

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด
(มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ผู้เขียน

นายรณกร วรธนะพงษ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร.อนันต์ปรีดิ์ ไชยวรรณ

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

อ.ดร.ชัยวัฒน์ นิ่มอนุสรณ์กุล

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มของลูกค้าที่เป็น บุคคลธรรมดาที่มีบัญชีออมทรัพย์ หรือบัญชีกระแสรายวันของธนาคารกสิกรไทย (K-Cyber Banking) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และแบบจำลองโลจิสต์ โดยวิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด และวิธีผลกระทบส่วนเพิ่มหน่วยสุดท้าย

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจจากการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การวิเคราะห์โดยแบบจำลองโลจิสต์ และปัญหาจากการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนของข้อมูลทั่วไป ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.66 มีอายุอยู่ระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 50.13 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 59.74 ประกอบอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 51.95 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 38.44 สถานภาพโสด ร้อยละ 56.62 ด้านพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักบริการผ่าน

พนักงานธนาคาร ร้อยละ 52.47 ใช้บริการที่บ้าน ร้อยละ 72.47 มีการใช้อินเทอร์เน็ตต่อวัน ระหว่าง 1 – 3 ชั่วโมง ร้อยละ 51.43 การทำธุรกรรมผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ต่อครั้ง ในจำนวนเงินไม่เกิน 1,000 บาท ร้อยละ 43.63 สาเหตุที่เลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ลำดับที่ 1 ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เนื่องจากมีความสะดวก ร้อยละ 94.29 ด้านปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.06, 4.12, 4.21, 3.90 ตามลำดับ ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิท พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความปลอดภัยของระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และขั้นตอนการใช้งานของระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1 ได้แก่ รูปแบบบนเว็บไซต์ของระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ค่าธรรมเนียมของระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ระดับการศึกษาของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และเพศของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และด้านปัญหาในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรกได้แก่ ลำดับที่ 1 การเข้าใช้บริการหน้าเว็บไซต์มีปัญหาบ่อยครั้ง ร้อยละ 37.66 ลำดับที่ 2 รูปแบบการให้บริการซับซ้อนหรือเข้าไปใช้งานได้ยาก ร้อยละ 27.79 ลำดับที่ 3 ผู้ใช้บริการไม่เข้าใจในขั้นตอนการใช้งานของโครงสร้างหน้าเว็บไซต์ ร้อยละ 25.45

Independent Study Title Consumer Behavior and Satisfaction of Electronic Banking Services of Kasikornbank Public Company Limited in Mueang District, Chiang Rai Province

Author Mr. Ronnakorn Vadtanapong

Degree Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Lect. Dr. Anaspree Chaiwan

Advisor

Lect. Dr. Chaiwat Nimanussornkul

Co-advisor

ABSTRACT

This research aimed to study the consumer behavior and satisfaction of the electronic banking services of Kasikornbank Public Company Limited, including consumer problems and obstacles of using the electronic banking services. The study was done using primary data collected from questionnaires distributed to 385 consumers who were generally people with savings or current accounts with Kasikornbank (K-Cyber Banking) in Mueang District, Chiang Rai Province. The information was analyzed using descriptive statistics and the Logit Model, by maximum likelihood estimates (MLE) and marginal effects.

The study was divided into 5 parts including general information, behavior of using electronic banking services, factors affecting satisfaction of using electronic banking services, Logit Model analysis, and problems with using electronic banking services. The study results found that for the general information, most consumers were female (57.66 percent), aged between 21 – 30 years old (50.13 percent), held a bachelor's degree (59.74 percent), worked as a private company employee (51.95 percent), had an income not exceeding 10,000 baht per month (38.44 percent), and were single (56.62 percent). For the behavior of using electronic banking services, most consumers learned about the services from bank employees (52.47 percent), used

the services at home (72.47 percent), used the internet 1 – 3 hours per day (51.43 percent), used the electronic banking services to do transactions with amounts of money not exceeding 1,000 baht per time (43.63 percent), and the top reason for using electronic banking services of Kasikornbank Public Company Limited was that the users chose electronic banking services because of its convenience (94.29 percent). For factors affecting the satisfaction of electronic banking services, it was found that the consumers were satisfied with the products, prices, distribution channels and marketing promotions at a high level with total means of 4.06, 4.12, 4.21, and 3.90, respectively. The results of the Logit Model analysis found that factors affecting consumer satisfaction towards using electronic banking services were statistically significant at the 0.01 level. These factors included the security of the electronic banking services and the procedures of using the electronic banking services. Factors with a statistically significant at the 0.01 level included the design of the electronic banking services website, the electronic banking services system fees, the educational level of electronic banking services consumers, and the gender of the electronic banking services consumers. For problems of using electronic banking services, it was found that for the sample group, the top 3 problems faced were; 1) the frequent problems when trying to access the website (37.66 percent), 2) format of the services were too complex or difficult to access (27.79 percent), and 3) users did not understand the procedures for accessing the website structures (25.45 percent).