

rttบทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่ เทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวนทั้งหมด 17 สาขา ที่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ จำนวน 400 คน ผลการศึกษามีดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ในส่วนนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานะภาพ และรายได้ สมาชิกในครัวเรือนที่ไม่ทำงาน ภูมิลำเนา ลักษณะที่อยู่อาศัย ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถแสดงผลได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 และเป็นเพศชาย จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 อายุระหว่าง 21-40 ปีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 41-60 ปี จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 อายุเฉลี่ยอยู่ที่ 39 ปี (ตารางที่ 4.1)

ด้านระดับการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมาได้แก่ ระดับ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ระดับปริญญาโท 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และระดับปริญญาเอก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 (ตารางที่ 4.1)

ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50รองลงมาได้แก่ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 (ตารางที่ 4.1)

ด้านสถานภาพการสมรสส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80รองลงมาได้แก่ สถานภาพโสด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 หม้าย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 หย่าร้างจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 (ตารางที่ 4.1)

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 -20,000 บาท จำนวน 170คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมาได้แก่ รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 รายได้ระหว่าง 20,001- 30,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 (ตารางที่ 4.1)

ด้านจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ไม่ทำงาน ส่วนใหญ่ 2 คน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาได้แก่ 3 คน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 สมาชิก 4 คน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 สมาชิก 1 คน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และสมาชิก 5 คนขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75(ตารางที่ 4.1)

ด้านภูมิลำเนา ส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมาได้แก่ จังหวัดลำปาง 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เชียงราย มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 จังหวัดลำพูน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และอื่นๆ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ภาคกลาง ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 (ตารางที่ 4.1)

ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย ส่วนใหญ่ อาศัยอยู่บ้านเช่า/หอพัก จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 รองลงมาได้แก่ อาศัยบ้านตัวเอง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อาศัยบ้านบิดา/มารดา จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 และอาศัยบ้านญาติ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	190	47.50
หญิง	210	52.50
2. อายุ		
20-40 ปี	240	60.00
41-60 ปี	160	40.00
อายุเฉลี่ย (ปี)	39	

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(400 คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	90	22.50
ปริญญาตรี	255	63.75
ปริญญาโท	40	10.00
ปริญญาเอก	15	3.75
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	51	12.75
พนักงานบริษัทเอกชน	202	50.50
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	124	31.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	5.75
5. สถานภาพสมรส		
โสด	120	30.00
สมรส	215	53.75
หม้าย	50	12.50
หย่าร้าง	15	3.75
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
10,000 -20,000 บาท	170	42.50
20,001-30,000 บาท	110	27.50
30,001บาทขึ้นไป	120	30.00

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(400 คน)	ร้อยละ
7. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
1คน	56	14.00
2 คน	128	32.00
3 คน	110	27.50
4 คน	67	16.75
5 คนขึ้นไป	39	9.75
เฉลี่ย (คน)	2	32.00
8. ภูมิลำเนา		
ภาคเหนือ		
เชียงใหม่	195	48.75
ลำปาง	40	10.00
เชียงราย	30	7.50
ลำพูน	25	6.20
อื่นๆ	45	16.00
ภาคกลาง		
กรุงเทพฯ	30	7.50
อื่นๆ	5	1.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		
ขอนแก่น	5	1.20

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน(400 คน)	ร้อยละ
9. ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน		
บ้านตัวเอง	112	28.00
บ้านเช่า/หอพัก	159	39.75
บ้านบิดา/มารดา	105	26.20
บ้านญาติ	24	6.00

ที่มา : จากการศึกษา

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ สามารถนำเสนอผลการศึกษาก่อเป็น 3 ส่วน คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินในภาพรวม ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามอายุและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามรายได้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินในภาพรวม

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์มือถือ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ซึ่งประกอบด้วย การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plus มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ลำดับสอง ได้แก่ด้านจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ซึ่งประกอบด้วยสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.67 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ด้านบุคคลหรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งประกอบด้วยพนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของการใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ในภาพรวม

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล	3.87	มาก	3
1.2 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลรับส่งข้อมูล	4.75	มาก	1
1.3 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plus	3.95	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	4.19	มาก	1
2. ด้านราคา			
2.1 การไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า	3.94	มาก	1
2.2 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการโอนเงินมีความเหมาะสม	3.60	มาก	3
2.3 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถาม ยอดเงินคงเหลือ	3.57	มาก	4
2.4 การไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปี	3.68	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	3.70	มาก	4

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ในภาพรวม (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
3. ด้านการจัดจำหน่าย			
3.1 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย	4.04	มาก	1
3.2 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต	3.67	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	3.86	มาก	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์	3.66	มาก	2
4.2 มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่าเสมอ ทันสมัย	3.73	มาก	1
4.3 การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	3.65	มาก	3
ค่าเฉลี่ย	3.68	มาก	5
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน			
5.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้เป็นอย่างดี	4.03	มาก	1
5.2 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาของการใช้บริการ	3.80	มาก	2
5.3 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.52	มาก	3
ค่าเฉลี่ย	3.78	มาก	3
6. ด้านกระบวนการ			
6.1 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก	3.94	มาก	1
6.2 ขั้นตอนการให้บริการทางการเงินไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.60	มาก	3
6.3 การดาวน์โหลดข้อมูลทำได้รวดเร็ว และถูกต้อง	3.57	มาก	4
6.4 มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก	3.68	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	3.70	มาก	4

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ในภาพรวม (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ			
7.1 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร	4.04	มาก	1
7.2 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ	3.67	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	3.86	มาก	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.82	มาก	

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง อายุระหว่าง 20 – 40 ปี มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามอายุ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง คือ ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ซึ่งประกอบด้วยสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยที่ 4.00 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยที่ 3.67 ลำดับสอง ได้แก่ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ยที่ 4.02 ความน่าสนใจการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยที่ 3.57 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ซึ่งประกอบด้วย มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่าเสมอ ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร 3.57

กลุ่มตัวอย่างอายุ 41ปี ขึ้นไป มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามอายุ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง คือ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ซึ่งประกอบด้วยความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87ความน่าเชื่อถือ

และภาพพจน์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ลำดับสอง ได้แก่ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87สามารถทำรายการต่างๆได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ซึ่งประกอบด้วย มีมีไม่ค่าใช้จ่ายสมัครแรกเข้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการโอนเงินมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ไม่มีค่าใช้จ่ายรายปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถาม ยอดเงินคงเหลือ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.66

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการมีทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามอายุ

ปัจจัย	20 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.68 (มาก)	6	3.72 (มาก)	4
1.1 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล	3.66 (มาก)	2	3.94 (มาก)	1
1.2 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูล	3.73 (มาก)	1	3.65 (มาก)	2
1.3 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plus	3.65 (มาก)	3	3.57 (มาก)	3

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการมีทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์มือถือจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัย	20 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
2. ด้านราคา	3.71 (มาก)	4	3.77 (มาก)	3
2.1 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า	3.94 (มาก)	1	3.89 (มาก)	1
2.2 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการโอนเงินมีความเหมาะสม	3.65 (มาก)	3	3.78 (มาก)	2
2.3 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถาม ยอดเงินคงเหลือ	3.57 (มาก)	4	3.66 (มาก)	4
2.4 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปี	3.68 (มาก)	2	3.76 (มาก)	3
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.84 (มาก)	1	3.86 (มาก)	2
3.1 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย	4.00 (มาก)	1	3.87 (มาก)	1
3.2 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต	3.67 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.72 (มาก)	3	3.68 (มาก)	6
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์	3.94 (มาก)	1	3.66 (มาก)	2
4.2 มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่ำเสมอ ทันสมัย	3.65 (มาก)	2	3.73 (มาก)	1
4.3 การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	3.57 (มาก)	3	3.65 (มาก)	3

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการมีทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ปัจจัย	20 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน	3.69 (มาก)	5	3.66 (มาก)	7
5.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้เป็นอย่างดี	3.67 (มาก)	2	3.93 (มาก)	1
5.2 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของการใช้บริการ	3.74 (มาก)	1	3.50 (มาก)	3
5.3 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.65 (มาก)	3	3.54 (มาก)	2
6. ด้านกระบวนการ	3.61 (มาก)	7	3.71 (มาก)	5
6.1 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก	3.75 (มาก)	1	3.94 (มาก)	1
6.2 ขั้นตอนการให้บริการทางการเงินไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.43 (ปานกลาง)	4	3.65 (มาก)	3
6.3 การดาวน์โหลดข้อมูลทำได้รวดเร็ว และถูกต้อง	3.55 (มาก)	3	3.57 (มาก)	4
6.4 มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก	3.70 (มาก)	2	3.68 (มาก)	2
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.80 (มาก)	2	4.34 (มาก)	1
7.1 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร	4.02 (มาก)	1	3.87 (มาก)	2
7.2 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ	3.57 (มาก)	2	4.80 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72 (มาก)		3.82 (มาก)	

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 4.34 ซึ่งประกอบด้วย ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plus มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามอายุ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลลำดับหนึ่ง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 4.32 ซึ่งประกอบด้วย ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ลำดับสอง ได้แก่การจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ขั้นตอนการให้บริการทางการเงินไม่ยุ่งยากซับซ้อนมีค่าเฉลี่ยที่ 3.71 การคว้านโหลดข้อมูลทำได้รวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามอายุ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลลำดับหนึ่ง คือด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 4.36 ซึ่งประกอบด้วยความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ลำดับที่สอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งประกอบด้วยสามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 สามารถทำรายการได้ตลอด24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามรายได้

ปัจจัย	10,000 – 20,000		20,001-30,000		30,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.90	3	3.69	5	3.83	3
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
1.1 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล	3.94	2	3.75	2	3.97	1
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
1.2 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็ว ในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูล	3.78	3	3.56	3	3.77	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
1.3 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plus	3.98	1	3.77	1	3.76	3
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2. ด้านราคา	3.81	4	3.74	4	3.75	4
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.1 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า	3.97	1	3.80	1	3.89	1
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.2 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการ โอนเงินมีความเหมาะสม	3.77	2	3.75	3	3.78	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.3 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการ สอบถาม ยอดเงินคงเหลือ	3.76	3	3.65	4	3.68	3
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.4 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปี	3.75	4	3.77	2	3.65	4
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.91 (มาก)	2	4.31 (มาก)	2	4.32 (มาก)	2
3.1 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย	3.85 (มาก)	2	3.86 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2
3.2 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต	3.97 (มาก)	1	4.75 (มาก)	1	4.79 (มาก)	1
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78 (มาก)	6	3.68 (มาก)	6	3.65 (มาก)	7
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์	3.87 (มาก)	2	3.66 (มาก)	2	3.59 (มาก)	3
4.2 มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่ำเสมอ ทันสมัย	3.88 (มาก)	1	3.73 (มาก)	1	3.75 (มาก)	1
4.3 การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	3.59 (มาก)	3	3.65 (มาก)	3	3.60 (มาก)	2
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน	3.82 (มาก)	5	3.63 (มาก)	7	3.66 (มาก)	6
5.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้เป็นอย่างดี	3.90 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1
5.2 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของการใช้บริการ	3.71 (มาก)	3	3.50 (มาก)	2	3.55 (มาก)	2
5.3 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.85 (มาก)	2	3.50 (มาก)	2	3.54 (มาก)	3

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ปัจจัย	10,000 – 20,000		20,001-30,000		30,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	อันดับ
6. ด้านกระบวนการ	3.80 (มาก)	7	3.73 (มาก)	3	3.73 (มาก)	5
6.1 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก	3.75 (มาก)	4	3.90 (มาก)	1	3.94 (มาก)	1
6.2 ขั้นตอนการใช้บริการทางการเงินไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.77 (มาก)	3	3.71 (มาก)	2	3.70 (มาก)	2
6.3 การดาวน์โหลดข้อมูลทำได้รวดเร็วและถูกต้อง	3.80 (มาก)	2	3.65 (มาก)	3	3.59 (มาก)	4
6.4 มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก	3.89 (มาก)	1	3.65 (มาก)	3	3.68 (มาก)	3
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.34 (มาก)	1	4.32 (มาก)	1	4.36 (มาก)	1
7.1 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร	3.80 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2	3.86 (มาก)	2
7.2 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ	4.87 (มาก)	1	4.79 (มาก)	1	4.85 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91 (มาก)		3.87 (มาก)		3.90 (มาก)	

ที่มา : จากการศึกษา

4.3 พฤติกรรมในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ

ในส่วนนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือด้านระยะเวลาในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ ประกอบด้วยระยะเวลาในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำธุรกรรมทางการเงิน เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำธุรกรรมทางการเงิน ในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ

กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ 1-2 ปี จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาได้แก่ 3-4 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 5 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1 ปี (จากตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 ระยะเวลาในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือของกลุ่มตัวอย่าง

ระยะเวลาในการใช้บริการทางการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ปี	288	72.0
3 - 4 ปี	87	21.80
5 ปีขึ้นไป	25	6.20
รวม	400	100.0
เฉลี่ย (ปี)	1	

ที่มา : จากการศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำธุรกรรมทางการเงิน โดยกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการลำดับที่หนึ่ง คือ True Move มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 39.25 ลำดับที่สอง คือ AIS มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 28.00 ลำดับสาม คือ Dtac มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 26.50 (จากตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำธุรกรรมทางการเงิน

เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำธุรกรรมทางการเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- True Move	157	39.25
- AIS	112	28.00
- Dtac	106	26.50
- TOT 3G CAT	16	4.00
- CAT	9	2.25
รวม	400	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

ประเภทของธุรกรรมที่ท่านใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus พบว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนใช้บริการด้าน การเติมเงินโทรศัพท์มือถือตนเอง และเบอร์อื่นทุกเครือข่าย ร้อยละ100 รองลงมาได้แก่ การ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไปยังบัญชีอื่นภายในธนาคารกสิกรไทย และต่างธนาคาร ร้อยละ 95.25 การตรวจสอบประวัติการทำรายการโอนเงิน จ่ายบิล/ชำระเงิน และเติมเงินที่ได้สำเร็จเสร็จสิ้นไปแล้ว ร้อยละ 93.0 (จากตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ประเภทของธุรกรรมที่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus

ประเภทของธุรกรรมที่ใช้ธนาคารพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus	จำนวน	ร้อยละ
1.การเติมเงิน โทรศัพท์มือถือตนเอง และเบอร์อื่นทุกเครือข่าย	400	100
2.การ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไปยังบัญชีอื่นภายในธนาคารกสิกรไทย และต่างธนาคาร	381	95.25
3.การตรวจสอบประวัติการทำรายการ โอนเงิน จ่ายบิล/ชำระเงิน และเติมเงินที่ได้สำเร็จเสร็จสิ้นไปแล้ว	372	93.00
4.การบริการหลักฐานยืนยันในการทำธุรกรรมผ่าน E-mail (E-mail confirmation) และสลิปอิเล็กทรอนิกส์ (e-slip) ทุกธุรกรรมที่ทำรายการเสร็จเรียบร้อย	355	88.75
5.การทำรายการชำระค่าสินค้าและบริการต่างๆ	350	87.50
6.การถามยอดเงินในบัญชี หรือยอดบัตรเครดิต	328	82.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ค่าร้อยละจึงเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ที่มา : จากการศึกษา

ช่วงเวลาที่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus ส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลา 06.00-12.00น. จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาได้แก่ 12.01-18.00 น. จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ช่วงเวลา 24.01-05.59 น. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และช่วงเวลา 18.01-24.00 น. จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00ตามลำดับ(จากตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus

ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus	จำนวน (คน)	ร้อยละ
06.00-12.00 น.	220	55.00
12.01-18.00 น.	108	27.00
18.01-24.00 น.	48	12.00
24.01-05.59 น.	24	6.00
รวม	400	100.0

ที่มา : จากการศึกษา

จำนวนครั้งที่ทำรายการในบริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ K-Mobile Banking Plus ส่วนใหญ่ 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาได้แก่ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 จำนวน 4-5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 และ ทำรายการในบริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ K-Mobile Banking Plus ทุกวัน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 จำนวนครั้งที่ทำรายการในบริการทางการเงินของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนครั้งที่ทำรายการ	จำนวน	ร้อยละ
1-2(ครั้ง / สัปดาห์)	98	24.50
3-4(ครั้ง / สัปดาห์)	162	40.50
4-5(ครั้ง / สัปดาห์)	83	20.80
7 (ครั้ง / สัปดาห์)	57	14.20
รวม	400	100.00
เฉลี่ย (ครั้ง/สัปดาห์)	4	

ที่มา : จากการศึกษา

แหล่งการรับรู้ข้อมูลในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus ส่วนใหญ่จาก อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ร้อยละ 93.25 รองลงมาได้แก่ โปสเตอร์/แผ่นพับ ร้อยละ 91.50เจ้าหน้าที่ธนาคาร ร้อยละ 70.00 จากวิทยุ ร้อยละ 66.25 จากโทรทัศน์ ร้อยละ 52.75 และจากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 50.25 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 แหล่งการรับรู้ข้อมูลในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus

แหล่งการรับรู้ข้อมูลในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	373	93.25
โปสเตอร์/แผ่นพับ	366	91.50
เจ้าหน้าที่ธนาคาร	280	70.00
วิทยุ	265	66.25
โทรทัศน์	211	52.75
หนังสือพิมพ์	201	50.25

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ค่าร้อยละจึงเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ที่มา : จากการศึกษา

ผู้ที่แนะนำให้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus ส่วนใหญ่คือเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาได้แก่ตนเอง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 เจ้าหน้าที่ธนาคาร จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 และจากสมาชิกในครอบครัว จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ผู้ที่แนะนำให้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus

ผู้ที่แนะนำให้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	105	26.20
สมาชิกในครอบครัว	70	17.50
เพื่อน/คนรู้จัก	122	30.50
เจ้าหน้าที่ธนาคาร	103	25.80
รวม	400	100.00

ที่มา : จากการศึกษา

สถานที่ที่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus ส่วนใหญ่คือ ที่ทำงาน ร้อยละ 90.75 รองลงมาได้แก่ ร้านกาแฟ/เครื่องดื่ม ร้อยละ 74.25 ร้านอาหาร ร้อยละ 72.50 ที่บ้าน ร้อยละ 67.75 และสถานศึกษา ร้อยละ 65.50 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 สถานที่ที่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus

สถานที่ที่ใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือK-Mobile Banking Plus	จำนวน	ร้อยละ
ที่ทำงาน	363	90.75
ร้านกาแฟ/เครื่องดื่ม	297	74.25
ร้านอาหาร	290	72.50
ที่บ้าน	271	67.75
สถานศึกษา	262	65.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ค่าร้อยละจึงเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ที่มา : จากการศึกษา

บริการอื่นๆที่ใช้กับธนาคารกสิกรไทย ส่วนใหญ่ฝากเงินทั้งประเภทออมทรัพย์ ฝากประจำ และ โอนเงิน ร้อยละ 89.25 บัตรเครดิตร้อยละ 68.0 สินเชื่อ ประเภทที่อยู่อาศัย สินเชื่อธุรกิจ และการขอประกันชีวิต ทั้งแบบรายเดือน รายปี ร้อยละ 67.75 และ กองทุนรวม ร้อยละ 62.75 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ด้านบริการอื่นๆที่ใช้กับธนาคารกสิกรไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บริการอื่นๆที่ใช้กับธนาคารกสิกรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ฝากเงิน(ออมทรัพย์, ประจำ)	357	89.25
การโอนเงิน	357	89.25
บัตรเครดิต	272	68.00
สินเชื่อ(เพื่อที่อยู่อาศัย, เพื่อธุรกิจ)	271	67.75
ประกันชีวิต(แบบรายเดือน ,แบบรายปี)	271	67.75
กองทุนรวม	251	62.75

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ค่าร้อยละจึงเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
ที่มา: จากการศึกษา

ปัญหาที่พบในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่วนใหญ่คือ ใช้ได้เฉพาะซิมอินเตอร์เน็ต 3 จี เท่านั้น ร้อยละ 86.25 รองลงมาได้แก่ ใช้ได้เฉพาะโทรศัพท์ สมาร์ทโฟนเท่านั้น ร้อยละ 70.50 และ สัญญาณเครือข่ายไม่ดี/ไม่เสถียรร้อยละ 68.25 ตามลำดับ (จากตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ปัญหาที่พบในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ

ปัญหาที่พบในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
ใช้ได้เฉพาะซิมอินเตอร์เน็ต 3 จี เท่านั้น	345	86.25
ใช้ได้เฉพาะโทรศัพท์ สมาร์ทโฟนเท่านั้น	282	70.50
สัญญาณเครือข่ายไม่ดี/ไม่เสถียร	273	68.25

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ค่าร้อยละจึงเป็นร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ที่มา : จากการศึกษา

4.4 ความพึงพอใจในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ

ในส่วนนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ประกอบด้วยความพึงพอใจด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ซึ่งในแต่ละความพึงพอใจประกอบด้วยความพึงพอใจย่อยต่างๆ ซึ่งสามารถแสดงผลการศึกษาก่อออกเป็น 3 ส่วนคือ ความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินในภาพรวม ความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามอายุและความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามรายได้

4.4.4 ความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินในภาพรวม

จากตารางที่ 4.15 พบว่าความพึงพอใจที่มีผลต่อการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีความพึงพอใจที่มีผลเป็นลำดับหนึ่ง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งประกอบด้วยบริการที่มีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.79 การบริการที่มีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ลำดับสอง ได้แก่ด้านจัดจำหน่าย 3.82 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ลำดับสาม ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ซึ่งประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 ความพึงพอใจในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือในภาพรวม

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์			
1.1 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล	3.85	มาก	3
1.2 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลรับส่งข้อมูล	4.79	มาก	1
1.3 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลรับส่งข้อมูล	3.90	มาก	2
คะแนน เฉลี่ย	4.18	มาก	1
2. ด้านราคา			
2.1 การไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า	3.90	มาก	1
2.2 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการโอนเงินมีความเหมาะสม	3.55	มาก	4
2.3 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถาม ยอดเงินคงเหลือ	3.65	มาก	3
2.4 การไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปี	3.70	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	3.70	มาก	5
3. ด้านการจัดจำหน่าย			
3.1 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย	4.00	มาก	1
3.2 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต	3.65	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	3.82	มาก	2

ตารางที่ 4.15 ความพึงพอใจในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือในภาพรวม (ต่อ)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์	3.66	มาก	2
4.2 มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่่าเสมอ ทันสมัย	3.73	มาก	1
4.3 การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	3.65	มาก	3
ค่าเฉลี่ย	3.68	มาก	6
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน			
5.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้			
5.2 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของการใช้บริการ	3.89	มาก	1
5.3 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.60	มาก	3
ค่าเฉลี่ย	3.75	มาก	4
6. ด้านกระบวนการ			
6.1 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก	3.95	มาก	1
6.2 ขั้นตอนการให้บริการทางการเงินไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.70	มาก	2
6.3 การดาวน์โหลดข้อมูลทำได้รวดเร็ว และถูกต้อง	3.57	มาก	4
6.4 มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก	3.60	มาก	3
ค่าเฉลี่ย	3.70	มาก	5
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ			
7.1 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร	3.89	มาก	1
7.2 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ	3.70	มาก	2
ค่าเฉลี่ย	3.79	มาก	3
คะแนน เฉลี่ยรวม	3.80	มาก	

ที่มา : จากการศึกษา

4.4.2 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางการเงินจำแนกตามอายุ

กลุ่มตัวอย่าง ที่มีอายุ 20-40 ปี มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางการเงินอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยมีความพึงพอใจลำดับที่หนึ่ง คือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ซึ่งประกอบด้วย ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ลำดับสาม ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71ซึ่งประกอบด้วย ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการโอนเงินมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถามยอดเงินคงเหลือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 (จากตารางที่ 4.16)

