

ความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง)
SATISFACTION IN INTERNET BANKING OF KRUNGTHAI BANK PUBLIC
COMPANY LIMITED SERVICE OF PERSONNEL OF THE STATE AUDIT
OFFICE OF THE KINGDOM OF THAILAND (HEADQUARTERS)

ยุวดี ทองอ่อน
สาขาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Yuwadee Thong-oon

E-mail: th.yuwadee44@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking Ramkhamhaeng University,

Thailand

Corresponding author

บทคัดย่อ

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านความพึงพอใจ ด้านการร้องเรียนการใช้บริการ ด้านความภักดี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พร้อมทั้งพิจารณาตามพฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ยอดเงินที่ใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อครั้ง เหตุผลที่ใช้บริการ ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 322 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) ที่ใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 322 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4 และเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1, 41-50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ ลูกจ้างประจำ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ลูกจ้างสมทบ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาคือ 5-10 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7, 11-15 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3, 21 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และ 16-20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมาคือ 30,001-45,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3, 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

2.) พฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) อันได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการ ยอดเงินที่ใช้บริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง เหตุผลที่ใช้บริการ

3.) ความพึงพอใจของผู้ใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความพึงพอใจ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความภักดี และด้านที่อยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการร้องเรียนการใช้บริการ ตามลำดับ

ABSTRACT

The objective is to study satisfaction in Internet Banking of Krungthai Bank Public Company Limited Service of Personnel of The State Audit Office of The Kingdom of Thailand (Headquarters). The factors of research included Trust and Confidence, Satisfaction, Service Complaints and Loyalty. That are classified by Personal factors were including sex, age, marital status, type of personnel, education, working period and average income per month; by Service Internet Banking of Krungthai Bank Public Company Limited's Behavior were including service frequency, amount used, Reasons for using the service. The population used in this motivation research was personnel of The State Audit Office of The Kingdom of Thailand (Headquarters). The samples used in this research amount of 322 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were frequency, percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The results found that 1.) The used all respondents 322 people. Most are female 262 peoples representing 81.4%, are male 60 peoples representing 18.6%. Most aged 31-40 years old 164 peoples

representing 50.9% followed by the under 30 years old 126 peoples representing 39.1%, 41-50 years old 27 peoples representing 8.4%, and over 51 years old 5 peoples representing 1.9% respectively. Most are single status 259 peoples representing 80.4% followed by marital status 58 peoples representing 18.0% and divorced/widowed Status 5 peoples representing 1.6% respectively. Most are government officer 244 peoples representing 75.8% followed by permanent officer 45 peoples representing 14.0%, associate officer 20 peoples representing 6.2%, and temporary 13 peoples representing 4.0% respectively. Most are master degree level 164 peoples representing 50.9% followed by bachelor's degree level 152 peoples representing 47.2%, less than a bachelor's degree level 5 peoples representing 1.6%, and over than master degree level 7 peoples representing 1.75% respectively. Most are the working period less than 5 years 213 peoples representing 66.2% followed by 5-10 years 86 peoples representing 26.7%, 11-15 years 14 peoples representing 4.3%, over than 21 years 5 peoples representing 1.6% and 16-20 years 4 peoples representing 1.2% respectively Most have average income per month 15,001-30,000 baht 233 peoples representing 72.4% followed by 30,001-45,000 baht 62 peoples representing 19.3%, 45,001 baht up have 14 peoples representing 4.3%, and less than 15,000 baht 13 peoples representing 4.0% respectively.

2.) Behavior in Internet Banking of Krungthai Bank Public Company Limited Service were including service frequency, amount used, Reasons for using the service month period.

3.) Satisfaction in Internet Banking of Krungthai Bank Public Company Limited Service of Personnel of The State Audit Office of The Kingdom of Thailand (Headquarters) overall high level. Considering each side, then that side is the highest level of Satisfaction and Trust and Confidence. Side is high level of Loyalty. The other side is few level of Service Complaints.

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งพัฒนาการของเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของพวกเราทุกคน ท่ามกลางความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด เทคโนโลยีทางการเงินได้เปลี่ยนโลกการเงินและเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบที่มีต่อผู้ใช้บริการทางการเงินและประเทศโดยรวม และผลกระทบต่อภาคการเงินการธนาคาร โดยธุรกรรมทางการเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ได้มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจยุคใหม่และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อพัฒนาส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศให้เป็นไปตามความต้องการ โครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศที่เอื้อต่อการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจบริการเกี่ยวกับธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการมีมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารที่มีความมั่นคงปลอดภัยและน่าเชื่อถือ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินการบรรลุผลตามความมุ่งหมายในการที่จะพัฒนาการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศทั้งในระดับ

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ระดับองค์กร และระดับประชาชน และคาดว่าในอนาคตก็อาจมีบริการรูปแบบใหม่เกิดขึ้นอีกมากมายอย่างแน่นอน ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยได้ขยายช่องทางการให้บริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตกันมากยิ่งขึ้น โดยมีชื่อเรียกการให้บริการชนิดนี้หลากหลาย เช่น Internet banking, On-line banking, หรือ Cyber banking ซึ่งล้วนมีความหมายเหมือนกันคือ การให้บริการธนาคารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เป็นนวัตกรรมทางการเงินที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังมีบริการให้บริการหลายรูปแบบที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การเข้าถึงบริการธนาคารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้ทุกที่ที่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต โดยสามารถลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางทำให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

สรุป ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่มิอาจหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและอนาคต ส่งผลให้ภาคธุรกิจต้องเร่งปรับตัวไม่เว้นแม้แต่ธนาคาร เมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ธนาคารมีการปรับตัวโดยการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการได้ระดับใด ดังนั้นการตามให้ทันเทคโนโลยีต่าง ๆ ช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้พร้อมทั้งทำให้ผู้ให้บริการเดิมมีความสุขและเปิดโอกาสให้พบลูกค้าใหม่ได้หรือไม่ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) เพื่อแสดงให้เห็นถึงระดับพึงพอใจของผู้ใช้บริการและส่งผลให้เกิดการพัฒนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง)

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ประเภทบุคลากร ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. พฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ ยอดเงินที่ใช้บริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง เหตุผลที่ใช้บริการ

ตัวแปรตาม คือ

1. ความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ด้านความพึงพอใจ ด้านการร้องเรียนการใช้บริการ ด้านความภักดี

ขอบเขตด้านประชากร

บุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

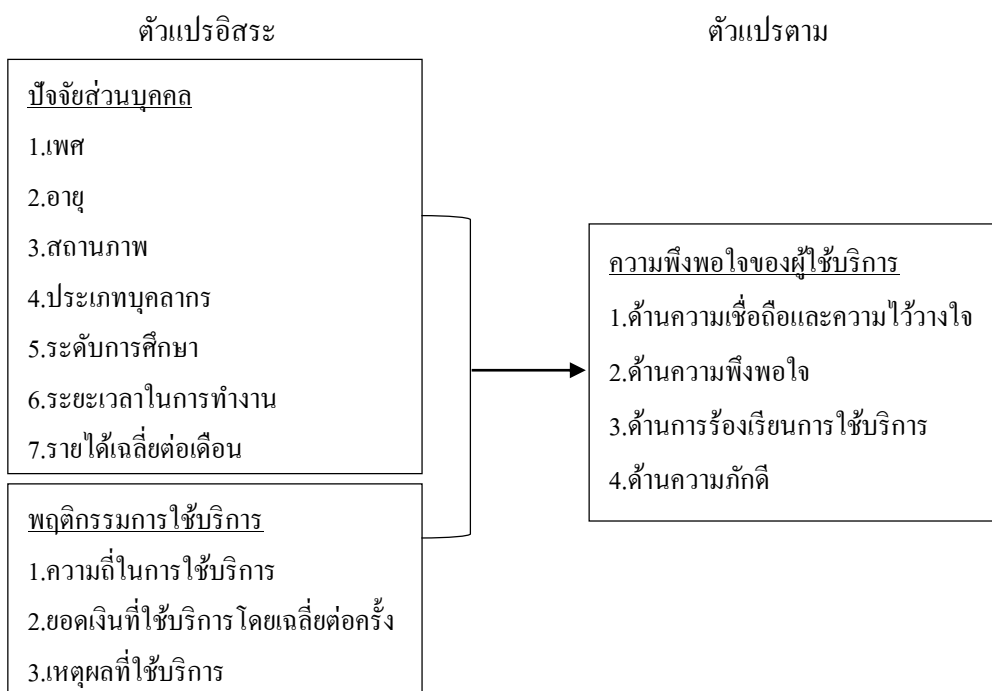
การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง)

