภัยให้มั่นใจได้เหนือกว่าระบบบัตรเดบิตและบัตรเครดิตทั่วไป จึงเป็นแนวโน้มเทคโนโลยีที่น่าสนใจและเหมาะสม

ความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากอัตราการเติบโตของการใช้ อินเทอร์เน็ต และการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของ โลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดของเรื่องเวลาและสถานที่ การแข่งขันทางการค้าเสรีและระหว่างประเทศที่ต้องแข่งขันและชิงความได้เปรียบกันที่ “ความเร็ว” ทั้งการนำเสนอสินค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

กรอบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรอบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 4 ส่วนใหญ่ ๆ คือ 1. แอปพลิเคชันของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2. ปัจจัยทางการบริหาร 3. โครงสร้างพื้นฐาน 4. ประเภทสินค้าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับสินค้าที่ซื้อขายในพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกได้ดังนี้สินค้าที่มี ลักษณะเป็นข้อมูลดิจิทัล (Digital Products) และ สินค้าที่ไม่ใช่ข้อมูลดิจิทัล (Non-Digital Products)

ข้อดีของการใช้ E - Commerce 1. การซื้อขายสินค้าแบบ Online สามารถตัดปัญหายุ่งยากในเรื่องของการต่อรองราคาและตัดปัญหาเกี่ยวกับนายหน้า 2. ข้อมูลของลูกค้าจะถูกเก็บไว้ใน E-Mail บุคคลอื่นไม่สามารถเปิดอ่านได้นอกจากผู้จัดทำเท่านั้น 3. เพิ่มมูลค่าและปริมาณทางการค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจ ลดต้นทุน และเปิดโอกาสให้ผู้ขายขนาดกลางและขนาดเล็ก มีโอกาสเข้าสู่ตลาดได้มากขึ้น 4. ผู้ซื้อสามารถค้นหาข้อมูลหรือข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปถึงร้านค้า หรือผ่านพ่อค้าคนกลาง 5. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการกับผู้ซื้อรายอื่น หรือมีโอกาสสัมผัสกับสินค้าหรือบริการก่อนการตัดสินใจซื้อ 6. ผู้ขายสามารถโฆษณาขายสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้าทั่วโลกได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ข้อจำกัดในการใช้ E-Commerce 1. ความไม่ปลอดภัยของข้อมูล ขาดการตรวจสอบการใช้บัตรเครดิตบน Internet ข้อมูลบนบัตรเครดิตอาจถูกดักฟังหรืออ่าน เพื่อเอาชื่อและหมายเลขบัตรเครดิตไปใช้โดยที่เจ้าของบัตรเครดิตไม่รู้ได้ 2. ประเทศไทยยังไม่มีธนาคารพาณิชย์ที่จะทำหน้าที่รับประกันความเสี่ยง สำหรับการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ 3. ปัญหาความยากจน ความด้อย

โอกาสและขาดความรู้ทางเทคโนโลยี รวมทั้งขาดเครือข่ายการสื่อสาร ทำให้ไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงได้ 4. E-Commerce ยังมีประเด็นเชิงนโยบายที่ทำให้รัฐบาลต้องเข้ามากำหนดมาตรการเพื่อให้ความคุ้มครองกับผู้ซื้อและผู้ขาย 5. ผู้ซื้อไม่มั่นใจเรื่องการเก็บรักษาความลับทางธุรกิจ ข้อมูลส่วนบุคคล 6. ผู้ขายไม่มั่นใจว่าลูกค้ามีตัวตนอยู่จริง 7. ด้านรัฐบาล ในกรณีที่ผู้ซื้อและผู้ขายอยู่คนละประเทศกันจะใช้กฎหมายของประเทศใดเป็นหลัก หากมีการกระทำผิดกฎหมายในการกระทำการซื้อขายลักษณะนี้ ความยากลำบากในการติดตามการซื้อขายทาง Internet อาจทำให้รัฐบาลประสบปัญหาในการเรียกเก็บภาษีเงินได้และภาษีศุลกากร 8. ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำสำเนาหรือดัดแปลงหรือสร้างขึ้นใหม่ได้ง่ายกว่าเอกสารที่เป็นกระดาษ จึงต้องจัดการระบบการรักษาความปลอดภัยในการอ้างอิงสิทธิให้ดีพอ

ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) 1. ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการค้าที่น่าสนใจมาก เพราะนับวันก็ยังมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งส่งผลให้การค้าทางอินเทอร์เน็ตขยายตัวได้อย่าง รวดเร็วและการทำธุรกิจบนเว็บไซต์นั้นสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้มากมาย 2. ทำการค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง และขายสินค้าได้ทั่วโลก 3. ข้อมูลทันสมัยอยู่เสมอ และประหยัดค่าใช้จ่าย พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นั้นมีประโยชน์ที่สำคัญมากอีกประการหนึ่ง 4. ทำงานแทนพนักงานขาย และเพิ่มประสิทธิภาพการขาย 5. แทนหน้าร้านหรือบูทแสดงสินค้า 6. เทคโนโลยีช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจยิ่งขึ้น ปัจจุบันมีเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยในการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น 7. ง่ายต่อการชำระเงิน 8. เพิ่มโอกาสทางธุรกิจในโลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บริษัทขนาดเล็กสามารถมีโอกาสมากเท่ากับบริษัทขนาดใหญ่ 9. สร้างความประทับใจและพึงพอใจได้มากกว่า 10. รู้และแก้ปัญหาต่างๆ ได้ทันทั่วทั้งที่ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถให้บริการหลังการขายได้เช่นกัน (guru.sanook, 2556)

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer Behavior)

Kotler, 1998 ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาแล้วซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป (รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์, 2557)

ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ

ในเรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (service quality) และคุณค่าของลูกค้า (customer value) (ชัชวาลย์ ทัดศรีวัช, 2554)

ระเบียบวิธีที่ศึกษาวิจัย

1. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้คือ ผู้ใช้ธนาคารพาณิชย์สาขาต่าง ๆ ในเขตตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้สมาชิกธนาคารพาณิชย์สาขาต่าง ๆ ในเขตตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้ใช้บริการ จึงได้กำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการหากลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ดังนี้ (ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข, 2558)

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

n หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e หมายถึง ค่าร้อยละความคลาดเคลื่อนของข้อมูล

z หมายถึง ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

ถ้าระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.1 มีค่า $Z=1.96$

การศึกษาครั้งนี้ต้องการให้เกิดความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับนัยสำคัญ 95% แทนค่าขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นเพื่อความแม่นยำในการศึกษาครั้งนี้จึงได้เพื่อข้อมูลผิดพลาด โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ 400 ตัวอย่าง (ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข, 2558)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ที่ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต หรือ ไม่เป็นสมาชิก โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้กรอกแบบสอบถาม ส่วนที่ 2. ถามเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ตโดยแบ่งออกเป็น 2 กรณี คือผู้ที่เป็นสมาชิกธนาคารอินเทอร์เน็ตอยู่ และไม่เป็นสมาชิกธนาคารอินเทอร์เน็ต ส่วนที่ 3. เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต และส่วนที่ 4 ให้ข้อเสนอแนะ

3.1 โดยแบบสอบถามได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และ ความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้ (1) ความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานำส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิอีก 3 ท่านเพื่อพิจารณาและ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้ในการสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจริง (2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างและมีการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี ครอนบาค (Cronbach's Alpha) ค่าที่ได้เท่ากับ 0.977 (ดร.ทิพย์สุตา จันทรแจมหลา, 2557)

3.2 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรม การใช้บริการ ใช้การวิเคราะห์ ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

3.3 ข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ตใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบผ่านโปรแกรม SPSS

3.4 การแปลค่าเฉลี่ยเพื่อวัดความสำคัญแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา 5 ระดับจากสูตรความกว้างของชั้น (เต็มศักดิ์ สุขวิบูลย์, 2552)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มาก
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.5) อายุระหว่าง 19-24 ปี (ร้อยละ 40.5) ประกอบอาชีพเป็นนักศึกษา (ร้อยละ 34.75) ซึ่งมีสถานภาพโสด (ร้อยละ 65) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 70.25) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 53.5) และเป็นสมาชิกธนาคารอินเทอร์เน็ต 172 คนจาก 400 คน (ร้อยละ 43)

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	218	54.5
ชาย	182	45.5
อายุ		
19-24 ปี	162	40.5
25-34 ปี	136	34
35-44 ปี	106	26.5
45-54 ปี	20	5
ระดับการศึกษา		
ปริญญาตรี	281	70.25
สูงกว่าปริญญาตรี	119	29.75
อาชีพ		
นักศึกษา	139	34.75
ธุรกิจส่วนตัว	65	16.25
ข้าราชการ	84	21
พนักงานบริษัทเอกชน	56	14
รัฐวิสาหกิจ	28	7
ว่างงาน	28	7

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	38	9.5
10,001-20,000 บาท	214	53.5
20,001 -30,000 บาท	82	20.5
30,001-40,000 บาท	38	9.5
40,001 บาทขึ้นไป	28	7
สถานภาพสมรส		
โสด	260	65
สมรส	130	32.5
หย่าร้าง /หม้าย	10	2.5

