

ปัจจัยด้านความพึงพอใจ ความไว้วางใจและการรับรู้ด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินผ่านบัตรแรบบิทที่
โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ ในจังหวัดนครปฐม

Satisfaction Factor Trust and Perception of Service Influencing Rabbit Card Usage at Major Cineplex
Theater in Nakhon Pathom Province.

ศศกร กฤษณะเสถียร* และ ชลิตา เพชรฤทธิ์

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: sasakorn-2016@hotmail.com, thitikarnmint_28@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท 2. เพื่อให้ทราบถึงความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท และ 3. เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรที่ใช้บริการโรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม เก็บรวบรวมโดยการสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผัน ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป งานวิจัยนี้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลวิเคราะห์ 1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิทที่โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซีนีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในระดับการศึกษาปริญญาตรี นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และส่วนใหญ่สถานภาพสมรสโสด 2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.14 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความไว้วางใจด้านการสื่อสาร พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจด้านการสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.13 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านเจตนาเชิงพฤติกรรมด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านเจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavior Intention) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.46 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.11 สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านเจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavior Intention) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผู้ใช้มีการแนะนำผู้อื่นเกี่ยวกับการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการให้บริการ ความไว้วางใจ เจตนาเชิงพฤติกรรม

*Corresponding author, e-mail: sasakorn-2016@hotmail.com

Abstract

This study purpose 1. To know the satisfaction. Influence on the use of electronic money through the Rabbit Card. 2. To know the trust. Influence on the use of electronic money through the Rabbit Card. And 3. to recognize service awareness. Influence on the use of electronic money through the Rabbit Card. The population used in this study is the population of Major Cineplex. The instrument used in the study was a questionnaire collected by interview. Statistics used are percentage, mean, standard deviation. And coefficient of variation Statistical analysis was performed using the software program. This research was statistically significant at the 0.05 level. 1) .The analysis of personal data showed that the users of electronic payment via the card at the Major Cineplex cinema in Nakhon Pathom province were mostly female. Bachelor's degree Student / Student / Student Average monthly income 10,001-20,000 Baht, and mostly single marital status. 2) The results of the data analysis on product and service satisfaction showed that the average data analysis standard deviation And coefficients of variation in the level of opinion on the quality of service, products and services. The mean of standard deviation was 4.12. The standard deviation was 0.58 and the coefficient of variation was 0.14. 3) The results of the data analysis of communication trust showed that the average data analysis standard deviation And coefficients of variation in the level of feedback toward communication trust factors. The mean value was 4.14, the standard deviation was 0.54, and the coefficient of variation was 0.13. 4) The results of the data analysis, standard deviation The coefficients of variation in behavioral intentions on personal factors were 4.12, standard deviation 0.46, and coefficient of variation of 0.11 for the effect. Considered by the factors of behavioral intent (Behavior Intention) on personal factors (Personal Factor) level of satisfaction. From user has to introduce more people to pay without cash. Overall, the average score was 4.23

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Trust, Behavioral Intention

1. ที่มาและความสำคัญ

ปัจจุบันเห็นได้ว่ามีเงินอิเล็กทรอนิกส์หลายรูปแบบ เช่นบัตรโดยสารรถไฟฟ้า บัตรซื้ออาหารในศูนย์อาหาร บัตรเติมเงิน โทรศัพท์มือถือ บัตรชมภาพยนตร์ กระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ทำให้การชำระเงินผ่านช่องทางของเงินอิเล็กทรอนิกส์นั้นเริ่มเข้าสู่เป็นสังคมที่ไร้เงินสดของในประเทศไทย

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ทำการผลักดันยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติ เพื่อปฏิรูปโครงสร้างพื้นฐานของระบบธนาคารโดยการบริการโอนเงินและรับเงิน Prompt Pay เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนโดยใช้แค่เลขบัตรประชาชน หรือเบอร์โทรศัพท์ในการทำธุรกรรมการเงินกับธนาคารได้ และ QR Code (Quick Response Code) ของประเทศเพื่อชำระเงินเพียงแค่สแกนสมาร์ตโฟนอ่าน QR Code ในการชำระเงิน โดยไม่ต้องจ่ายเงินสด ไม่มีการถามชื่อนามสกุล เบอร์บัญชี หรือแม้แต่เบอร์โทรศัพท์มือถือ โดย QR Code จะเป็นเครื่องมือยกระดับและผลักดันประเทศเข้าสู่สังคมไร้เงินสดเหมือนหลายประเทศ (เวทย์ นุชเจริญ, 2561) นอกจากนี้ประเทศไทยมีกฎหมายธุรกรรมทางการเงินอิเล็กทรอนิกส์ โดยนำแผนแม่บทกฎหมาย e-Commerce Law ของสหประชาชาติมาปรับใช้และร่างเป็นกฎหมายของประเทศไทยชื่อว่า พรบ. ธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยประกาศใช้ครั้งแรกในปี พ.ศ. 2544