2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) โดยหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการเงินสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อการพัฒนารูปแบบของ Internet Banking ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิด



แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจ

กัลธิมา เหลืองอร่าม, นิธิวดี เหลืองอ่อน และปัญญา มั่นบำรุง (2545) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจต่อการให้บริการและการจงใจว่าบุคคลส่วนใหญ่เข้าใจว่าเป็นสิ่งเดียวกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วความพึงพอใจเป็นความรู้สึกต่อการให้บริการ ส่วนการจงใจมาใช้บริการนั้นเป็นผลที่เกิดจากความรู้สึกซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการใช้บริการความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่มีต่อการให้บริการของบุคคลในองค์กรเป็นเป้าหมาย แต่แรงจูงใจนั้นมีจุดหมาย อย่างไรก็ตาม ทั้งสองเรื่องไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจนด้วย เหตุผล สองประการคือ

ประการที่หนึ่ง ความพึงพอใจนั้นเป็นความพึงพอใจที่ตอบสนองสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบ และเราถือว่าคนเราพยายามเข้าใกล้สิ่งที่ตนพอใจและความพยายามหลีกเลี่ยงห่างสิ่งที่ตนไม่พอใจ ซึ่งเป็นผลให้ความพึงพอใจเชื่อมโยงกับพฤติกรรมในการจงใจมาใช้บริการ

ประการที่สอง ทฤษฎีการจงใจทั้งหลายอยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานในเรื่องความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า แต่ละคนจะถูกจงใจให้มุ่งหาสิ่งที่ตนพึงพอใจอันก่อให้เกิดผลที่ว่า ทฤษฎีการจงใจนั้นยังต้องพิจารณาในเรื่องความพึงพอใจควบคู่ไปด้วย

ความพึงพอใจมีความหมายโดยทั่วไปว่าระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความหมายของความพึงพอใจในการบริการ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ความหมายในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการตามลักษณะของการบริการและกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบ ดังกล่าวย่อม นำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการนั้น หากเป็นไปในทางตรงกันข้ามการรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับกรรับรู้สิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พอใจต่อ ผลิตภัณฑ์บริการและนำเสนอบริการนั้นได้

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ต

พินัย ฒ นคร (2544) สรุปว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริหาร การโฆษณาสินค้า การโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น จุดเด่นของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ประหยัดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยลดความสำคัญขององค์ประกอบของธุรกิจที่มองเห็นจับต้องได้ เช่น อาคารที่ทำการ ห้องจัดแสดงสินค้า (Showroom) คลังสินค้า พนักงานขาย และพนักงานให้บริการต้อนรับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ คือ ระยะทางและเวลาทำการแตกต่างกัน จึงไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจอีกต่อไป

การติดต่อทำการค้ากันด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นที่รู้จักกันภายใต้ชื่อว่า "พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์" แต่ต้องตระหนักว่าวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ก็ถูกนำมาใช้ในกิจกรรมที่มีใช้เพื่อการค้าพาณิชย์ได้เช่นกัน ดังนั้น เมื่อกล่าวเป็นการทั่ว ๆ ไป ถึงกิจกรรมที่กระทำโดยใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่ระบุว่าเป็นกิจกรรมเชิงพาณิชย์หรือไม่ จึงใช้คำว่า "ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์"

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัทมาพัชร์ พัทธราวลย์ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผลวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเฉพาะกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการลูกค้า

2) การรับรู้ภาพลักษณ์ของธนาคารเฉพาะกิจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้มากที่สุดในด้านองค์กร ในเรื่องธนาคารเฉพาะกิจมีฐานะทางการเงินมั่นคงเชื่อถือได้

3) ความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านทัศนคติ

4) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจ ในด้านความมั่นใจ ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจมากที่สุด

5) การรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารในด้านองค์กร ด้านพนักงานและด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการธนาคารเฉพาะกิจมากที่สุด

6) ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารเฉพาะกิจและการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องของความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคาร ในด้านความมั่นใจ

นายเชตริก ทอง เอกอภย์ (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสายการบิน Thai Lion Air พบว่าผลวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1) ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการของสายการบิน Thai Lion Air จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการของสายการบิน Thai Lion Air ด้านต่าง ๆ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคิดเห็นด้านคุณภาพการให้บริการของสายการบิน Thai Lion Air ทั้ง 5 ด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจได้ ด้านการเข้าถึงจิตใจและด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

2) ข้อมูลด้านความภักดีของผู้ใช้บริการสายการบิน Thai Lion Air จากการศึกษาข้อมูลด้านความภักดีของผู้ใช้บริการสายการบิน Thai Lion Air โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นด้านความภักดีของผู้ใช้บริการสายการบิน Thai Lion ทั้ง 4 ด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา รองลงมาคือ ด้านการบอกต่อด้านความตั้งใจที่จะซื้อ และด้านการร้องเรียน ตามลำดับ

ชาญณรงค์ เลาหวรรณชนะ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจตามแบบจำลอง ACSI พบว่าผลวิจัยสรุปได้ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการ จากการศึกษาพบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านการมุ่งมั่นเต็มใจให้บริการอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยที่ 4.24 ด้านการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีอยู่ในระดับที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.17 ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจตามแบบจำลอง ACSI ด้านความคาดหวังของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านการรับรู้คุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านการรับรู้คุณค่าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านความชอบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ด้านความซื้อร้องเรียนของลูกค้าอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18 ด้านความภักดีของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) จำนวน 1,648 คน (ที่มา : สำนักบริหารทรัพยากรบุคคลสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน ณ วันที่ 30 มกราคม 2563) ผู้วิจัยทำการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% (Taro Yamane, 1973) ผลจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า 321.88 คน ผู้วิจัยจึงจะเก็บกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้อยู่ที่จำนวน 322 คน ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัย จะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1.1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามที่เป็นกระดาษ และผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการประมวลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ (SPSS Version 26.0)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) สำหรับวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง)
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4 และเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ส่วนใหญ่มีอายุ 31–40 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 , 41–50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 , 51 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 หย่าร้าง/หม้าย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีบุคลากรเป็นข้าราชการ จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ ลูกจ้างประจำ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ลูกจ้างสมทบ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับ การศึกษาปริญญาโท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็น ร้อยละ 47.2 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาคือ 5–10 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 , 11–15 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 , 21 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และ 16–20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–30,000 บาท จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมาคือ 30,001–45,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 , 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และ ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 พบว่า ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการ 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ มากกว่า 8 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 , 6-8 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มียอดเงินที่ใช้บริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001-2,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคือ ไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 , 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 , 4,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และ 3,001-4,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ เหตุผลที่ใช้บริการมากที่สุด ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการด้วยเหตุผลความสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ทำให้การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากร สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความพึงพอใจ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.28$, $\bar{X} = 4.25$) ตามลำดับ ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความภักดี ($\bar{X} = 3.79$) ด้านที่อยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการร้องเรียนการให้บริการ ($\bar{X} = 2.32$)

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากร สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 81.4 และเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31–40 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 , 41–50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 , 51 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพ โสด จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 80.4 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 หย่าร้าง/หม้าย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีบุคลากรเป็นข้าราชการ จำนวน

244 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาคือ ลูกจ้างประจำ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ลูกจ้างสมทบ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงาน น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาคือ 5-10 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 , 11-15 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 , 21 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และ 16-20 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมาคือ 30,001-45,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 , 45,001 บาทขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และ ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความถี่ในการใช้บริการ 3-5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ มากกว่า 8 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 , 6-8 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ ยอดเงินที่ใช้บริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ส่วนใหญ่มียอดเงินที่ใช้บริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001-2,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคือ ไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 , 2,001 - 3,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 , 4,001 บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และ 3,001-4,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่ใช้บริการมากที่สุด คือ เลือกใช้บริการด้วยเหตุผลความสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ทำให้การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 และมีความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ความพึงพอใจในการใช้ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของบุคลากรสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง)

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความพึงพอใจ ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ตามลำดับ ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความภักดี ด้านที่อยู่ในระดับน้อย คือ ด้านการร้องเรียนการใช้บริการ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีระบบแจ้งเตือนทุกครั้งที่มีการทำรายการในบัญชี ระบบมีการยืนยันความถูกต้องทุกครั้งหลังการใช้งาน การใช้บริการมีหลักฐานที่ชัดเจน บริการ Internet Banking ใช้งานง่ายตามลำดับ และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของธนาคารทำให้เลือกใช้บริการเชื่อมั่นในการใช้บริการ Internet Banking การใช้บริการมีความปลอดภัย เป็นการบริการที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญณรงค์ เลาหวรรณชนะ (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจตามแบบจำลอง ACSI

2. ด้านความพึงพอใจ

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พึงพอใจในบริการธุรกรรมทางการเงินโดยไม่เสียค่าธรรมเนียม พึงพอใจในความสะดวกรวดเร็ว พึงพอใจที่บริการ Internet Banking ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินง่ายขึ้น พึงพอใจในความถูกต้องแม่นยำ มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ การให้บริการ Internet Banking เป็นนวัตกรรมที่ทำให้ชีวิตท่านเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น พึงพอใจที่มีรายการธุรกรรมทางการเงินหลากหลาย คุณภาพบริการที่ได้รับมีความเหมาะสม และข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ บริการ Internet Banking สามารถตอบสนองความต้องการได้ครบถ้วน พึงพอใจในความปลอดภัยของระบบ พึงพอใจในเสถียรภาพของบริการ Internet Banking การทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน Internet Banking มีความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวมากพอที่ทำให้สบายใจในการใช้บริการ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ Internet Banking และสามารถให้คำแนะนำได้อย่างถูกต้อง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ปิ่นฉวีร์ พัชรวาลัย (2559) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ด้านการร้องเรียนการให้บริการ

โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย คือ เคยบอกต่อในเรื่องปัญหาต่อคนรู้จัก เคยร้องเรียนต่อผู้ดูแลระบบ เคยเผยแพร่ปัญหาที่ประสบต่อสาธารณชน โดยใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชาญณรงค์ เลาหวรรณชนะ (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจตามแบบจำลอง ACSI

4. ด้านความภักดี

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ความผูกพันต่อธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) และมีความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต มีโอกาสจะแนะนำให้คนที่รู้จักมาใช้บริการ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย

จำกัด (มหาชน) อย่างแน่นอน ไม่ลังเลที่จะใช้บริการ Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ถึงแม้ว่าธนาคารอื่นจะมีการส่งเสริมการขายที่ดีกว่าก็ตาม เมื่อต้องการใช้บริการ Internet Banking จะใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นอันดับแรก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เซดริก ทอง เอกอर्फีย์ (2559) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสายการบิน Thai Lion Air

