

# การศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของ ธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank)

สุวิทย์ ชูติภาดา<sup>1</sup>  
ผศ.ดร.ศิวะนันท์ คิวพิทักษ์<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทย(KTB Netbank) สาขาแจ้งวัฒนะ โดยศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติ และ ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาแจ้งวัฒนะ (ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งแล้ว) จำนวน 350 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบ Independent Sample t-test กับกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้การทดสอบกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มถ้าพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

## บทนำ

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากมีบทบาทในการระดมเงินฝากจากประชาชน และการอำนวยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจประเภทต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อความเป็นอยู่และมาตรฐานการครองชีพของประชาชนในประเทศ โดยการให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ เช่น การเปิดบัญชีเงินฝาก การรับฝาก-ถอนเงิน การให้สินเชื่อในรูปแบบต่าง ๆ การบริการด้านต่างประเทศ การบริการโอนเงิน การจำหน่ายพันธบัตรรัฐบาล การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนบริการรับชำระค่าบริการสาธารณูปโภค เป็นต้น

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบันจึงได้มีการปรับตัวอย่างสูงเพื่อรองรับการทำธุรกรรมออนไลน์ผ่านช่องในการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเองที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและนโยบายสังคมไร้เงินสดของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยธนาคาร

พาณิชย์ได้นำเทคโนโลยีมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ด้วยตนเอง เพื่อให้มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

<sup>2</sup> ที่ปรึกษาหลัก

ไปที่สาขาของธนาคาร หรือ ไปที่ตู้เอทีเอ็มเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นผลกระทบที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์เริ่มปรับรูปแบบการให้บริการจากธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการผ่านทางสาขาเป็นรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่ซึ่งเรียกว่าธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Banking)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทย ของผู้ใช้บริการเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ได้รับและเกิดความพึงพอใจสูงสุด นำมาซึ่งจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นตามเป้าหมายของธนาคาร และสามารถนำไปพัฒนากลยุทธ์ในการบริการของธนาคารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคภายใต้สภาพตลาดที่มีอัตราการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### วัตถุประสงค์ของการ

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทย(KTB Netbank)
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank) จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

### ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าให้ได้รับและเกิดความพึงพอใจสูงสุด นำมาซึ่งจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นตามเป้าหมายของธนาคาร

### สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 อายุที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงไทยแตกต่างกัน

## ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ใช้บริการของธนาคารกรุงไทย สาขาแจ้งวัฒนะ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และวัยทำงานช่วงอายุ 15-60 ปี

### 2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะพื้นที่ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาแจ้งวัฒนะ

### 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารกรุงไทย (KTB Net bank) ครั้งนี้มีระยะเวลาตั้งแต่เดือน มกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2561

## วิธีดำเนินการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทย สาขาแจ้งวัฒนะ (ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งแล้ว) จำนวน 350 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบ Independent Sample t-test กับกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ใช้การทดสอบกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ถ้าพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท

## การอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank) สาขาแจ้งวัฒนะ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านพฤติกรรม หรือ ประสบการณ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และด้านอารมณ์ ความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยอื่น ๆ ดังนี้

มานิตย์ เดชารัตน์ (2548) พบว่าประชาชนกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการ KBANK e-Internet ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปีมากที่สุด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และพบว่าในภาพรวมปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการทำให้เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็วและการประหยัดเวลาใน

การใช้บริการธนาคาร มีผลให้มีการยอมรับหรือตัดสินใจใช้ในระดับมากที่สุด ด้านความพึงพอใจ จากการใช้บริการ KBANK e-Internet Banking ในภาพรวม พบว่ามีความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ website มีความสวยงามและดึงดูดให้ใช้บริการ

## **ข้อเสนอแนะ**

### **ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้**

จากการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารกรุงไทย(KTB Netbank) สาขาแจ้งวัฒนะ มีข้อเสนอ ดังนี้

ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารกรุงไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000บาท

จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าบริการอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารกรุงไทยยังไม่เป็นที่สนใจ หรือสนใจน้อยของบุคคลที่มีลักษณะประชากรแตกต่างไปจากที่กล่าวมาข้างต้น

ดังนั้นผู้บริหารธนาคารควรนำผลของการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนพัฒนาองค์กรด้านการให้บริการของธนาคารในรูปแบบที่ทันสมัยเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกระดับให้มีความมาตรฐานทัดเทียมกับธนาคารคู่แข่ง

### **ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่องในอนาคต เพื่อให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank) สาขาแจ้งวัฒนะ และเขตอื่น ๆ ด้วย เนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงจำเป็นต้องดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และปรับปรุงการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยยกระดับความคิดเห็นของลูกค้าให้สูงขึ้น รวมทั้งจะสามารถสร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขันระหว่างธนาคารและสถาบันการเงินอื่นในระยะยาวได้ดียิ่งขึ้น

2. เนื่องจากปัจจุบันลูกค้ามีประสบการณ์ในการใช้บริการกับธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้ลูกค้าเกิดการเปรียบเทียบมูลค่าและความคิดเห็นที่ได้รับจากธนาคารกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียให้กับการใช้บริการ ดังนั้น ธนาคารจึงควรศึกษาถึงความคาดหวัง

## **บรรณานุกรม**

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.ชนิษฐา ชุนไป (2545) .ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ.
- จิตตินันท์ เดชาคุปต์. (2544). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการหน่วยที่ 8-15. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ทิพย์สุดา หมื่นหาญ. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตและ ปัญหา  
ของ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย  
(สาขาวิชาบริหารธุรกิจ).เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผ่องนภา ลีมรัตน์.(2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา  
ลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขาโคกกลอย จังหวัดพังงา สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย.  
มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต