

**ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking
ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก**
**Factors Affecting Customer's Behavior on Financial Transactions via Internet
Banking Service of Bangkok Bank Muang phitsanulok Phitsanulok**

กรกมล จำรัส¹, รสริน โอสถานันต์กุล²

Kornkamonn Jumrat, Rossarin Osathanunkul

บทคัดย่อ

ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ตลอดจนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง รวมถึงศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง โดยการมีเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีปฐมภูมิและทุติยภูมิ ซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 400 ราย

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาทและมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ลูกค้ามีบัญชีออมทรัพย์กับทางธนาคาร โดยทำธุรกรรมประเภทโอนเงินควบคู่บริการพร้อมเพย์ และมีการใช้บริการเป็นระยะเวลา 1 ปี ในวันจันทร์ – วันศุกร์ ในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. เฉลี่ยแล้ว 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินแต่ละครั้งต่ำกว่า 5,000 บาท โดยใช้สมาร์ตโฟนผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ทั้งนี้เพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันมากที่สุด

ส่วนด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านกระบวนการมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ในขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง พบว่า เพศและอายุมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการอายุมี

ความสัมพันธ์กับความถี่และจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ช่วงเวลา และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการ

ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งพบว่า ปัญหาในด้านการเปลี่ยนแปลงอีเมลและเบอร์โทรศัพท์ มีความสำคัญต่อการใช้บริการมากที่สุด

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้ใช้บริการ ส่วนประสมทางการตลาด ธุรกรรมทางการเงิน อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ลูกค้านาคาการกรุงเทพ

Abstract

The present study has the objectives to examine the behavior in using financial transactions VIA internet banking service of Bangkok Bank of people living in Mueang phitsanulok District of Phitsanulok Province. Information was collected from 400 samples of persons living in the areas of Mueang phitsanulok District. Analysis was performed based on the results of descriptive statistics including frequency and percentage, and scores of importance of influential factors.

The findings revealed that most of customer can be described as female, aged 21 - 30 , single, with bachelor's degree education, private company employee, and having 15,001 – 25,000 baht monthly income. On consumer behavior in using financial transactions VIA internet banking service of Bangkok Bank and Customers have savings account with the bank. Transactions with money transfer service along with promptpay. The service is available for a period of 1 year, Monday - Friday from 16.01 - 20.00 hours, average 2 - 3 times per week. Each amount is lower than 5,000 baht using a smartphone through the mobile application. Friends make the most out of application decisions.

On Marketing Mix Factors Affecting Internet Banking Behavior. The personnel factor. The Bank of Thailand's Internet Banking Service Second, the physical, price and process factors affect the use of financial services via Internet banking. Meanwhile, the factors of product and marketing promotion factors affect the use of financial services through Internet Banking, respectively.

The analysis of the relationship between general information and service behavior affecting the use of financial services via Internet banking revealed that sex and age correlated with age, age and sex. Average service fee The average monthly income was correlated with the length of time and the average amount spent.

A study of problems and obstacles in using financial services via internet banking. The Problem in Changing Email and Phone Numbers It is important to use the service.

Keyword: Customer Behavior, Marketing Mix, Financial Transactions, Internet Banking, Bangkok Bank customers

ที่มาและความสำคัญ

เนื่องจากปัจจุบันความสะดวกสบายทำให้ ระบบ E-Banking เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลายในประเทศไทย รวมไปถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) เครื่องมือสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์และระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะการประกอบธุรกิจ ได้นำเอาระบบเทคโนโลยีเข้ามาประสาน การทำงานร่วมกันในการสร้างโอกาสการค้าเงินธุรกิจแบบใหม่ และเนื่องจากพฤติกรรมของ ผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากระดับความรู้และการศึกษาของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารของผู้บริโภคได้เพิ่มอย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว ทำให้การตลาดในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงจากผู้ประกอบการ ทั้งนี้เพื่อ ทำให้สินค้าและบริการเป็นที่ยอมรับและสามารถเป็นผู้นำทางการตลาดได้ ดังนั้นธุรกิจ ต่างๆจึงต้องพยายามแสวงหาเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อนำมาประยุกต์และปรับใช้กับธุรกิจของตน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และสร้างความพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญขององค์กรให้ได้มากที่สุด