ซึ่งถือว่าเป็นกฎหมายที่รองรับการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ให้มีผลทางกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการประกอบธุรกรรมใด ๆ ทางออนไลน์ ตลอดจนความยินยอมการซื้อขายทางอีเมล, ไลน์ หรือข้อความอิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ นั้น ให้สามารถใช้เป็นหลักฐานได้ทางกฎหมายได้ ทำให้การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน (ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต, 2560)

ปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการเงินในยุคดิจิทัล ทำให้การชำระเงินมีความสะดวกรวดเร็ว ส่งผลให้ประชาชนหันไปใช้บริการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีการถือเงินสดมีแนวโน้มลดลง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561)

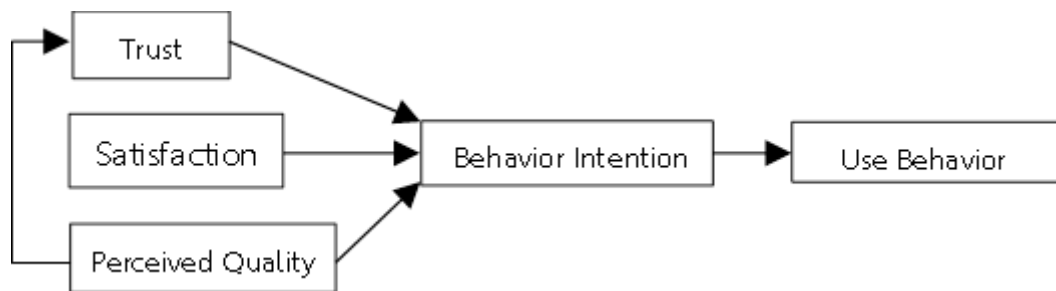
2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท
2. เพื่อให้ทราบถึงความไว้วางใจ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท
3. เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ด้านการบริการ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อศึกษาข้อมูลและนำไปปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจในการใช้เงินผ่านบัตรแรบบิท ที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษานำข้อมูลที่ได้และนำไปปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจในการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ในธุรกิจประเภทอื่น

กรอบแนวคิดงานวิจัย



4. วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้บริโภคที่เลือกใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิทที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐม

2. กลุ่มตัวอย่าง

สุ่มประชาชนผู้บริโภคที่เลือกใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิทที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ ในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยเลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกเฉพาะประชาชนผู้บริโภคที่เลือกใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิทที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐม

ขั้นที่ 2 หาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ซึ่งมีประชากรทั้งสิ้น 903,629 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม 2560.)
โดยสุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรของ Yamane ซึ่งกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) เก็บตัวอย่างจากผู้บริโภคที่เลือกใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตร
รบบิทที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐม ใน 5 สาขา แยกรายอำเภอ

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาเรื่องปัจจัยด้านความพึงพอใจ ความ
ไว้วางใจและการรับรู้ด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินผ่านบัตร Rabbit ที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ใน
จังหวัดนครปฐม โดยรวบรวมจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความพึงพอใจ ความไว้วางใจและการรับรู้ด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อ
พฤติกรรมการใช้เงินผ่านบัตร Rabbit ที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ใน จังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ

1. ด้านคุณภาพบริการ
 - 1.1 ความน่าเชื่อถือ
 - 1.2 ความน่าเชื่อถือ
 - 1.3 การตอบสนอง
 - 1.4 ความเชื่อมั่น
 - 1.5 การดูแลเอาใจใส่
2. ด้านความพึงพอใจ
 - 2.1 ผลลัพธ์และบริการ
 - 2.2 ช่องทางให้บริการ
 - 2.3 พนักงาน
3. ความไว้วางใจ
 - 3.1 ด้านการสื่อสาร
 - 3.2 ด้านความใสใจ และการให้
 - 3.3 ด้านความสามารถ
 - 3.4 ด้านการรับรู้ความปลอดภัย
4. เจตนาเชิงพฤติกรรม
 - 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล
 - 4.2 ปัจจัยทางสังคม
 - 4.3 ปัจจัยควบคุม
5. พฤติกรรมการใช้งาน

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากทฤษฎี ข้อมูล และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการนำมาสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถาม ให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการสอบถามด้วยตนเองตามพื้นที่ในการวิจัย ซึ่งรวมกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 400 คน

7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสัมประสิทธิ์การแปรผัน (Coefficient of Variation: C.V.)

8. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่าผู้ใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรพพิทที่โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซินีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.5) อายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 77.0) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 72.5) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา (ร้อยละ 66.5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 57.5) โสด (ร้อยละ 74.2)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพบริการ

2.1 ด้านรูปธรรมของการบริการ

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านรูปธรรมการบริการในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.12

หากพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านรูปธรรมของการบริการอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่มีสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.18 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.04 รองลงมาได้แก่ มีความทันสมัยและน่าสนใจโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.20 รองลงมาได้แก่ เข้าใจง่ายต่อการใช้งานโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23

2.2 ด้านความน่าเชื่อถือ

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.12

หากพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถืออยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ แอปพลิเคชันมีความถูกต้องและแม่นยำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.18 รองลงมาได้แก่ ได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.20 รองลงมาได้แก่ การใช้บริการและช่วยเหลือเมื่อระบบมีปัญหา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22

2.3 ด้านการตอบสนอง

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.19

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านการตอบสนองอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความพร้อมในการแนะนำและให้คำปรึกษาโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.05 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.27 รองลงมาได้แก่ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.10 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.28

2.4 ด้านความเชื่อมั่น

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.17

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 รองลงมาได้แก่ สามารถสร้างความมั่นใจด้านบริการที่ชัดเจนและแน่นอนด้านข้อมูล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23 รองลงมาได้แก่ ได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้งานด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.20 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.30

2.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21

หากพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีมีการอำนวยความสะดวกในบริการด้านต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความพึงพอใจ

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.14

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการใช้งานง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และ

ค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมาได้แก่ มีความน่าเชื่อถือ โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 รองลงมาได้แก่ มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการที่ทันสมัย โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22

3.2 ด้านช่องทางการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านช่องทางการให้บริการ โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22

ผลการพิจารณาเป็นรายชื่อแยกตามปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การสมัครขอใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.26 รองลงมาได้แก่ สามารถทำธุรกรรมได้ 24 ชั่วโมง โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.19 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.31

3.3 ด้านพนักงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านพนักงาน โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.20

ผลการพิจารณาเป็นรายชื่อแยกตามปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านพนักงานอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำการใช้งานเป็นอย่างดี โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24 รองลงมาได้แก่ Call center สามารถให้คำตอบทุกข้อได้ชัดเจน โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.11 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.28

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านความไว้วางใจ

4.1 ด้านการสื่อสาร

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความไว้วางใจด้านการสื่อสาร โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.13

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายชื่อแยกตามปัจจัยด้านความไว้วางใจด้านการสื่อสารอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการดูแลขั้นตอนการดำเนินงานได้ถูกต้องแม่นยำ โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการมีการแนะนำสิ่งที่น่าสนใจ โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23 รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการมีความตรงต่อเวลามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.25 รองลงมาได้แก่ ท่านมีการติดตามบริการที่ท่านชื่นชอบ โดยมีความเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23

4.2 ด้านความพึงพอใจด้านความใส่ใจและการให้

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความ
คิดเห็นต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านความใส่ใจ และการให้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ
0.38 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.09

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านความใส่ใจ และการให้อยู่ระดับ
ความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผู้ให้บริการมีการรับประกันคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เท่ากับ 0.99 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23 รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการสามารถให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาได้
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23 รองลงมา
ได้แก่ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการตามที่ท่านคาดหวังไว้ได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เท่ากับ 0.99 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24 รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการสามารถแก้ไขปัญหาให้กับท่านได้ โดย
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.03 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.25 รองลงมาได้แก่
ผู้ให้บริการมีการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 และค่า
สัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24 รองลงมาได้แก่ คำนี้ถึงผลประโยชน์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ค่าส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23

