

พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ของบุคลากรในศาลอาญา

INTERNET BANKING USAGE BEHAVIOR OF KRUNG THAI BANK

PUBLIC COMPANY LIMITED BY PERSONNEL IN THE CRIMINAL COURT

อำพรศรี หล้าหลวง

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Ampornsri Laloung

E-mail: jdg-tarn@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking,

Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญา ได้แก่ ด้านประเภทรูขุมทรัพย์ที่ใช้บริการ ด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านสถานที่ที่ใช้บริการ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ บุคลากรในศาลอาญาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 142 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS) หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการศึกษาพบว่า 1.) มีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 142 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 73.94 และเพศชาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.06 ส่วนใหญ่มีอายุ 36 - 45 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 41.55 รองลงมาคือ 26 - 35 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.21, 46 - 55 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56, มากกว่า 56 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และไม่เกิน 25 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.93 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 69.72 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08, ม.ปลาย/ปวช. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56, ปวส./อนุปริญญา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.93 และสูงกว่า

ปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 67.61 รองลงมาคือ พนักงานราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08, อื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.27, ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.22 และลูกจ้างประจำ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.82 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.92, 30,001-40,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.97, 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.15 และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.23 ตามลำดับ

2.) ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ ด้านสถานที่ที่ใช้บริการ และด้านประเภทรูขุมทรัพย์ที่ใช้บริการ ตามลำดับ

## ABSTRACT

The study on Internet Banking usage behavior of Krung Thai Bank Public Company Limited by personnel in the criminal court aims to study criminal court personnel usage behavior of Internet Banking of Krung Thai Bank Public Company Limited in transactions used, purposes of service usage, frequency of service usage, location, and benefits of service usage classified by gender, age, educational level, career, average monthly income. The population of this study were criminal court personnel who made use of Internet Banking service of Krung Thai Bank Public Company Limited. The sample answering the questionnaire included 142 people. The instrument used in this study was questionnaire. The data were analyzed by computer program (SPSS) for frequency, percentage, mean ( $\bar{X}$ ), and standard deviation (SD).

The result showed that

1. Among 142 users of Internet Banking service, there were 105 females representing 73.94%, and 37 males representing 26.06%. Regarding age, there were 59 people in the 36-45 age range representing 41.55%, followed by 50 people in the 26-35 age range representing 35.21%, 15 people in the 46-55 age range representing 10.56%, 11 people over 56 years of age representing 7.75%, and 7 people under 25 years of age representing 4.93% respectively. For educational level, there were 99 people with a bachelor degree representing 69.72%, followed by 20 people with a master degree representing 14.08%, 15 people with vocational/secondary education certificate representing 10.56%, 7 people with high vocational certificate/ diploma representing 4.93%, and 1 person with higher than master degree representing 0.70% respectively. There were 20 people as government officials representing 14.08%, followed by

16 people of other working status representing 11.27%, 6 people as temporary staff representing 4.22%, and 4 people as permanent staff representing 2.82% respectively. Concerning average monthly income, there were 55 people with 20,001-30,000 baht per month representing 38.73%, followed by 51 people with 10,001-20,000 baht per month representing 35.92%, 17 people with 30,001-40,000 baht representing 11.97, 13 people with over 40,001 baht representing 9.15%, and 6 people with under 10,000 baht per month representing 4.23% respectively.

2. Opinions of Internet Banking users that affected overall usage behavior of Internet Banking of Krung Thai Bank Public Company Limited were at the highest level in benefits of service usage, frequency of service usage, purposes of service usage, location of service usage, and transactions used respectively.

## บทนำ

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง การประกอบธุรกิจประเภทรับฝากเงินที่ต้องจ่ายคืนเมื่อทางถาม หรือเมื่อสิ้นระยะเวลาอันได้กำหนดไว้ และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นในทางหนึ่งหรือหลายทาง เช่น การรับฝากเงิน การให้สินเชื่อ การซื้อขายเงินตราต่างประเทศ การซื้อขายตราสารทางการเงิน เงินกู้ยืม การชำระเงิน การโอนเงิน และการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินเพื่อการบริหารความเสี่ยง เช่น ตราสารอนุพันธ์ ด้านอัตราดอกเบี้ย และอัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น แต่เมื่อเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ธนาคารเองก็ไม่ได้จำกัดอยู่ในรูปแบบการให้บริการแบบเดิม ธนาคารจึงได้พัฒนาปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ และผลิตภัณฑ์ของธนาคารให้มีความทันสมัยขึ้น เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจได้

อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง (Internet Banking) หรือที่เรียกกันภาษาไทยก็คือ การธนาคารอินเทอร์เน็ต คือ ระบบที่ใช้ในการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์โดยมีลูกค้าของสถาบันการเงิน หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งก็คือเว็บออนไลน์ของธนาคารที่มีความปลอดภัยสูง ที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถเข้าไปจัดการตรวจสอบหรือทำธุรกรรมต่างๆกับเงินในบัญชีได้ด้วยตนเอง หรือทำธุรกรรมทางด้านการซื้อขายด้วยเงิน เช่น การซื้อ-ขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งรูปแบบการชำระเงินนั้นสามารถทำได้หลายรูปแบบ โดยการชำระผ่านทางเว็บไซต์ของสถาบันการเงินนั้นๆ ที่ลูกค้าเป็นสมาชิกอยู่ โดยผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องไปเข้าคิวทำธุรกรรมการเงินที่สาขาของธนาคารอีกต่อไป ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อีกทั้งยังช่วยในการจัดเก็บภาษี สามารถตรวจสอบธุรกรรมทางการเงินได้ทำให้รัฐบาลสามารถเรียกเก็บภาษีได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้มีข้อผิดพลาดลดลง เป็นต้น

ศาลอาญา เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ทำเนิการเบิกจ่าย และการรับชำระเงินจากคู่ความในคดีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล จึงได้กำหนดแนวปฏิบัติตามคำสั่ง หนังสือที่ ศย 012/ว 213 (ป) ลงวันที่ 19 กันยายน 2562 เรื่อง

หลักเกณฑ์และวิธีการรับเงินและการจ่ายเงินนอกเหนือจากเงินสดหรือเช็ค พ.ศ. 2562 เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานสอดคล้องกับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญาว่าบุคลากรในศาลอาญามีการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งอย่างไร และได้รับประโยชน์จากการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในการพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อไป

### **วัตถุประสงค์การวิจัย**

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญา

### **ขอบเขตของการวิจัย**

ในการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญา ดังนี้

#### **ขอบเขตด้านเนื้อหา**

ตัวแปรต้น คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ

1. พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญา ได้แก่ ด้านประเภทรูขุมที่ให้บริการ ด้านวัตถุประสงค์ที่ให้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ด้านสถานที่ที่ให้บริการ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ

#### **ขอบเขตด้านประชากร**

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งซึ่งทำงานอยู่ในศาลอาญา ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป

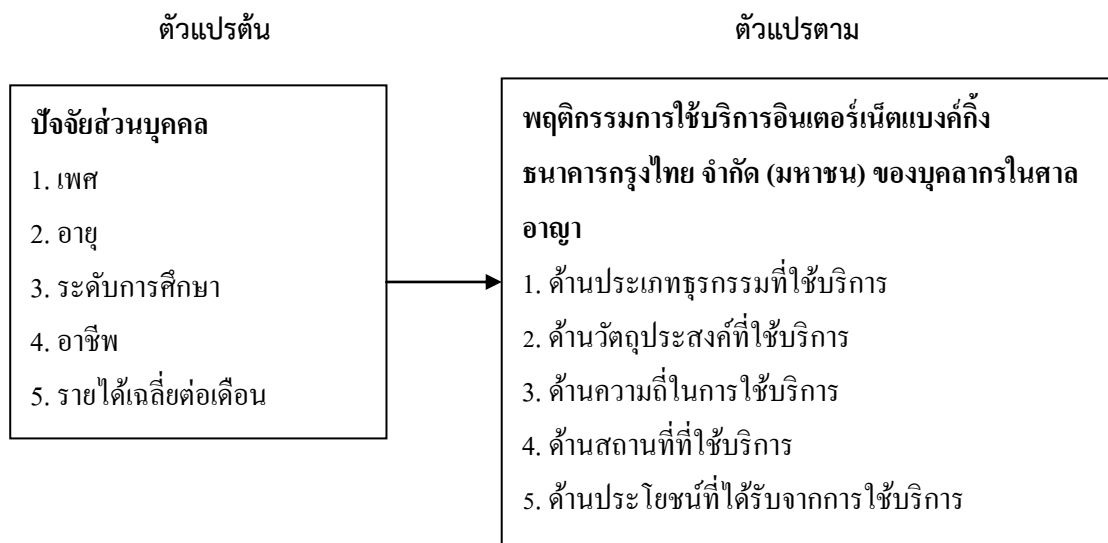
#### **ขอบเขตด้านระยะเวลา**

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ระหว่างเดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม พ.ศ. 2562

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เป็นประโยชน์แก่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และธนาคารอื่นที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง สำหรับใช้เป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์และวางแผนการตลาดให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการของธนาคาร

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### *แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค*

พฤติกรรมผู้บริโภคนับได้ว่าเป็นความสำคัญต่อนักการตลาดเป็นอย่างมาก โดยที่พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเป้าหมายหลัก ที่นักการตลาดจะต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพราะถือได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ถ้านักการตลาดนำสินค้าออกสู่ตลาดโดยไม่วิเคราะห์ตลาดอย่างเพียงพอแล้ว เชื่อได้ว่านักการตลาดผู้นั้นไม่สามารถจะบรรลุเป้าหมายทางการตลาดได้เลย

พฤติกรรมของผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง กระบวนการ หรือพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของ ผู้ซื้อ ทั้งที่เป็นปัจเจกบุคคลและกลุ่มบุคคล อันจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

พฤติกรรมต่าง ๆ สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) พฤติกรรมที่ไม่สามารถควบคุมได้เรียกว่า เป็นปฏิกิริยาสะท้อน เช่น การสะดุ้งเมื่อถูกเข็มแทง การกระพริบตา เมื่อมีสิ่งมากระทบกับสายตา ฯลฯ

2) พฤติกรรมที่สามารถควบคุมและจัดระเบียบได้เนื่องจากมนุษย์มีสติปัญญาและอารมณ์ (EMOTION) เมื่อมีสิ่งเร้ามากระทบ สติปัญญาหรืออารมณ์ จะเป็นตัวตัดสินว่าควรจะทำปฏิกิริยาใดออกไป ถ้าสติปัญญาควบคุมการปล่อยปฏิกิริยา เราเรียกว่าเป็นการกระทำตามความคิดหรือ ทำด้วยสมอง แต่ถ้าอารมณ์ควบคุมเรียกว่า เป็นการทำตามอารมณ์ หรือปล่อยตามใจ นักจิตวิทยาส่วนใหญ่เชื่อว่า อารมณ์มีอิทธิพลหรือพลังมากกว่าสติปัญญา ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนยังมีความโลภ ความโกรธ ความหลง ทำให้พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นไปตามความรู้สึกและอารมณ์เป็นพื้นฐาน

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่สุดในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่งโดยเฉพาะ
- 2) ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ
- 3) ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นผลการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ มากจากเหตุผลหรือคุณสมบัติส่วนบุคคล เช่น อายุ อาชีพ ความชอบ สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว เป็นต้น
- 4) ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อและเลือกใช้สินค้าและบริการของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา เช่น การส่งเสริมการขาย การจูงใจลูกค้าด้วยคำพูดที่ดึงดูด การสร้างความรับรู้ของผู้ขาย ความเชื่อ บุคลิกภาพ และแนวคิดของผู้บริโภค

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณภาพัช ธนชาติเตชินท์ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมและความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี สถานภาพเป็นโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 20,000-29,999 บาท
2. ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานธุรกรรมเกี่ยวกับการใช้งานธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ของผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก
3. ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้านระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ต (ปี) พบว่า ระยะเวลาการใช้เฉลี่ยที่ 2.84 ปี ด้านระยะเวลาการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน (เดือน) พบว่า ระยะเวลาการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน เฉลี่ยที่ 12.23 เดือน ด้านการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า จำนวนการใช้บริการเฉลี่ยที่ 5 ครั้งต่อเดือน ด้านจำนวนเงินที่ทำรายการแต่ละเดือนโดยเฉลี่ย พบว่า จำนวนเงินที่ทำรายการ เฉลี่ยที่ 7,795 บาท ด้านช่วงเวลาที่ทำธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชันมากที่สุด พบว่าส่วนใหญ่ทำธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชันในช่วงเวลา 14.01 -18.01 น. ด้านผลกระทบต่อการใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านเว็บไซต์

พบว่าส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมทางธนาคารผ่านเว็บไซต์ลดลงมาก ด้านประเภทธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน พบว่าส่วนใหญ่ทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันประเภท การโอนเงินระหว่างบัญชี และด้านความมั่นใจในความถูกต้องของการใช้ธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันผู้บริโภคมีระดับความมั่นใจในความถูกต้องของการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มาก

4. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้านระยะเวลาการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

ความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน แตกต่างกันไป พฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน ด้านความพึงพอใจในการทำธุรกรรมผ่านโมบายแอปพลิเคชันแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้านระยะเวลาการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก กับความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยรวม ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้านระยะเวลาโดยเฉลี่ยการทำธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชัน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันในระดับค่อนข้างต่ำ กับความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยรวม ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันด้านจำนวนเงินโดยเฉลี่ยที่ทำรายการแต่ละเดือน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ กับความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันโดยรวม ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บุญยาพร ยางทอง (2561) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการใช้ MOBILE BANKING ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีอาชีพพนักงานเอกชน ด้านทัศนคติ ด้านแรงจูงใจ ที่มีต่อการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน พบว่า โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก ส่วนข้อมูลพฤติกรรมการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสินในการทำธุรกรรมทางการเงิน ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของธนาคารผ่านช่องทางมือถือ โดยรู้จักแอปพลิเคชันของธนาคาร MyMo จากโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีการใช้ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. และแต่ละเดือนคุณทำธุรกรรมผ่าน Mobile Banking ธนาคารออมสินช่วงปลายเดือน มีการใช้บริการ Mobile Banking ธนาคารออมสินในการโอนเงินภายในธนาคารและต่างธนาคาร ความถี่การใช้บริการ 7 ครั้งต่อเดือนขึ้นไป และสถานที่ใช้บริการ จะใช้บริการที่บ้าน/คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์ ผลการทดสอบ พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพกับพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงิน

ของผู้บริโภค ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แตกต่างกัน โดยรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน ทศนคติที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และแรงจูงใจที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ด้านคุณภาพ ด้านความเชื่อมั่น ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พรพรรณ ช้างงานิยม (2553) ทำการวิจัยเรื่อง ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน (Mobile Banking) ผ่านโทรศัพท์มือถือของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมีค่าระดับ 0.05 พบว่า

1. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านธนาคารผู้ให้บริการมีความสัมพันธ์กับ อาชีพ และความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ
2. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านระบบโทรศัพท์ที่มีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้ และความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ
3. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับ การศึกษา และรายได้
4. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการเช็กระยะเงินมีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา อาชีพ ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย
5. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการโอนเงินมีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านต้นทุน ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย
6. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการชำระสินค้าและบริการมีความสัมพันธ์กับ อายุ อาชีพ รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านต้นทุน ด้านความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย
7. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการชำระค่าบัตรเครดิตมีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในส่วนของระบบด้านรูปแบบทางกายภาพและด้านความปลอดภัย
8. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการจ่ายค่าสาธารณูปโภคมีความสัมพันธ์กับรายได้
9. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ด้านความถี่ในการเติมเงินโทรศัพท์มือถือมีความสัมพันธ์กับ อายุ การศึกษา รายได้ ความพึงพอใจในส่วนของการบริการด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ต้นทุน การติดต่อสื่อสาร ความพึงพอใจในส่วนของระบบ ด้านรูปแบบทางกายภาพ และด้านความปลอดภัย



ศรัณญา ปัญญา และ พรทิพย์ เขียรธีรวิทย์ (2559) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้ บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ บริการสาขาทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสมรสแล้ว มีอายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 10,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการ KTB Netbank อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง ได้แก่ ภาพพจน์ที่ดีและความน่าเชื่อถือ ของธนาคารกรุงไทย ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสามารถในการทำการรายได้ตลอด 24 ชั่วโมงและทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ยคนละ 2 ปี ช่วงเวลาที่ นิยมใช้คือ ช่วงเวลา 12:01 น. – 18:00 น. จำนวนครั้งที่ใช้เฉลี่ยคนละ 10 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการทางด้ำน การตรวจสอบยอดคงเหลือในบัญชี และการโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยภายในเขตโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทย ข้ามเขตและโอนเงินไปยังบัญชีต่างธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสาขาในห้างสรรพสินค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสมรสแล้ว อายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 10,000 – 20,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ KTB Netbank อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง ได้แก่ ภาพพจน์ที่ดีและความน่าเชื่อถือของธนาคารกรุงไทย ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความสามารถในการทำการรายได้ตลอด 24 ชั่วโมงและทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ KTB Netbank เฉลี่ยคนละ 2 ปี ช่วงเวลาที่นิยมใช้คือ ช่วงเวลา 12:01 น. – 18:00 น. จำนวนครั้งที่ใช้เฉลี่ยคนละ 10 ครั้ง/เดือน ส่วนใหญ่ใช้บริการทางด้ำนการตรวจสอบยอดคงเหลือในบัญชี และการโอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยภายในเขต โอนเงินระหว่างบัญชีกรุงไทยข้ามเขตและโอนเงินไปยังบัญชีต่างธนาคาร

อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์ (2553) ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน บนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 25-34 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญา ตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป

2. ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการในทุก ๆ ด้าน อยู่ในระดับดี โดยด้านขั้นตอนการ ใช้งานธุรกรรมทางการเงินเป็นด้านที่มีความสำคัญสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของธุรกรรมทางการเงิน ด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงิน ด้านความสะดวกในการใช้งานธุรกรรมทางการเงิน และด้ำน ความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงิน ตามลำดับ

3. ระยะเวลาเฉลี่ยในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ประมาณ 9 เดือน ส่วนความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่อเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3 ครั้ง/เดือน ผู้ตอบ แบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้บริการด้านวัตถุประสงค์ในการใช้บริการอยู่ในระดับต่ำ โดยมีพฤติกรรมใน ระดับสูงและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในการใช้บริการเพื่อสอบถามยอดเงินคงเหลือ ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรม ทางการเงินบนมือถือ โดยทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีพฤติกรรมการใช้บริการอยู่ในระดับสูงในเรื่องใช้บริการ ธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ เพราะสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า

ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้

1. เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือไม่แตกต่างกัน
2. อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือแตกต่างกัน โดย ผู้ที่มีอายุ 35-44 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีอายุ 25-34 ปี
3. สถานภาพของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือไม่แตกต่างกัน
4. ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือไม่แตกต่างกัน
5. อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและนักเรียนนักศึกษา
6. รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือไม่แตกต่างกัน
7. ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ธุรกรรมทางการเงินบนมือถือด้านขั้นตอนการใช้งานธุรกรรมทางการเงินบนมือถือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ
8. ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ด้านความสะดวกในการใช้งานธุรกรรมทางการเงินบนมือถือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ
9. ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ ด้านความถูกต้องในการทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ
10. ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือด้านความปลอดภัยจากการทำธุรกรรมทางการเงินบนมือถือมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ
11. ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือด้านภาพลักษณ์ของธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือ

### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรในศาลอาญาที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 142 ชุด โดยใช้สูตรของ

ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% (Taro Yamane, 1973)

### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form จนได้แบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

### **การวิเคราะห์ข้อมูล**

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS)

### **สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ต Bangkok University Journal (Mahachulalongkornrajavidyalaya) ของบุคลากรในศาลอาญา

