

การตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย ของประชาชน
ในจังหวัดกาญจนบุรี
Deciding to pay water and electricity bills through Krung Thai Bank's online channels
of the people in Kanchanaburi province

สิทธา รุ่งอุดมผล
สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Sittha Rung-u-domphol
Business Administration Master of Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand
Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรีเปรียบเทียบกับระดับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ และปัจจัยทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ประชากรทั่วไปในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้วิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Likert scale) มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ Chi – Square Test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และมี

สถานภาพโสด

1. การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. การศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติ พบว่า ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Abstract

The objective of this research is to Study of factors affecting people's decision to pay water and electricity bills through Krung Thai Bank's online channels in Kanchanaburi Province. Compare the level of decision to pay water and electricity bills through Krung Thai Bank's online channels of people in Kanchanaburi Province. Classified by demographic factors and attitude factors That affects people in Kanchanaburi province's decision to pay water and electricity bills through Krung Thai Bank's online channels. The population and sample used in the research are: The general population in Kanchanaburi Province is 400 people. Using convenience sampling method. The research instrument was a 5-level questionnaire (Likert scale) It has a content reliability value of 0.97. Statistics used in data analysis include: Percentage, Frequency, Mean and Standard Deviation Chi – Square Test analysis sets the statistical significance level at 0.05

The research results can be summarized as follows.

The results showed that the majority of respondents were male, aged 21 - 30 years, with an education level lower than a bachelor's degree. Occupation: Civil servant/government employee/enterprise employee, has an income of 10,001 - 20,000 baht and single.

1.A study of demographic factors found that gender, age, education level, occupation, average monthly income, and status were related to people in Kanchanaburi Province's decision to pay water and electricity bills through Krung Thai Bank's online channels. at the statistical significance level of 0.05

2.A study of attitudinal factors found that understanding, feelings, and behavior were related to people's decision to pay water and electricity bills through Krung Thai Bank's online channels in Kanchanaburi Province. at the statistical significance level of 0.05

บทนำ

น้ำ และไฟฟ้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิต น้ำประปา หรือน้ำก๊อก หมายถึง น้ำที่จ่ายผ่าน ก๊อกน้ำ วาล์วจ่ายน้ำ ในหลายประเทศ น้ำประปามักจะมีคุณภาพเทียบเท่าน้ำดื่ม น้ำประปามักใช้สำหรับการดื่ม ทำอาหาร ซักผ้า และล้างห้องน้ำ น้ำประปาในร่มกระจายผ่าน "ระบบประปาภายในอาคาร" ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ แต่มีให้คนเพียงไม่กี่คนจนถึงช่วงครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อเริ่มแพร่หลายในประเทศที่พัฒนาแล้ว ในปัจจุบัน น้ำประปากลายเป็นเรื่องปกติในหลายภูมิภาคในช่วงศตวรรษที่ 20 และปัจจุบันส่วนใหญ่ยังขาดในหมู่คนยากจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนา (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2565, ออนไลน์)

ปัจจุบันไฟฟ้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งสำหรับการดำรงชีวิตประจำวันของชนในชาติ การสื่อสาร การคมนาคม การให้ความรู้ การศึกษา และการมีส่วนร่วมในกระบวนการประชาธิปไตย ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อหลักการมนุษยชนจะเกิดขึ้นและมี ประสิทธิภาพไม่ได้ถ้าขาด "ไฟฟ้า" ไฟฟ้าจึงเป็นตัวแปรสำคัญอีกตัวหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเพิ่มผลผลิตทั้งภาคเกษตรกรรมและภาคอุตสาหกรรมที่ทันสมัย เพิ่มกระจายรายได้ และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านการผลิต และการขายสินค้า ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องด้วยการขยายตัวประชากรและการขยายตัวของเศรษฐกิจได้ดำเนินอยู่ตลอดเวลา ประเทศไทยจึงมีอัตราการเพิ่มของปริมาณการใช้ไฟฟ้าปีละไม่ต่ำกว่า 1,000 เมกะวัตต์ จากกำลังผลิตในปี พ.ศ. 2537 ประมาณ 13,000 เมกะวัตต์ จากสถิติในปี 2544 ที่ผ่านมา ประเทศไทยผลิตพลังงานไฟฟ้ารวม 103,165 ล้านหน่วย จากแหล่งผลิตก๊าซธรรมชาติร้อยละ 68.2 น้ำมันเตาร้อยละ 2.9 น้ำมันดีเซลร้อยละ 0.2 ถ่านหินลิกไนต์ร้อยละ 16.8 ถ่านหินน้ำเข้ร้อยละ 2.4 พลังน้ำร้อยละ 6.1 ชี้อจากลาวร้อยละ 2.8 และพลังงานหมุนเวียนอื่นร้อยละ 0.5 (สมาคมนิวเคลียร์แห่งประเทศไทย, 2550, ออนไลน์)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของคนในจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และทัศนคติ ที่มีผลต่อ การตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชากรในจังหวัดกาญจนบุรี ทั้งยังเป็นประโยชน์และวิจัยเชิงวิชาการในโอกาสต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี