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดังกล่าว ได้ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจด้านการเงินธนาคาร ธนาคารจำเป็นต้องมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนา ตนเองในการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยดำเนินงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงานของธนาคารและพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารงาน อีกทั้งยังสร้างโอกาสในการแข่งขันได้อย่างเต็มที่ เพราะในปัจจุบันการประกอบการด้านธนาคารในประเทศไทยมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ในรูปของการให้บริการหลายรูปแบบ ประกอบกับวิกฤติเศรษฐกิจทางการเงินของประเทศไทยปัจจุบันอยู่ในสถานะที่ไม่ค่อยดีนัก ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของประชาชน ทำให้ธนาคารต้องมีการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวในเรื่องการสร้างความแข็งแกร่งของเงินทุน การแก้ปัญหาหนี้เสีย การพัฒนาศักยภาพของธนาคารในทุกด้านให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง การแข่งขัน ของธนาคาร การคิดค้นวิธีการและช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินใหม่ๆ ที่สามารถช่วยลดต้นทุนค่าธรรมเนียม และประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมแก่ลูกค้า

จะเห็นว่าปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของธนาคารกรุงเทพได้รับการยอมรับมากขึ้น แต่ก็ยังมีข้อจำกัด และปัญหาในการใช้บริการ ดังต่อไปนี้ ประการแรก ความไม่มั่นใจในระบบการทำธุรกรรมดังกล่าว รวมถึงระบบรักษาความปลอดภัย และการให้บริการที่ผิดพลาด ประการที่สอง ขั้นตอนในการใช้บริการ การทำธุรกรรมดังกล่าวมีหลายขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การสมัครใช้งาน จนถึงขั้นตอนการเข้าใช้งาน และบางระบบต้องมีการเชื่อมต่อกับทางอินเทอร์เน็ตบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งทำให้มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและมีความซับซ้อน ประการที่สาม จำนวนบัญชีธนาคารที่สามารถผูกกับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีจำนวนจำกัด

รวมถึงการที่บุคคลๆหนึ่งจะมีการเปิดบัญชีของธนาคารมากกว่าหนึ่งธนาคาร แต่โทรศัพท์เคลื่อนที่หนึ่งเบอร์จะสามารถใช้ได้เพียงหนึ่งบัญชีของธนาคารใดธนาคารหนึ่งเท่านั้น และประการที่สี่ ช่องทางการชำระค่าสาธารณูปโภคต่างๆยังมีน้อย เนื่องจากระบบยังไม่เสถียรและยังไม่ได้ได้รับความร่วมมือกับทางราชการ เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา เป็นต้น ด้วยข้อจำกัด และปัญหาในการใช้บริการทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้บริการนี้ไม่เป็นที่นิยมมากนัก การบริการที่เปิดให้ใช้ในปัจจุบันนี้จึงรองรับการใช้งานกับลูกค้าเพียงบางกลุ่มเท่านั้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking ของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพสาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก รวมทั้งศึกษาปัญหาที่มีในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำผลที่ได้ไปเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถในการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา ประการแรก เพื่อศึกษาวิวัฒนาการของการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking ประการที่สอง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking ของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพสาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก ประการที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking ของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพสาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก ส่วนประการสุดท้ายเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน E Banking ของลูกค้า ธนาคารกรุงเทพสาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้ **ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่าน E-Banking ประกอบด้วย ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ประเภทธุรกรรมที่ทำผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จำนวนเงินที่ทำธุรกรรมในแต่ละครั้ง นอกจากนี้ยังทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมโดยใช้วิธี ไค-สแควร์ (Chi-Square Test)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ E-Banking ลูกค้าธนาคารกรุงเทพสาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก ของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ลักษณะคำถามเป็นแบบ

มาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) โดยจะอาศัยเครื่องมือการวัด ตามมาตราวัดแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert Scale)

เครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูล

ระดับความสำคัญของปัจจัย	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยรวมคะแนนในแต่ละปัจจัยและนำคะแนนมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย แล้วนำค่าเฉลี่ยรวมมาแปลความหมายของระดับคะแนนเฉลี่ย ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.01 - 5.00	มากที่สุด
3.01 - 4.00	มาก
2.01 - 3.00	ปานกลาง
1.01 - 2.00	น้อย
0.01 - 1.00	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรค ในการใช้บริการผ่าน E-Banking ของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขา พิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก โดยให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับปัญหาการใช้ธุรกรรมการเงินผ่าน E-Banking โดยใช้วิธีให้เรียงลำดับก่อนหลัง (Ranking scale) โดยมีลำดับ 1 ถึง 5 โดยลำดับที่ 1 มีปัญหา มากที่สุด มีคะแนนเท่ากับ 5 ลำดับที่ 2 มีคะแนนเท่ากับ 4 ลำดับที่ 3 มีคะแนนเท่ากับ 3 ลำดับที่ 4 มีคะแนน เท่ากับ 2 และลำดับที่ไม่ได้เลือกมีคะแนนเท่ากับ 1 แสดงได้ดังนี้

เครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูล

ลำดับของปัญหา	ค่าคะแนน
1	5
2	4
3	3
4	2
5	1

วิเคราะห์คะแนนรวมของแต่ละปัญหา โดยจัดเรียงลำดับของปัญหาจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด โดยปัญหา ข้อที่ได้คะแนนรวมมากที่สุดเป็นปัญหาที่ผู้ใช้บริการมีปัญหาในการเลือกใช้บริการผ่านทาง E-Banking มากที่สุด

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,001 – 25,000 บาทและมีพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง และลูกค้ามีบัญชีออมทรัพย์กับทางธนาคาร โดยทำธุรกรรมประเภทโอนเงินควบคุมบริการพร้อมเพย์ และมีการใช้บริการเป็นระยะเวลา 1 ปี ในวันจันทร์ – วันศุกร์ ในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. เฉลี่ยแล้ว 2 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินแต่ละครั้งต่ำกว่า 5,000 บาท โดยใช้สมาร์ตโฟนผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ทั้งนี้เพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจใช้แอปพลิเคชันมากที่สุด ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการพฤติกรรมการใช้ธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งพบว่าปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านกระบวนการมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ในขณะที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากที่สุดตามลำดับ ส่วนผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง พบว่า เพศและอายุมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ใช้บริการอายุมีความสัมพันธ์กับความถี่และจำนวนเงินเฉลี่ยในการใช้บริการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ช่วงเวลา และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้บริการ สอดคล้องในส่วนของ ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งพบว่า ปัญหาในด้านการเปลี่ยนแปลงอีเมลล์และเบอร์โทรศัพท์ มีความสำคัญต่อการใช้บริการมากที่สุด

สรุปข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก โดยศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง ตลอดจนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีปฐมภูมิและทุติยภูมิ ซึ่งใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ สาขาพิษณุโลก อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก และ ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้ ประการแรก จะเห็นว่าผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้ธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งด้วยระบบการโอนเป็นส่วนใหญ่ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งมากขึ้น ทางธนาคารควรพิจารณาเรื่องค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน เพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า ข้อเสนอแนะประการที่สองปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งของธนาคารพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่อการใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากหากลูกค้าประสบปัญหาในการใช้บริการจะมีการติดต่อกับพนักงาน ดังนั้น ธนาคารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรโดยให้มีพนักงานหรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ส่วนข้อเสนอแนะประการที่สาม การศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปกับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า อายุกับความถี่ในการใช้บริการมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งมากขึ้น ธนาคารควรกระตุ้นการให้บริการผ่านกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เช่น การแจกของรางวัลเมื่อมีการเข้าใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้งครบตามจำนวนครั้งที่กำหนด และข้อเสนอแนะส่วนสุดท้าย ในส่วนของปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง พบว่า ปัญหาที่ในด้านการเปลี่ยนแปลงอีเมลล์และเบอร์โทรศัพท์ มีความสำคัญต่อการใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากหากลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงอีเมลล์และเบอร์โทรศัพท์แล้ว ลูกค้าจะไม่สามารถใช้อินเทอร์เน็ตแบงกิ้งได้ ต้องมาทำเรื่องเปลี่ยนแปลงที่ธนาคารเท่านั้น ทางธนาคารจึงควรพัฒนาระบบ มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงอีเมลล์และเบอร์โทรศัพท์ที่สะดวกสบายต่อการใช้งานแก่ลูกค้า เพื่อเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตแบงกิ้ง ควรเพิ่มการศึกษาไปยังกลุ่มลูกค้าธนาคารอื่น เพื่อให้ได้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการใช้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ทิพย์สุตา หมั่นหาญ. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตและปัญหาของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร.** (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่

พรสินี ชนะนิธิธรรม. (2555). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์แบงก์กิ้ง (E-Banking) ของธนาคารกสิกรไทย.** (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

พนิดา ล้อยศ. (2555). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่.** (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

สยามพร สุขอุบล. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่.** (การค้นคว้าอิสระคณะเศรษฐศาสตร์บัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

อัญชุลิกา พาภิรมย์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

อนุวัตร ดอนเขียวไพร. (2556). **ปัจจัยและความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนอาชีพมาขายภาพออนไลน์ผ่านไมโครสต็อก** (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

พัฒนรัฐ พุดหล้า และสมนึก พวงพรพิทักษ์ . (2558). การวิเคราะห์ความมั่นคงและปลอดภัยของระบบอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งในประเทศไทย :An Analysis of Safety and Security for Internet Banking in Thailand. ใน พยุง มีสัจ (บรรณาธิการ). การประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 11 ปี 2015 The Eleventh National Conference on Computing and Information Technology NCCIT15 (หน้า 99-105). กรุงเทพมหานคร:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.