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการทางการเงินอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โดยมีความพึงพอใจลำดับหนึ่ง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32ซึ่งประกอบด้วย ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.85 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ลำดับสาม ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plusมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 (จากตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการใช้บริการทางการเงิน จากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	20 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.69 (มาก)	5	3.75 (มาก)	3
1.1 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล	3.68 (มาก)	2	3.95 (มาก)	1
1.2 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูล	3.70 (มาก)	1	3.70 (มาก)	2
1.3 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plus	3.70 (มาก)	1	3.60 (มาก)	3
2. ด้านราคา	3.71 (มาก)	3	3.74 (มาก)	4
2.1 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า	3.95 (มาก)	1	3.85 (มาก)	1
2.2 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการโอนเงินมีความเหมาะสม	3.60 (มาก)	3	3.70 (มาก)	3
2.3 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถาม ยอดเงินคงเหลือ	3.57 (มาก)	4	3.67 (มาก)	4
2.4 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปี	3.70 (มาก)	2	3.76 (มาก)	2
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.85 (มาก)	1	4.20 (มาก)	2
3.1 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย	4.00 (มาก)	1	3.70 (มาก)	2
3.2 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต	3.70 (มาก)	2	4.70 (มาก)	1

ตารางที่ 4.16 ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการใช้บริการทางการเงิน จากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70 (มาก)	4	3.68 (มาก)	6
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์	3.94 (มาก)	1	3.66 (มาก)	2
4.2 มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่าเสมอ ทันสมัย	3.60 (มาก)	2	3.73 (มาก)	1
4.3 การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	3.57 (มาก)	3	3.65 (มาก)	3
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน	3.68 (มาก)	6	3.65 (มาก)	7
5.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้ คำแนะนำการใช้เป็นอย่างดี	3.68 (มาก)	2	3.75 (มาก)	1
5.2 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของการ ใช้บริการ	3.81 (มาก)	1	3.55 (มาก)	3
5.3 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.55 (มาก)	3	3.65 (มาก)	2
6. ด้านกระบวนการ	3.61 (มาก)	7	3.70 (มาก)	5
6.1 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก	3.75 (มาก)	1	3.94 (มาก)	1
6.2 ขั้นตอนการให้บริการทางการเงินไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	3.43 (ปานกลาง)	4	3.60 (มาก)	3
6.3 การดาวน์โหลดข้อมูลทำได้รวดเร็ว และถูกต้อง	3.55 (มาก)	3	3.57 (มาก)	4
6.4 มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการไม่ ยุ่งยาก	3.70 (มาก)	2	3.68 (มาก)	2

ตารางที่ 4.16 ความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่าน โทรศัพท์มือถือจำแนกตามอายุ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	20 – 40 ปี		41 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.76 (มาก)	2	4.32 (มาก)	1
7.1 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร	3.96 (มาก)	1	3.79 (มาก)	2
7.2 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิคที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ	3.55 (มาก)	2	4.85 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71 (มาก)		3.75 (มาก)	

ที่มา : จากการศึกษา

4.2.3 ความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท มีความคิดเห็นว่า ความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจลำดับหนึ่ง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3.94 ซึ่งประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ลำดับสอง มาได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ลำดับสาม ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ซึ่งประกอบด้วย ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการ โอนเงินมีความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นว่า ความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจลำดับ 1 คือ โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 โดยความพึงพอใจลำดับหนึ่ง คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ซึ่งประกอบด้วย ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ลำดับสอง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ลำดับสาม ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.80 ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการมีความหลากหลาย เช่นการสอบถามข้อมูล มีค่าเฉลี่ยที่ 3.90 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูล มีค่าเฉลี่ยที่ 3.80 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security ของการบริการ K-Mobile Banking Plus มีค่าเฉลี่ยที่ 3.70 (จากตารางที่ 4.17)