ส่วนที่ 2 ผู้กรอกข้อมูลคือคนที่รู้จักและใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต 172 คนจาก 400 คน ได้ตอบคำถาม เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต เป็นสมาชิกน้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 39.53) ตอบโจทย์การทำธุรกรรม (ร้อยละ 28.48) ความถี่ในการเข้าต่อเดือนมากกว่า 10 ครั้ง (ร้อยละ 48.83) ใช้มือถือ Smartphone เข้าระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 45.93) โดยผู้เป็นสมาชิกรู้จักธนาคารอินเทอร์เน็ตผ่านสื่อออนไลน์ (ร้อยละ 41.86)

ตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ต

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก		
น้อยกว่า 1 ปี	68	39.53
1-2 ปี	66	38.37
3-4 ปี	12	6.97
4-5 ปี	9	5.23
5 ขึ้นไป	17	9.99
เหตุผลที่เลือกใช้บริการ		
สามารถเข้าถึงและเข้าใจง่าย	37	21.51
ตอบโจทย์การทำธุรกรรม	49	28.48
มีความสะดวกรวดเร็ว	8	4.65
มีความปลอดภัยมากขึ้น	39	22.6
เข้าถึงธนาคารได้ทุกที่ทุกเวลา	26	15.11
ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายเดินทาง/ธรรมเนียม	15	8.72

ตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมการใช้ธนาคารอินเทอร์เน็ต (ต่อ)

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน		
1-3 ครั้ง	64	37.20
4-9 ครั้ง	24	13.95
10 ครั้ง ขึ้นไป	84	48.83
อุปกรณ์ที่ใช้เข้าระบบ		
มือถือ Smartphone	79	45.93
คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	16	9.30
Laptop	19	11.04
Tablet	58	33.72
รู้จักธนาคารอินเทอร์เน็ตจาก		
ธนาคารเป็นผู้แนะนำ	60	34.88
สื่อออนไลน์	72	41.86
โฆษณาทางทีวี	28	16.27
บุคคลที่ใช้แนะนำ	12	6.97

กรณีไม่เป็นสมาชิกธนาคารอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่รู้จักบริการ (ร้อยละ 80.7) และคนที่รู้จักผ่านพนักงาน (ร้อยละ 81.52) บอกว่าธนาคารอินเทอร์เน็ตไม่มีความจำ (เป็นร้อยละ 65.35) บอกว่าขั้นตอนการสมัครยุ่งยาก (ร้อยละ 59.78) และส่วนใหญ่คิดว่าจะใช้บริการในอนาคต (ร้อยละ 74.12)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพของการบริการของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต ของธนาคารพาณิชย์ของผู้ใช้บริการที่อยู่ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลพบว่าค่า Kaiser-Meyer-Olkin เท่ากับ 0.898 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 13302.393 (sig = 0.000) แสดงว่าข้อมูลเหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์ปัจจัย ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ สามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ด้านความพร้อมและลักษณะภายนอกของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต 2. ด้านความเสถียรภาพและความปลอดภัยของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต และ 3. การตอบสนองจากพนักงาน โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมด ร้อยละ 80.039 รายละเอียดดังตารางที่ 3 -ตารางที่ 5

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 1 “ด้านความพร้อมและความไว้วางใจของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต” (Eigenvalues = 13.086 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 31.310)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ระบบมีความทันสมัย	0.690	4.23	0.870	มากที่สุด
หน้าตาของระบบมีความทันสมัย สบายตา	0.704	3.79	1.06	มาก
ได้รับความปลอดภัยจากระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต	0.613	4.21	0.872	มากที่สุด
ระบบมีเสถียรภาพ	0.573	4.29	0.847	มากที่สุด
เมื่อเกิดปัญหาสามารถแก้ไขได้ด้วยตัวเองผ่านระบบการให้ความรู้จากธนาคารอินเทอร์เน็ตเอง	0.768	4.38	0.85	มากที่สุด
ระบบมีการให้แนวทางหรือวิธีใช้ที่เพียงพอ	0.646	3.88	1.37	มาก
เวลาในการให้บริการ 24 ชั่วโมง	0.778	4.34	0.807	มากที่สุด
ระบบให้ข้อมูล ข่าวสารที่เพียงพอต่อการใช้บริการ	0.762	4.32	0.852	มากที่สุด
ระบบ SMS แจ้งผลยอดเงินต่างๆมีความแม่นยำ และเสถียรภาพ	0.862	4.12	1.09	มาก
การให้บริการมีความเป็นมาตรฐาน	0.861	3.97	0.88	มาก
การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาไม่ล่าช้าแบบ Real time	0.647	4.20	0.711	มาก
ระบบดูแลรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวอย่างมีเสถียรภาพ	0.683	3.84	1.06	มาก
สามารถแจ้งปัญหาผ่านตัวแทนสาขาต่างๆได้	0.582	3.89	1.13	มาก