1.3 สมมติฐาน

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน รายได้สถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย ของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

2. ปัจจัยทัศนคติที่แตกต่างกัน ได้แก่ ความเข้าใจ ความรู้สึก พฤติกรรม ที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย ของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเรื่องการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย ของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยตัวแปรต้นตัวที่ 1 คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ตัวแปรต้นตัวที่ 2 คือ ทัศนคติ ประกอบด้วย ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) และพฤติกรรม (Behavioral) ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจ ประกอบด้วย คือ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

1.4.2 ขอบเขตประชากร ประชาชนทั้งหมดในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 894,283 คน(สำนักงานสถิติแห่งชาติ ,2565 ,ออนไลน์ : สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2566)

1.4.3 ขอบเขตพื้นที่ จังหวัดกาญจนบุรี

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็นเวลา 3 เดือน ตั้งแต่ มิ.ย. – ส.ค. 66

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, หน้า 41) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้ การศึกษา เกณฑ์เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Gibson (2000: 102-103) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินใจพฤติกรรมเป็น ความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อตอบสนองของ บุคคลนั้นๆต่อบุคคลอื่น ๆต่อวัตถุหรือต่อสถานการณ์ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้ โดยใช้ประสบการณ์ ทัศนคติ เป็นส่วนที่ยึดติดแน่นกับบุคลิกภาพของบุคคลเรา ซึ่งบุคคลเราจะมีทัศนคติที่เป็นโครงสร้างอยู่แล้ว ทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ อันใดอันหนึ่ง โดยที่องค์ประกอบนี้จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งหมายความว่า การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่งทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบหนึ่ง ซึ่งทัศนคติ 3 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ความรู้สึก (Affective) องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึกของทัศนคติ คือ การได้รับการถ่ายทอด การเรียนรู้มาจาก พ่อ แม่ ครู หรือกลุ่มของเพื่อนๆ

2. ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติจะประกอบด้วย การรับรู้ของบุคคล ความคิดเห็น และความเชื่อของบุคคล หมายถึง กระบวนการคิด ซึ่งเน้นไป