กลุ่มตัวอย่างที่มี รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นว่า ความพึงพอใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์จำแนกตามรายได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจลำดับหนึ่ง คือ ด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งประกอบด้วย สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ลำดับสอง ได้แก่ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ซึ่งประกอบด้วย ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการสอบถาม ยอดเงินคงเหลือ มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการโอนเงินมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ลำดับสามด้านบุคคลหรือพนักงาน มีค่าเฉลี่ยที่ 3.79 ซึ่งประกอบด้วย พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยที่ 3.84 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยที่ 3.78 มี K-Contract Center ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยที่ 3.75 (จากตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ความพึงพอใจที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจ	10,000 – 20,000		20,001-30,000		30,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.63	6	3.80	3	3.69	6
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
1.1 การให้บริการมีความหลากหลาย เช่น การสอบถามข้อมูล	3.65	2	3.90	1	3.84	1
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
1.2 การบริการนี้มีความสะดวกรวดเร็ว ในการเข้าถึงข้อมูล รับส่งข้อมูล	3.70	1	3.80	2	3.69	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
1.3 มีระบบความปลอดภัยขั้นสูง (Triple Lock Security) ของการบริการ K-Mobile Banking Plus	3.55	3	3.70	3	3.55	3
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2. ด้านราคา	3.72	3	3.78	4	3.81	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.1 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการสมัครแรกเข้า	3.90	1	3.89	1	3.90	1
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.2 ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในการ โอนเงินมีความเหมาะสม	3.70	2	3.78	2	3.76	3
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.3 การไม่มีค่าธรรมเนียมในการ สอบถาม ยอดเงินคงเหลือ	3.57	3	3.66	3	3.77	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
2.4 ไม่มีค่าใช้จ่ายในการใช้รายปี	3.57	3	3.78	2	3.77	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	

ตารางที่ 4.17 ความพึงพอใจที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	10,000 – 20,000		20,001-30,000		30,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.89 (มาก)	2	4.32 (มาก)	2	4.21 (มาก)	1
3.1 สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกเครือข่าย	4.00 (มาก)	1	3.89 (มาก)	2	4.65 (มาก)	1
3.2 สามารถทำรายการต่างๆ ได้ทุกสถานที่ที่มีระบบอินเทอร์เน็ต	3.77 (มาก)	2	4.75 (มาก)	1	3.77 (มาก)	2
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70 (มาก)	4	3.67 (มาก)	6	3.70 (มาก)	5
4.1 มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์	3.94 (มาก)	1	3.70 (มาก)	2	3.94 (มาก)	2
4.2 มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่ำเสมอ ทันสมัย	3.60 (มาก)	2	3.75 (มาก)	1	3.60 (มาก)	1
4.3 การได้รับคำแนะนำจากพนักงานธนาคาร	3.57 (มาก)	3	3.55 (มาก)	3	3.57 (มาก)	3
5. ด้านบุคคลหรือพนักงาน	3.68 (มาก)	5	3.66 (มาก)	7	3.79 (มาก)	3
5.1 พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้เป็นอย่างดี	3.70 (มาก)	2	3.93 (มาก)	1	3.84 (มาก)	1
5.2 พนักงานมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาของการใช้บริการ	3.79 (มาก)	1	3.50 (มาก)	3	3.78 (มาก)	2
5.3 มี K-Contact Center ตลอด 24 ชั่วโมง	3.55 (มาก)	3	3.54 (มาก)	2	3.75 (มาก)	3

ตารางที่ 4.17 ความพึงพอใจที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือจำแนกตามรายได้ (ต่อ)

ความพึงพอใจ	10,000 – 20,000		20,001-30,000		30,001 ขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ	ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
6. ด้านกระบวนการ	3.63	6	3.74	5	3.71	4
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
6.1 ขั้นตอนในการสมัครใช้บริการไม่ยุ่งยาก	3.75	1	3.90	1	3.65	3
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
6.2 ขั้นตอนการให้บริการทางการเงินไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.52	4	3.54	4	3.56	4
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
6.3 การดาวน์โหลดข้อมูลทำได้รวดเร็วและถูกต้อง	3.55	3	3.70	3	3.66	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
6.4 มีระเบียบและขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก	3.70	2	3.80	2	3.98	1
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.94	1	4.34	1	3.71	4
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
7.1 ความน่าเชื่อถือและภาพพจน์ของธนาคาร	4.2	1	3.87	2	3.67	2
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
7.2 ความน่าสนใจในการออกแบบเว็บไซต์ และกราฟฟิกส์ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้ใช้บริการ	3.67	2	4.80	1	3.75	1
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.74		3.90		3.80	
	(มาก)		(มาก)		(มาก)	

ที่มา : จากการศึกษา