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 1 “ด้านความเสถียรภาพและความปลอดภัยของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต” (Eigenvalues = 3.324 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 26.044)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ระบบมีการวางผังบริการที่ง่ายต่อการบริการ	0.673	3.96	0.905	มาก
หน้าตาของระบบมีความทันสมัย สวยตา	0.576	3.79	1.06	มาก
ได้รับความปลอดภัยจากระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต	0.568	4.21	0.872	มากที่สุด
ระบบมีเสถียรภาพ	0.519	4.29	0.847	มากที่สุด
ระบบสามารถตรวจสอบได้และเที่ยงตรง	0.666	4.18	0.895	มาก
ระบบมีการให้แนวทางหรือวิธีใช้ที่เพียงพอ	0.700	3.88	1.37	มาก
การให้บริการมีความเป็นมาตรฐาน	0.621	3.97	0.885	มาก
ระบบมีความพร้อมและสมบูรณ์	0.823	3.96	0.975	มาก
การให้บริการเป็นไปตามระยะเวลาไม่ล่าช้าแบบ Real time	0.560	4.20	0.711	มาก
มีการติดตามผล หรือแจ้งผลยอดเงินต่างๆผ่านระบบ SMS	0.719	4.10	0.858	มาก
ระบบดูแลทุกรักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวอย่างมีเสถียรภาพ	0.627	3.84	1.06	มาก
สามารถแจ้งปัญหาผ่านระบบออนไลน์ได้	0.686	3.92	1.04	มาก

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 1 “ด้านการตอบสนองจากพนักงาน” (Eigenvalues = 1.199 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 22.685)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ระบบเข้าใจง่ายและสะดวกสบายต่อการใช้บริการ	0.863	3.96	0.905	มาก
ระบบตอบสนองความต้องการของท่าน	0.842	4.08	1.27	มาก
มีการติดตามผล หรือแจ้งผลยอดเงินต่างๆ ผ่านระบบ SMS	0.562	4.10	0.858	มาก
สามารถแจ้งปัญหาผ่านตัวแทนสาขาต่างๆ ได้	0.646	3.89	1.13	มาก
สามารถโทรแจ้งปัญหาได้ ตลอด 24 ชั่วโมง	0.909	4.31	0.781	มากที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มที่รู้จักบริการและใช้บริการส่วนใหญ่จะคำนึงถึงเรื่องด้านความพร้อมและความไว้วางใจของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ต ด้านความเสถียรภาพและความปลอดภัยของระบบธนาคารอินเทอร์เน็ตและด้านการตอบสนองจากพนักงาน ทั้ง 3 ปัจจัยนั้นเป็นไปตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ว่าด้วยเรื่องกฎหมายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กฎหมาย ธุรกิจทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Financial Transaction Law) ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Signature Law) กฎหมายธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Transaction Law) ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการอยู่แล้วมั่นใจในบริการและความปลอดภัยของธนาคารอินเทอร์เน็ต บวกกับการที่เทคโนโลยีในปัจจุบันเอื้อแก่การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ต ซึ่งเหตุปัจจัยทั้ง 3 เป็นไปตามข้อดีและประโยชน์ของการใช้ E-Commerce (2) กลุ่มที่รู้จักบริการแต่ไม่ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต จะให้เหตุผลในเรื่องของความปลอดภัยเป็นหลัก คือ ไม่มั่นใจว่าบริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตจะปลอดภัยจึงหาช่องทางอื่นที่ดีกว่าบนอินเทอร์เน็ตให้กับตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Kotler, 1998) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้บริการโดยมีจุด เริ่มจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นนั้น ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการ และส่วนหนึ่งอาจมาจากความเคยชินกับการใช้บริการในรูปแบบเดิม ๆ ความไม่พร้อมที่จะเปิดใจรับสิ่งใหม่ ๆ เพราะกลัวความเสียหายหรือความไม่ปลอดภัยในทรัพย์ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาคือข้อจำกัดในการใช้ E-Commerce (3) กลุ่มที่ไม่รู้จักบริการธนาคารอินเทอร์เน็ต เหตุผลหลักคือ ไม่ทราบว่ามีบริการธนาคารในรูปแบบอินเทอร์เน็ตรวมไปถึงไม่เข้าใจว่าบริการนี้มีรูปแบบอย่างไร และไม่เคยเห็นโฆษณาหรือสื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการธนาคารอินเทอร์เน็ตเลย ดังนั้นนี่เป็นการชี้ชัดว่า การใช้สื่อต่าง ๆ ในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง ประกอบกับ ความจำเป็นในชีวิตประจำวัน อาชีพ รายได้ต่าง ไม่เอื้ออำนวยแก่การเปิดรับบริการในรูปแบบธนาคารอินเทอร์เน็ตด้วย จากผลการวิจัยทั้ง 3 กลุ่มที่ผู้วิจัย