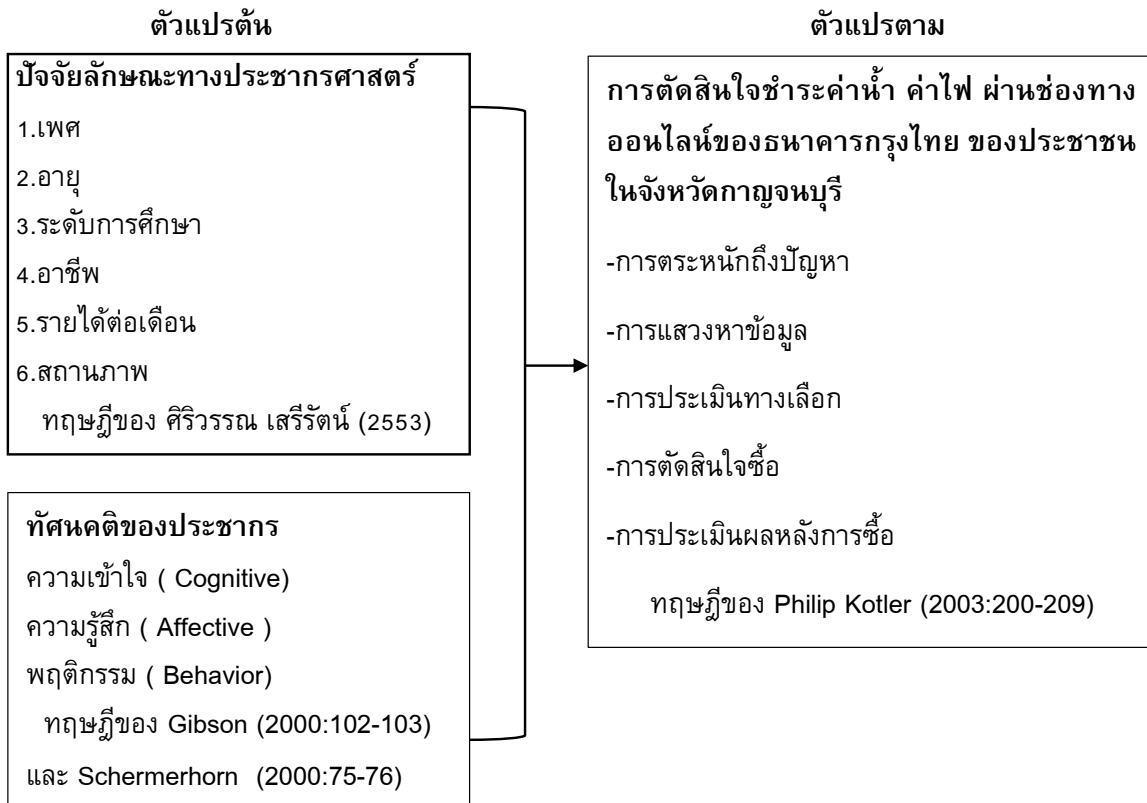
ที่การใช้เหตุผลและตรรกะ องค์ประกอบที่สำคัญของความรู้ความเข้าใจ คือ ความเชื่อในการประเมินผล หรือความเชื่อที่ถูกประเมินผลไว้แล้วโดยตัวเองประเมิน ซึ่งความเชื่อเหล่านี้จะแสดงออกมาจากความประทับใจในการชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นรู้สึกต่อสิ่งของหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

3. พฤติกรรม (Behavioral) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทัศนคติจะหมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจ(intention)ของคนที่จะแสดงบางสิ่งบางอย่างหรือที่จะกระทำ(ประพฤติ) บางสิ่งบางอย่างต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตรให้ความอบอุ่น ก้าวร้าว เป็นศัตรู เป็นต้น โดยที่ความตั้งใจนี้อาจจะถูกวัดหรือประเมินออกมาได้ จากการพิจารณาองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของทัศนคติ

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของ Philip Kotler (2003: 200-209) ได้แบ่งขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคเป็น 5 ขั้นตอนคือ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูลข่าวสาร 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ และ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเป็นเวลานานกว่าที่จะมีการซื้อจริงและมีผลกระทบหลังจากการซื้อ

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ข้อมูล ณ ไตรมาสที่ 2 พ.ศ.2565 จำนวนประชากรในเขตพื้นที่ จ.กาญจนบุรี จำนวน 894,283 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ ,2565 ,ออนไลน์ : สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2566)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามโดยลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรีประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple choice) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย ของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert scale) จำนวน 15 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารและงานที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดสมรรถนะ แนวคิดสมรรถนะหลัก (Core Competency) แนวคิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและขอบข่ายด้านเนื้อหาที่ใช้ในการสอบถาม

2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัยและรูปแบบที่กำหนดไว้แล้ว นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย มาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำผลการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน เพื่อมาวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาได้ค่า IOC (Index of Item objective Congruence: IOC) โดยแต่ละข้อได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1 โดยรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 1 ซึ่งถือเป็นที่ยอมรับได้ ด้วยวิธีการหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหาตามโครงสร้าง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามมีจำนวนเท่ากับกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย
2. ผู้วิจัยขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามต่อกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรภายในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พร้อมชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ตลอดจนลักษณะของแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน หลังจากนั้นจะรวบรวมและนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และครบถ้วนในแต่ละหัวข้อคำถามเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากรภายในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน โดยรอรับแบบสอบถามคืนและนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วดำเนินการวิเคราะห์ สรุปผลการวิเคราะห์ตามขั้นตอนการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์พร้อมลงรหัสและประมวลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี
3. วิเคราะห์หาค่าถดถอยแบบไคสแควร์ (Chi-square Test) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัย ทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์

จากการสำรวจของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุปผลวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้ดังนี้

- 1.1 ด้านเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 210 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.50 และเพศหญิง จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50
- 1.2 ด้านอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 72.30 อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 อายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 อายุ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 1.3