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารต้องนำเสนอพร้อมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้เกิดความน่าเชื่อถือ ต้องทำให้บริการออนไลน์ของธนาคารมีคุณค่าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ระบบมีปลอดภัย ใช้งานง่าย ไม่มีข้อผิดพลาดหรือมีข้อบกพร่อง ต้องพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนบุคคล พร้อมสร้างการรับรู้แก่ผู้ใช้บริการว่าการใช้ Internet Banking มีระบบการรักษาความปลอดภัยในข้อมูลระดับใด และวิธีการปกป้องข้อมูลส่วนตัวที่ผู้ใช้บริการสามารถปกป้องได้ด้วยตนเองมีวิธีการใดบ้าง ต้องกำหนดคุณภาพการให้บริการและสร้างมาตรฐานการให้บริการอยู่ในระดับสากลแก่ระบบ Internet Banking เพื่อแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการบริการและเมื่อได้รับบริการแล้วจะได้รับคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากลเพื่อให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ

ด้านความพึงพอใจ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรมีสร้างรายการธุรกรรมทางการเงินที่หลากหลายหรือแตกต่าง พร้อมให้ความสำคัญแก่ระบบการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างยิ่ง โดยธนาคารสามารถพัฒนาระบบในด้านการรักษาความลับหรือความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัวสูงสุด เช่น การยืนยันตัวตนก่อนการเข้าระบบที่แน่นอนและเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล หรือมีการการันตีในความปลอดภัยและระบบสามารถตรวจสอบได้เมื่อเกิดปัญหา ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาป้องกันหรือปรับปรุงระบบอยู่เสมอ ๆ ให้เกิดความเสถียร เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความสบายใจและมั่นใจที่จะใช้บริการ ธนาคารต้องให้ความสำคัญทั้งกับระบบการให้บริการรวมถึงพนักงานในการให้บริการซึ่งเมื่อระบบเกิดขัดข้องพนักงานผู้ใช้บริการจะเป็นซึ่งแรกที่ผู้ใช้บริการจะคิดถึงเพื่อให้ช่วยแก้ปัญหา ดังนั้น พนักงานจึงเป็นหัวใจของคุณภาพและประสิทธิภาพของการให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการต้องใส่ใจ ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกพนักงานและการพัฒนาระบบ

ด้านการร้องเรียนการใช้บริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ธนาคารควรใส่ใจในข้อร้องเรียนผู้ใช้บริการในทุก ๆ เรื่องพร้อมนำไปปรับปรุงแก้ไขโดยเร็วที่สุดและเมื่อการใช้งานมีปัญหาทางธนาคารควรมีช่องทางการติดต่อในการแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว ควรมีสายตรงที่ติดต่อเกี่ยวกับปัญหาการใช้งาน Internet Banking โดยตรง และฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือปัญหาเร่งด่วนได้ดี

ด้านความภักดี

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ในปัจจุบันทุกธนาคารในประเทศไทยมี Internet Banking เพื่อรองรับแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นธนาคารต้องสร้างการส่งเสริมการขายที่หลากหลายหรือเกิดแตกต่างในการแข่งขัน เช่น มีการสะสมคะแนนในการใช้บริการ และคะแนนสะสมสามารถแลกเปลี่ยนเป็นส่วนลดเงินสดหรือส่วนลดสำหรับการใช้บริการอื่น ๆ ได้

บรรณานุกรม

- ชาญณรงค์ เลาหารรณชณะ. (2562). การศึกษาคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจตามแบบจำลอง ACASI. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- เชตริท ทอง เอกอภย์. (2559). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสายการบิน Thai Lion Air. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- นันทริกา ไปเร็ว. (2557). ความรู้และทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมที่จะเลือกใช้บริการ Internet Banking ของลูกค้าธนาคารออมสินในจังหวัดลพปาง. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น
- ปิ่นฉวีร์ พัชรวัลย์. (2558). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญภาพพัชร อางหาญ. (2555). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. ข้อมูลสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2563, แหล่งที่มา <https://www.audit.go.th/th/>
- Dissertblog. (17 พฤศจิกายน 2559). Internet Banking หรือ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์. ค้นเมื่อ 29 พฤษภาคม 2563, แหล่งที่มา <https://dissertblog.wordpress.com/2016/11/17/ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์-Internet-banking/>