ได้แบ่งนั้น เป็นไปตามทฤษฎีที่ได้ทบทวนวรรณกรรมโดยผู้บริโภคนั้นมีความแตกต่างไปตามพฤติกรรม อย่างเห็นได้ชัด โดยขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตที่ส่งผลกับความจำเป็นต่อการใช้บริการธนาคาร อินเทอร์เน็ต แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมองว่าเราสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคให้หันมาใช้บริการ ธนาคารอินเทอร์เน็ตได้โดยทำให้ผู้บริโภครู้สึกมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการอินเทอร์เน็ต ตามหลักการ ตลาดต่อไป

ข้อเสนอแนะ

(1) ด้านความปลอดภัยของข้อมูลและระบบของธนาคารอินเทอร์เน็ต ในส่วนนี้ยังต้องให้ความเข้าใจให้มากขึ้นเพราะยังมีลูกค้าหลายท่านไม่แน่ใจ ในความปลอดภัยของระบบ รวมไปถึงรูปแบบหรือวิธีการดำเนินการของระบบ ในส่วนนี้อาจจะต้องใช้สื่อโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและต่อเนื่อง

(2) ด้านการรับรู้ คือยังมีลูกค้าที่ยังไม่รู้จักในส่วนของบริการธนาคารอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นการให้ลูกค้ารับรู้และเข้าใจในบริการของธนาคารอินเทอร์เน็ต ต้องมีโฆษณาและ การประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้

(3) การดูแลและตรวจสอบระบบเพื่อรักษา เสถียรภาพ ของระบบอินเทอร์เน็ตเป็นประจำ เนื่องด้วยปัจจุบัน ลูกค้ารู้สึกพอใจ กับการให้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต แล้ว ดังนั้นต้อง รักษาระดับให้คงที่

บรรณานุกรม

กองบรรณาธิการ เช็คราคา.คอม. (2558). Internet & mobile Banking app แบงก์ไหนมี

อะไรบ้าง?. สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2558, จาก

<http://www.checkraka.com/knowledge/saving-2-68/Internet-Mobile-Banking-App>

ชัชวาลย์ ทัดศิวัช. (2554). ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ. สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2558, จาก

http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=true

ทิพย์สุดา จันทระแจมหลา. (2557). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS. สืบค้นวันที่ 18

พฤษภาคม 2558, จาก

suanpalm3.kmutnb.ac.th/teacher/FileDL/tipsuda129255115551.pdf

เต็มศักดิ์ สุขวิบูลย์. (2552). ข้อคำนึงในการสร้างเครื่องมือประเภทมาตราประมาณค่า (Rating Scale)

เพื่องานวิจัย. สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2558, จาก

ms.src.ku.ac.th/schedule/Files/2553/Oct/1217086.doc

รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค. สืบค้นวันที่ 16 มิถุนายน 2558, จาก

<http://poundtv5.blogspot.com/2014/10/theory-of-consumer-behavior.html>

ศักดิ์อนันต์ อนันตสุข. (2558). การสุ่มตัวอย่างเพื่อวิจัย. สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2558, จาก

www.anantasook.com/wp.../10/การสุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย.doc

สมชาย อุดมศรีสำราญ. (2552). กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม

2558, จาก www.coj.go.th/iad/userfiles/file/E-Payment.doc

- Guru.sanook. (2556). E-Commerce (การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์). สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 ,จาก <http://guru.sanook.com/3871/>
- KTb NET-BANK. (2558). ยุทธศาสตร์ 'ธนาคารเสมือน'ของธนาคารกรุงไทย. สืบค้นวันที่19 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.siamintelligence.com/ktb-netbank-virtual-bank/>
- The World Bank. (2558). จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. สืบค้นวันที่20 พฤษภาคม 2558, จาก <http://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.P2>