1.3 ด้านระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 ปริญญาตรี 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30 สูงกว่าปริญญาตรี 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

1.4 ด้านอาชีพ พนักงานบริษัท/ลูกจ้างเอกชนจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 พ่อบ้าน/แม่บ้านจำนวน 20 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 รับจ้างทั่วไป จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30

1.5 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาท ขึ้นไปจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

1.6 ด้านสถานภาพ โสด จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 สมรส (จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน) จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษิต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติ

โดยภาพรวมมีระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($= 4.567$ S.D. = 0.582) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยสูงสุดคือด้านความเข้าใจ รองลงมาคือด้านพฤติกรรม และด้านความรู้สึกพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านความรู้สึกรู้สึก (Cognitive) ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มี(ค่าเฉลี่ย= 4.555 S.D.=0.568) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ ด้านความประทับใจเมื่อการชำระค่าน้ำ ค่าไฟผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยเรียบร้อย โดยไม่มีข้อผิดพลาด มี (ค่าเฉลี่ย=4.58 , S.D. = 0.656) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด รองลงมาด้านการชำระค่าน้ำ ค่าไฟผ่านช่องทางออนไลน์ข้อมูลมีความถูกต้อง แม่นยำ เช่น ยอดชำระ มี (ค่าเฉลี่ย= 4.58 , S.D. =0.644) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ด้านการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทย ประจำเดือนของท่าน มีความรวดเร็วมากกว่าวิธีอื่นเช่น การประปา,การไฟฟ้า เป็นต้น มี (ค่าเฉลี่ย=4.57 , S.D. = 0.675) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ด้านการชำระ ค่าน้ำ ค่าไฟผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยสะดวกกว่าจ่ายเงินสดโดยรวม มี (ค่าเฉลี่ย= 4.53 ,S.D. = 0.682) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด และ ด้านการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ

ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยมีความปลอดภัยกว่าการพกเงินสด มี (ค่าเฉลี่ย= 4.52 , S.D. = 0.664) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด

2.2 ด้านความเข้าใจ (Affective)

ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.585 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.556 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ ด้านความเข้าใจในระบบหรือวิธี การชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านทางช่องทางออนไลน์ของ Application ของธนาคารกรุงไทยโดยรวม มี (ค่าเฉลี่ย= 4.60 , S.D. = 0.649) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด รองลงมาด้านความเข้าใจว่าการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทย สะดวกต่อการใช้งานและสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอดเวลา มี(ค่าเฉลี่ย= 4.59 , S.D. = 0.654) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ด้านความเข้าใจว่าสามารถชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยได้เพียงแค่มืออุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต มี(ค่าเฉลี่ย=4.59 , S.D. = 0.631) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ด้านความเข้าใจว่าหากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตขัดข้อง จะไม่สามารถชำระค่าน้ำ ค่าไฟผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยได้ มี (ค่าเฉลี่ย= 4.58 , S.D. = 0.636) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด และด้านความเข้าใจว่า Application ธนาคารกรุงไทยที่มีการอัปเดตรูปแบบการใช้งานให้สะดวกขึ้นสามารถ ชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของ Application ธนาคารกรุงไทย ได้ง่ายยิ่งขึ้น มี (ค่าเฉลี่ย= 4.57 , S.D. = 0.644) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด

2.3 ด้านพฤติกรรม (Behavioral)

ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.562 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.699 อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ ด้านการ เลือกชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยมากกว่าไปชำระค่าบริการที่หน่วยงานโดยตรง มี(ค่าเฉลี่ย=4.57 , S.D. = 0.722) อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด รองลงมาด้านความถูกต้องเมื่อชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทย ทุกครั้งเมื่อดำเนินการเสร็จสิ้น มี (ค่าเฉลี่ย=4.57 , S.D. = 0.705) ด้านการชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยสามารถช่วยลดเวลาในการทำธุรกรรมไม่ต้องเดินทาง ไปยังการ ประปา การไฟฟ้า มี (ค่าเฉลี่ย=4.57 , S.D. = 0.66) และ Application ธนาคารกรุงไทย ที่มีการอัปเดตรูปแบบการใ้ งานให้สะดวกขึ้น อยู่เสมอ มี (ค่าเฉลี่ย= 4.56 , S.D. = 0.680) และด้านเลือกชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยเป็นประจำ มี (ค่าเฉลี่ย=4.54, S.D. = 0.728)