### **ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า มีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 142 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 73.94 และเพศชาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.06 ส่วนใหญ่มีอายุ 36 - 45 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 41.55 รองลงมาคือ 26 - 35 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.21, 46 - 55 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56, มากกว่า 56 ปีขึ้นไปจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และไม่เกิน 25 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.93 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 69.72 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08, ม.ปลาย/ปวช. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56, ปวส./อนุปริญญา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.93 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 67.61 รองลงมาคือ พนักงานราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08, อื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.27, ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.22 และลูกจ้างประจำ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.82 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.92, 30,001-40,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.97, 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.15 และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.23 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบที่ Bangkok University Journal (Mahachulalongkornrajavidyalaya) ของบุคลากรในศาลอาญา มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบบที่ Bangkok University Journal (Mahachulalongkornrajavidyalaya) ของบุคลากรในศาลอาญา

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ และด้านความถี่ในการใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.52$ ,  $\bar{X} = 4.21$ ) ตามลำดับ และด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ ด้านสถานที่ที่ใช้บริการ และด้านประเภทรูทการที่ใช้บริการ ( $\bar{X} = 4.18$ ,  $\bar{X} = 4.16$ ,  $\bar{X} = 4.12$ ) ตามลำดับ

## สรุปผลการวิจัย

### ปัจจัยส่วนบุคคล

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญา มีผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 142 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 73.94 และเพศชาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 26.06 ส่วนใหญ่มีอายุ 36 - 45 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 41.55 รองลงมาคือ 26 - 35 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 35.21, 46 - 55 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56, มากกว่า 56 ปีขึ้นไปจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และไม่เกิน 25 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.93 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 69.72 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08, ม.ปลาย/ปวช. จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.56, ปวส./อนุปริญญา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.93 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 67.61 รองลงมาคือ พนักงานราชการ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 14.08, อื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 11.27, ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.22 และลูกจ้างประจำ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.82 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73 รองลงมาคือ 10,001-20,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 35.92, 30,001-40,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.97, 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.15 และไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.23 ตามลำดับ

### พฤติกรรมการใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรในศาลอาญา

ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ ด้านความถี่ในการใช้บริการ ตามลำดับ และด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ ด้านสถานที่ที่ใช้บริการ และด้านประเภทรูทการที่ใช้บริการ ตามลำดับ

## อภิปรายผลการวิจัย

### 1. ด้านประเภทรูขุมทรัพย์ที่ใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การโอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองหรือบัญชีของผู้อื่น การตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ/การขอรับรายการเดินบัญชีตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ การเปิด/ปิดบัญชีเงินฝาก การชำระค่าสาธารณูปโภค/สินค้าและบริการ การขอบัตรเครดิตและบริการเกี่ยวกับบัตรเครดิต การขอสินเชื่อและบริการเกี่ยวกับสินเชื่อ การอายัดเช็ค/สอบถามสถานะเช็ค ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ ฌนาภา ฐนชาติเตชินท์ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบายแอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

### 2. ด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เพื่อการออม ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ เพื่อขอรับรายการเดินบัญชีปัจจุบันและย้อนหลังเพื่อการโอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองหรือบัญชีผู้อื่น เพื่อใช้ชำระค่าสาธารณูปโภค/สินค้าและบริการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศรัญญา ปัญญา และ พรทิพย์ เจริญธีรวิทย์ (2559) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

### 3. ด้านความถี่ในการใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ จำนวนครั้งที่ท่านใช้บริการโดยเฉลี่ยมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวนเงินเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการมากกว่า 5,000 บาทตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ส่วนมากท่านใช้เพื่อการชำระค่าสาธารณูปโภค/ค่าสินค้าและบริการ จำนวนรายการที่ท่านใช้บริการต่อครั้งมากกว่า 3 รายการ ส่วนมากท่านใช้เพื่อการฝาก-ถอนเงิน/การโอนเงิน ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์ (2553) ทำการวิจัยเรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

### 4. ด้านสถานที่ที่ใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านใช้บริการขณะอยู่ที่บ้าน ท่านใช้บริการขณะอยู่ที่ทำงาน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ท่านใช้บริการขณะอยู่ในห้างสรรพสินค้า ท่านใช้บริการขณะอยู่ที่ร้านอาหาร/ร้านกาแฟ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปุณยาพร ยางทอง (2561) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการใช้ MOBILE BANKING ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

### 5. ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่านสามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ท่านเลือกใช้บริการเพราะไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียม ท่านเลือกใช้

บริการเพราะความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ท่านเลือกใช้บริการเพราะตอบสนองต่อความต้องการของท่าน ท่านเลือกใช้บริการเพราะระบบมีความปลอดภัยและทันสมัย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรพรรณ ช่างงานิยม (2553) ทำการวิจัยเรื่อง ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน (Mobile Banking) ผ่านโทรศัพท์มือถือ ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

#### ด้านประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรปรับปรุงระบบการโอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองหรือบัญชีของผู้อื่น ให้สามารถตรวจสอบภายหลังได้ว่าโอนเงินไปให้ใคร เวลาใด จำนวนเงินเท่าใด เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการของลูกค้า สามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ/การขอรับรายการเดินบัญชี ได้ตลอดเวลา ข้อมูลมีความถูกต้อง และแม่นยำ มีระบบการเปิด/ปิดบัญชีเงินฝาก ที่ใช้งานง่าย สะดวก ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปติดต่อที่ธนาคาร และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การชำระค่าสาธารณูปโภค/สินค้าและบริการ มีเมนูคำสั่งในการใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว มีความถูกต้องครบถ้วน และเพิ่มประเภทการให้บริการที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

#### ด้านวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรมีรูปแบบการออมที่หลากหลาย เพื่อรองรับต่อความต้องการการออมเงินของลูกค้า และมีบริการตรวจสอบยอดเงินคงเหลือหรือดูรายการย้อนหลัง โดยระบบของธนาคารมีความถูกต้อง แม่นยำ เที่ยงตรง สามารถรองรับการใช้งานของลูกค้าในจำนวนมาก และสามารถตรวจเช็คได้ตลอดเวลาตามที่ลูกค้าต้องการ

#### ด้านความถี่ในการใช้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการ ให้มีประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา เพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งที่มีจำนวนการใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้นในปัจจุบัน เพราะผู้ใช้บริการมีจำนวนการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละเดือน และจำนวนเงินที่ใช้ทำธุรกรรมก็มีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นไปตามความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค การชำระค่าสาธารณูปโภค/ซื้อสินค้าและบริการ ที่มีความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อีกทั้งประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการด้วย ยิ่งใช้ง่ายมากก็ยิ่งเพิ่มความถี่ในการใช้บริการของธนาคารเพิ่มมากขึ้น

#### ด้านสถานที่ที่ใช้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการด้านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ให้มีความเสถียรภาพ เพื่อรองรับต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตของลูกค้า ไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการใช้บริการของลูกค้า ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นที่บ้าน ที่ทำงาน ห้างสรรพสินค้า หรือร้านอาหารและร้านกาแฟก็ตาม ให้สามารถใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ใช้บริการไม่ต้องกังวลเรื่องสถานที่ในการใช้บริการอีกต่อไป

ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ให้มีความสวยงามน่าใช้ การใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีความปลอดภัย ทำให้ลูกค้าสามารถใช้งานได้ตลอดเวลา ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ เหมือนการชำระที่เคาน์เตอร์เซอร์วิส ซึ่งมีความสะดวกและรวดเร็วกว่า อีกทั้งยังประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปติดต่อธนาคาร หรือไปชำระเงินที่เคาน์เตอร์เซอร์วิสด้วย ทำให้ลูกค้าที่ใช้บริการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร

บรรณานุกรม

- ณภาพัช ธนชาติเตชินท์. (2556). *พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้งานธุรกรรมทางธนาคารผ่านโมบาย แอปพลิเคชันของผู้บริโภค ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปุกญาพร ยางทอง. (2561). *พฤติกรรมในการใช้ Mobile Banking ธนาคารออมสิน ในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิทยาบริการฯ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรพรรณ ช่างงานนิยม. (2553). *ลักษณะบุคคล ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ของลูกค้าธนาคารในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรัณญา ปัญญาบุรี และ พรทิพย์ เจียรธีรวิทย์. (2559). *พฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ KTB Netbank ธนาคารกรุงไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. การศึกษาอิสระ.มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิชาติ เทศสวัสดิ์วงศ์. (2553). *ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินบนมือถือของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.