4.3 ด้านความสามารถ

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความ
คิดเห็นต่อปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านความสามารถ (Ability) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ
0.91 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านความสามารถ (Ability) อยู่
ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีความสามารถและมีประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ค่า
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22

4.4 ด้านการรับรู้ความปลอดภัย

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความ
คิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
เท่ากับ 1.02 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.25

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านการรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security)
อยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ท่านคิดว่ามีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ค่าส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.04 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.26 รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการมีการเก็บ
ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 และค่าสัมประสิทธิ์
แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.25

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านเจตนาเชิงพฤติกรรม

5.1 ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการพิจารณาด้านปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผู้ใช้มีการแนะนำผู้อื่นเกี่ยวกับการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมาได้แก่ ผู้ใช้มีการวางแผนว่าจะใช้บริการต่อไปในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมาได้แก่ หากมีโอกาสผู้ใช้จะเลือกใช้บริการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสดอย่างสม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23 รองลงมาได้แก่ ผู้ใช้คาดว่าจะใช้บริการต่อไปในอนาคต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23

5.2 ด้านปัจจัยทางสังคม

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านปัจจัยทางสังคม (Social Factor) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.16

ผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านปัจจัยทางสังคม (Social Factor) อยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผู้ใช้บริการเชื่อว่าเทคโนโลยีใหม่สามารถให้บริการได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมาได้แก่ ผู้ใช้บริการต้องการเทคโนโลยีใหม่เพื่อการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24

5.3 ด้านปัจจัยควบคุม

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผันของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านปัจจัยควบคุม (Control Factor) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.12

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านปัจจัยควบคุม (Control Factor) ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ผู้ใช้บริการมีแหล่งข้อมูลในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมาผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการชำระเงินทางอินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24 รองลงมาผู้ใช้บริการมีพฤติกรรมการใช้งานมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24 รองลงมาผู้ใช้บริการมีความรู้ในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24

6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งาน

พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การแปรผัน ของระดับความคิดเห็น ต่อปัจจัยพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behaviour) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.50 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.12

สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยพฤติกรรมการใช้งาน (Use Behaviour) ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ท่านใช้บริการอย่างสม่ำเสมอโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.93 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 รองลงมา มักใช้สมาร์ตโฟนมากกว่าอุปกรณ์อื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมา ผู้ใช้มีการแนะนำผู้อื่นเกี่ยวกับการชำระเงินโดยไม่ใช้เงินสด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24 รองลงมา ทุกครั้งที่ต้องทำธุรกรรมทางการเงิน ท่านมักจะเลือกทำบนบัตรแรบบิท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.24 รองลงมา ท่านใช้บริการเพื่อการติดต่อสื่อสาร ท่านมักจะเลือกทำบนบัตรแรบบิท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.04 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.26

9. อภิปรายผลการวิจัย

1. การอภิปรายผลการวิจัยความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท พบว่า การพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการใช้งานง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมา ได้แก่ มีความน่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 รองลงมา ได้แก่ มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการที่ทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วรรณพร หวลมานพ, 2558** พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัส ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันเคโมบายแบงก์กิ้งพลัสของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. การอภิปรายผลการวิจัย ความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแรบบิท พบว่า การพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการใช้งานง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.21 รองลงมา ได้แก่ มีความน่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 รองลงมา ได้แก่ มีการปรับปรุงข้อมูลและบริการที่ทันสมัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **วาสนา ศรีเมืองกาญจน, 2557** การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในการ

ให้บริการ ธนาคารพาณิชย์ในเขตจังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นเพื่อศึกษารูปแบบโครงสร้าง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในเขตจังหวัด กาญจนบุรี มี ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีมากที่สุด คือ ตัวแปรคุณภาพการบริการโดยมี อิทธิพลรวม .73 รองลงมา คือ ตัวแปร ความไว้วางใจมีอิทธิพลรวม .52 และ ตัวแปรความพึงพอใจมีอิทธิพลรวม .14 โดยตัวแปรภายในโมเดลสามารถอธิบายความ แปรปรวนของความจงรักภักดีในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์ได้ร้อยละ 65 ($R^2=0.65$) และสรุปได้ว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ($\text{Chi square}=75.45, df=73, P\text{-value}= 0.39910$) ค่าดัชนีความ สอดคล้อง ($GFI=.7, AGFI=., CFI=.$ และ $RMSEA=.1$) จากผลการวิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพบริการมีความ สำคัญที่สุดต่อความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ ดังนั้นการจะสร้างความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคาร พณิชย์ นั้นจะต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ ทั้งคุณภาพด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ความเชื่อมั่น และการดูแลเอาใจใส่

3. การอภิปรายผลการวิจัยการรับรู้ด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ผ่านบัตรแบบ บิท การพิจารณาเป็นรายข้อแยกตามปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นอยู่ระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ มีการรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 และค่า สัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.22 รองลงมาได้แก่ สามารถสร้างความมั่นใจด้านบริการที่ชัดเจนและแน่นอนด้าน ข้อมูล โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.23 รองลงมาได้แก่ ได้รับความไว้วางใจจากผู้ใช้งานความมั่นคงปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.20 และค่าสัมประสิทธิ์แห่งความแปรผันเท่ากับ 0.30 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **ชนิดา ถนิมมาลย์, 2559** การรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพระบบ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโมบายแบงกิ้งใน กรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ เส้นทางโมเดลเชิงสาเหตุ การรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคาร ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพ ระบบ ความพึงพอใจ และความภักดี ของผู้ใช้บริการโมบายแบงกิ้งในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่า Relative ChiSquare มีค่า เท่ากับ 1.427 ค่า P-value มีค่าเท่ากับ 0.13726 ค่า RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.033 ค่า GFI มีค่าเท่ากับ 0.023 ค่า AGFI มีค่า เท่ากับ 0.97 ค่า NFI มีค่าเท่ากับ 0.98 ค่า NNFI มีค่าเท่ากับ 0.99 ค่า CFI มีค่าเท่ากับ 1.00 โมเดลการรับรู้ภาพลักษณ์ ธนาคารที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพระบบ ความพึงพอใจ และความภักดี ของผู้ใช้บริการโมบายแบงกิ้งในกรุงเทพมหานคร มี ค่าความแม่นยำ (Squared Multiple Correlation for Structural Equations) เป็นดังนี้ มีความแม่นยำในการอธิบาย ตัว แปร ความพึงพอใจ มากที่สุดเท่ากับ 0.61 รองลงมา มีความแม่นยำในการอธิบายตัวแปรความภักดีเท่ากับ 0.36 และความ แม่นยำในการอธิบายตัวแปรการรับรู้คุณภาพระบบ เท่ากับ 0.15

10. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. ในการศึกษาปัจจัยด้านความพึงพอใจ ความไว้วางใจและการรับรู้ด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้เงิน ผ่านบัตร Rabbit ที่โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซินีเพล็กซ์ในจังหวัดนครปฐม อาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญอีกหลายปัจจัยที่ผู้วิจัยไม่ได้ กล่าวถึงดังนั้นจึงควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติม

11. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ใช้งานแอปพลิเคชันในการใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากขึ้น สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด เพราะปัจจุบันนี้มีแอปพลิเคชันในการใช้จ่ายต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบมากมาย
2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการใช้บริการประเภทอื่น ๆ

12. บรรณานุกรม

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. รายงานระบบชำระเงิน.(ออนไลน์) 2559. (สืบค้นวันที่ 16 ตุลาคม 2561). สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. ธุรกรรมภาพรวมระบบชำระเงิน.(ออนไลน์) 2561. (สืบค้นวันที่ 25 กันยายน 2561). สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/>
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : ซีวีแอลการพิมพ์.
- สุดาพร กุณชลบุตร. (2558). หลักการตลาดสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- Blogger. ส่วนประสมทางการตลาด.(ออนไลน์) 2558. (สืบค้นวันที่ 25 กันยายน 2561). สืบค้นจาก http://publicandprivategolfcourses.blogspot.com/2012/12/blog-post_3290.html
- Michael A. Belch และ George E. Belch. (2551). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. แปลโดย ดร. กมล ชัยวัฒน์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : แมคกรอ-ฮิล.