3.ผลการวิเคราะห์ด้านกระบวนการตัดสินใจ ชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทย ของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี

3.1 ด้านการตระหนักถึงปัญหา (Problem of Need Recognition)

3.1.1 ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว พบว่าใช่ 389 คน ร้อยละ 97.25 และพบว่าไม่ 11 คน ร้อยละ 2.75

3.1.2 ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่ปลอดภัย พบว่าใช่ 380 คน ร้อยละ 95.00 และพบว่าไม่ 20 คน ร้อยละ 5.00

3.1.3 ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่สะดวกสบาย พบว่าใช่ 389 คน ร้อยละ 94.25 และพบว่าไม่ 11 คน ร้อยละ 2.75

3.2 ด้านการแสวงหาข้อมูล (Search)

3.2.1 ด้านการค้นหาจากสื่อจำนวนคนเลือกสูงสุดคือ เว็บไซต์/เว็บบอร์ด จำนวน 166 คน ร้อยละ 24.75 รองลงมาคือ โทรทัศน์ จำนวน 99 คน ร้อยละ 24.75 วิทยุ 47 คน ร้อยละ 11.75 นิตยสาร/สิ่งพิมพ์ จำนวน 35 คน ร้อยละ 8.75 ป้ายโฆษณาต่างๆ จำนวน 25 คน ร้อยละ 6.25 แพลตฟอร์มต่างๆ 15 คน ร้อยละ 3.75 และน้อยที่สุดคือการจัดแสดง จำนวน 13 คน ร้อยละ 3.25

3.2.2 ด้านการแนะนำจากบุคคลจำนวนคนเลือกสูงสุดคือ ครอบครัว/ญาติ จำนวน 129 คน ร้อยละ 32.25 รองลงมา เพื่อน จำนวน 113 คน ร้อยละ 28.25 การบอกต่อของคนรู้จัก 78 คน ร้อยละ 19.50 พนักงานของหน่วยงานราชการกรงไทย จำนวน 74 คน ร้อยละ 18.50 และที่น้อยที่สุดคือดารานักแสดง / เน็ตไอดอล จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.50

3.3 การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation)

3.3.1 ด้านการเปรียบเทียบข้อเสียและความนิยมของ Application แต่ละธนาคารมี พบว่าใช่ 386 คน ร้อยละ 96.5 และพบว่าไม่ 14 คน ร้อยละ 3.5

3.3.2 ด้านการให้ความสำคัญกับสิ่งใด พบว่ามีด้านความสะดวกสบายสูงสุดที่ 190 คน ร้อยละ 47.50 รองลงมา ความรวดเร็ว 109 คน ร้อยละ 27.35 ความง่าย 54 คน ร้อยละ 13.50 ความปลอดภัย 36 คน ร้อยละ 9.00 และน้อยที่สุดที่ด้านมีส่วนลด/ของแถม/โปรโมชั่น 11 คน ร้อยละ 2.80

3.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase of Choice)

3.4.1 ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของ Application ธนาคารกรงไทย พบว่าใช่ 391 คน ร้อยละ 97.80 และไม่ใช่ 9 คน ร้อยละ 2.30

3.4.2 ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัว ของผู้ใช้บริการ พบว่าใช่ 386 คน ร้อยละ 96.50 และไม่ใช่ 14 คน ร้อยละ 3.50

3.5 ด้านการประเมินผลหลังการซื้อ (Post -Purchase Feeling)

3.5.1 ท่านจะเลือกใช้บริการซ้ำหรือไม่ พบว่าใช่ 386 คน ร้อยละ 97.30 และไม่ 11 คน ร้อยละ 2.80

3.5.2 ท่านจะแนะนำให้บุคคลอื่นต่อหรือไม่ พบว่าใช่ 383 คน ร้อยละ 95.80 และไม่ 17 คน ร้อยละ 4.30

อภิปรายผล

ผลการศึกษารับรู้การตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรงไทย ของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1 ปัจจัยประชากรศาสตร์

1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี 9 ด้าน ได้แก่ ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่ปลอดภัย ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่สะดวกสบาย ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการให้ความสำคัญ ด้านการเชื่อมั่นในความปลอดภัยของ Application ธนาคารกรุงไทย ด้านการใช้บริการซ้ำ ด้านการเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ

1.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำของบุคคล ด้านการให้ความสำคัญ

1.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางสะดวกสบาย ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำของบุคคล ด้านการให้ความสำคัญ ด้านการเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัว

1.3 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำของบุคคล ด้านการให้ความสำคัญ

1.4 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่ปลอดภัย ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำของบุคคล ด้านการให้ความสำคัญ ด้านการเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัว ด้านการใช้บริการซ้ำ ด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นต่อ

1.5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำของบุคคล ด้านการให้ความสำคัญ

2. ปัจจัยทัศนคติ

2.1. ปัจจัยทัศนคติด้านความเข้าใจ เข้าใจในระบบหรือวิธีมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของ Application ธนาคารกรุงไทยกับกระบวนการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 10 ด้าน ได้แก่ ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่ปลอดภัย ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่สะดวกสบาย ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำจากบุคคล ด้านการเปรียบเทียบ ชื่อเสียงและความนิยมของ Application แต่ละธนาคาร ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของ

Application ธนาคารกรุงไทย ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ด้านใช้บริการซ้ำ ด้านแนะนำให้บุคคลอื่นต่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.2. ปัจจัยทัศนคติด้านความรู้สึก รู้สึกว่าการชำระค่าน้ำ ค่าไฟผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยสะดวกกว่าการใช้จ่ายเงินสดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 10 ด้าน ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่ปลอดภัย ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่สะดวกสบาย ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำจากบุคคล ด้านการเปรียบเทียบ ชื่อเสียงและความนิยมของ Application แต่ละธนาคาร ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของ Application ธนาคารกรุงไทย ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ด้านใช้บริการซ้ำ ด้านแนะนำให้บุคคลอื่นต่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.3. ปัจจัยทัศนคติด้านพฤติกรรม

2.3.1 พฤติกรรมเลือกชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ Application ธนาคารกรุงไทยเป็นประจำ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 10 ด้าน ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่ปลอดภัย ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่สะดวกสบาย ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำจากบุคคล ด้านการเปรียบเทียบ ชื่อเสียงและความนิยมของ Application แต่ละธนาคาร ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของ Application ธนาคารกรุงไทย ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ด้านใช้บริการซ้ำ ด้านแนะนำให้บุคคลอื่นต่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2.3.2 พฤติกรรมใช้งาน Application ธนาคารกรุงไทย ที่มีการอัปเดตรูปแบบการใช้งานให้สะดวกขึ้น อยู่เสมอ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟ ผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 10 ด้าน ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่ปลอดภัย ด้านการตระหนักว่าเป็นช่องทางที่สะดวกสบาย ด้านการค้นหาจากสื่อ ด้านการแนะนำจากบุคคล ด้านการเปรียบเทียบ ชื่อเสียงและความนิยมของ Application แต่ละธนาคาร ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของ Application ธนาคารกรุงไทย ด้านความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการดูแลข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ ด้านใช้บริการซ้ำ ด้านแนะนำให้บุคคลอื่นต่อ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งนี้

1. ผลการวิจัยนี้พบว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ดังนั้น ทางธนาคารกรุงไทยควรประชาสัมพันธ์ใน

ช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนทั่วไปรับรู้ถึงการให้บริการให้มากกว่าเดิม เพื่อเป็นการปรับปรุง Application ให้ตอบโต้กับผู้ใช้บริการอยู่ ทั้งผู้บริโภครายเดิมและผู้บริโภครายใหม่

2. ผลการวิจัยพบว่าทัศนคติ ประกอบด้วย ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ดังนั้น ความเชื่อในด้านต่างๆของผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ

ด้านความเข้าใจ ผู้บริโภครายเดิมที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำให้ความสำคัญกับ Application ในเรื่องความง่ายต่อการใช้งาน ไม่ซับซ้อน สะดวกสบาย ปลอดภัย และไม่มีปัญหาเมื่อใช้บริการ หากมีผู้ใช้บริการรายใหม่เข้ามาใช้บริการจึงควรดูและระบบต่างๆใน Application ให้ผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย

ด้านความรู้สึก ผู้บริโภคเมื่อใช้งานในครั้งแรกแล้วรู้สึกเกิดความประทับใจ ก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เป็นหลักกลยุทธ์ที่ธนาคารควรรักษาไว้ ให้เป็นมาตรฐานต่อผู้ใช้บริการทุกราย ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภครายเก่าหรือผู้บริโภครายใหม่ หากมีผู้ใช้บริการรายใหม่เข้ามาใช้บริการจึงควรดูและระบบต่างๆใน Application ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกประทับใจเช่นเดียวกัน

ด้านพฤติกรรม เมื่อผู้บริโภคใช้ Application แล้วสะดวก รวดเร็ว ง่าย ก็จะใช้ต่อไป อาจเกิดการบอกต่อ ดังนั้น ธนาคารควรรักษามาตรฐานไว้ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภครายเก่าหรือผู้บริโภครายใหม่

3. ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วย การตระหนักถึงปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ และการประเมินผลหลังการซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารกรุงไทยของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี ดังนั้น ควรส่งเสริมให้ผู้บริโภครายเก่าบอกต่อผู้บริโภครายใหม่ว่าทำไมถึงตัดสินใจใช้บริการผ่านช่องทางออนไลน์อาจให้สิทธิประโยชน์เพิ่มเติมหากผู้บริโภครายเก่าสามารถเชิญชวนผู้บริโภครายใหม่เข้ามาใช้บริการได้

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจชำระค่าน้ำ ค่าไฟฟ้าผ่านช่องทางออนไลน์ของธนาคารอื่นของประชาชนในจังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้สภาพแวดล้อมเดียวกัน ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการช่องทางออนไลน์ของธนาคาร เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการต่อไป

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยทัศนคติให้หลายด้านขึ้นเพื่อผลการศึกษาจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการตัดสินใจให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกศวิฑู ทิพยศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). (ปริญญาานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเนชั่น,, ลำปาง.
<http://it.nation.ac.th/studentresearch/files/5509109f.pdf>
- กรกานต์ รักบ้านเกิด (2565). การตัดสินใจการใช้บริการแอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของพนักงาน บริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ) กอบกัญจน์ เจริญทอง. (2556) .ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา. สมุทรสงคราม : สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยสยาม สาขา เศรษฐศาสตร์.
- ณัฐพล ไยไปโรจน์. (2558). Basic Marketing การตลาดเข้าใจง่ายกว่าที่คุณคิด. นนทบุรี : อดีซี พรีเมียร์.
- ณัฐพันธ์ เขจรันันท์. (2551). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี.พรินท์.
- ปารวี เชื้อปรารค์ และสุกิจ ขอเชื้อกลาง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเคหะธนาคาร ออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- พิชชาภา ไบศรี (2016). การตัดสินใจใช้งานระบบการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ e-Money (Electronic Money). สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-2/6114993299.pdf>
- พีรพงศ์ ดาราไทย. (2542). ความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจของผู้บริหารกับประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชน สายสามัญในเขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์. กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา . ถ่ายเอกสาร.
- พรพิณ ประกายสันติสุข. (2550). ลักษณะส่วนบุคคล ค่านิยม ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ พฤติกรรม การท่องเที่ยวในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เมธานนท์ คงมี (2013). ผ่านสมาร์ทโฟนของผู้ใช้บริการในจังหวัดปทุมธานี. หลักสูตรปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/sat17/6214060147.pdf>

วชิรวัชร งานละม่อม. (2558). แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์.

Media Learning of Public Administration.

ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). เจตคติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ .(2540). องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร :

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

สมาคมนิวเคลียร์แห่งประเทศไทย. (2550). ปัจจุบันไฟฟ้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่ง สำหรับการดำรงชีวิตประจำวันของชนในชาติ ค้นเมื่อ20กันยายน2566.จาก

<https://www.nst.or.th/powerplant/pp01.html>.

สันทัต เสริมศรี. (2541) ประชากรศาสตร์ทางสังคม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุปรียา สายปาน. (2554). ศึกษาทัศนคติของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน

ผ่านธนาคารอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

สุรัสดา มีด้วง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร

ออมสิน สำนักงานราชดำเนิน เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต).

มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.

Ajzen,L & Martin,F(1980).Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior

NJ:Prentice - Hall

Barnard. (1938).The Function of the Executive. Cambridge, Mass: Harvard University Press.

Chapromma, J. (2017). Factors Affecting Consumer Choice of 24 Hours Fitness Center

in Bangkok.

Francisco Liébana-Cabanillas, et. al. (2015). User behaviour in QR mobile payment

system: the QR Payment Acceptance Model, Technology Analysis & Strategic

Management, 27:9.

George,R (2007). A TAM Framework to Evaluate User's Perception towards Online Electronic

Payment. Journal of internet Banking and Commerce ,12(3) Retrieved

from <http://www.researchgate.net>