

คุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล

ญานิกา ชีวะก้องเกียรติ และ เดือนเพ็ญ ชีววรรณวิวัฒน์

คณะสถิติประยุกต์ สาขาวิชาการวิเคราะห์ธุรกิจและการวิจัย

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

yanika.ckk@gmail.com

บทคัดย่อ

บริการทางอิเล็กทรอนิกส์นับได้ว่าเป็นบริการในรูปแบบใหม่ ที่มีอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสำคัญในการส่งมอบบริการให้กับลูกค้า การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาด้านบริการหนึ่งที่จัดอยู่ในประเภทนี้ คือ บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล โดยศึกษาคุณภาพของการบริการในมิติต่างๆและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมิติต่างๆของคุณภาพบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ การศึกษาที่ใช้ข้อมูลจากการสำรวจตัวอย่างผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตของธนาคารแห่งหนึ่ง จำนวน 400 คน โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ระดับคุณภาพบริการ และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการในมิติต่างๆที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมีคุณลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บัตรเป็นตัวแปรควบคุม

ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพการบริการที่ศึกษาทั้ง 5 มิติ ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ สิ่งที่เป็นรูปธรรม การเอาใจใส่ และการตอบสนอง และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งหมดมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แต่มีเพียงคุณภาพการบริการในมิติของความน่าเชื่อถือและมีการตอบสนองที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล, คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

Abstract

E-Service has become a new approach of service delivery, mainly through the internet channel. The present study focused on one of its type - an eMail credit card statement service. The main purposes were to describe various aspects of perceived service quality and customer satisfaction and to examine the relationship between service quality dimensions and customer satisfaction in e-services. The study based on survey data collected from 400 customers (of a Bank) who resided in Bangkok and then using hierarchical multiple regression to analyze the data. Results showed that from the customers' perspective, the eMail statement services were high in quality. Moreover, customers were highly satisfied with the e-services. There were positive relationships between all five dimensions of service quality and customer satisfaction. However,

after controlling for demographic characteristics and credit card utilization behaviour, only the effects of the reliability and the responsiveness dimensions on customer satisfaction were statistically significant at 0.05 level.

Keyword: eMail Statement Service, Service Quality, Customer Satisfaction

1. บทนำ

จากการเติบโตของสินเชื่อบัตรเครดิตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทำให้ปริมาณธุรกรรมของบริการหลังการขายบัตรเครดิตเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตที่เป็นบริการที่มาพร้อมกับบัตรเครดิตอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เดิมใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตจะพิมพ์ลงบนกระดาษ และส่งมอบให้กับผู้ใช้บัตรเครดิตทางไปรษณีย์ ทำให้เกิดต้นทุนในการดำเนินการหลายประการ อาทิ ค่าใช้จ่ายในการพิมพ์ ค่ากระดาษ ค่าของจดหมาย ค่าธรรมเนียมไปรษณีย์ อีกทั้งยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่ลูกค้าจะได้อะไรใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตล่าช้ากว่ารอบการชำระเงินอันเนื่องมาจากการบวนการจัดส่ง หรือเกิดการสูญหายระหว่างการจัดส่ง ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต ทั้งนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดให้ผู้ใช้บัตรเครดิตต้องได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตก่อนรอบชำระเงินไม่น้อยกว่า 15 วัน ดังนั้นธนาคารจึงพยายามผลักดันให้ผู้ใช้บัตรเครดิตหันมาใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล เพื่อให้ลูกค้าได้รับใบแจ้งบัญชีบัตรเครดิตรวดเร็วขึ้น และลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการพิมพ์และจัดส่ง

อย่างไรก็ดีพบว่าผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลจำนวนไม่น้อย ได้ขอยกเลิกการใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลและกลับมาใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางไปรษณีย์ รวมทั้งมีการร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของบริการ อาทิ ไม่ได้รับอีเมลตามรอบบัญชี ไม่สามารถเปิดดูใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตได้ เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บัตรเครดิตจำนวนมากไม่สนใจสมัครใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล

ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาคุณภาพของบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รวมไปถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงคุณภาพการบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความพึงพอใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น ลดอัตราการยกเลิกบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลและดึงดูดให้ผู้ใช้บัตรเครดิตหันมาใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเพิ่มมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของมิติคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล

3. ทบทวนวรรณกรรม

3.1 บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล

บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล เป็นบริการที่ธนาคารจะจัดส่งใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตให้แก่ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ตามที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail Address) ที่ผู้ใช้บริการได้แจ้งไว้กับธนาคารภายใน 3 วันหลังจากสรุปยอดบัญชี

ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตจะถูกจัดส่งไปรูปแบบของ PDF File ซึ่งจะปรากฏข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการซื้อสินค้าบริการผ่านบัตรเครดิต เช่น หมายเลขบัตรเครดิต ยอดค้างชำระ ยอดชำระขั้นต่ำ วันที่สรุปยอดบัญชีบัตรเครดิต วันที่ครบกำหนดชำระ วงเงินบัตรเครดิต ยอดค้างชำระครั้งก่อน ยอดที่ใช้จ่ายในงวดนี้ วัน เดือน ปีที่ทำรายการ รายการซื้อสินค้าและบริการ และคะแนนสะสม เป็นต้น

ผู้ใช้บริการสามารถนำเอกสารที่ได้จากบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลไปชำระเงินค่าใช้จ่ายจากบัตรเครดิตผ่านทางช่องบริการตามที่ธนาคารกำหนดได้ ทั้งนี้ผู้ใช้บริการสามารถสมัคร ยกเลิก และเปลี่ยนแปลงที่อยู่อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านทางเว็บไซต์และหมายเลขโทรศัพท์ของธนาคาร ซึ่งปัจจุบันบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลไม่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียม

3.2 คุณภาพในการบริการ (Service Quality)

การบริการมีลักษณะสำคัญ คือ ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่มีความคงที่ แปรผันได้ง่าย ทำให้เกิดความแตกต่างในแต่ละครั้งของการบริการ ไม่สามารถแยกการบริการและการบริโภคบริการออกจากกันได้ เนื่องจากการบริการและการบริโภคบริการเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องใส่ใจในคุณภาพการบริการ เพื่อความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจากลักษณะสำคัญดังกล่าวของการบริการทำให้การประเมินคุณภาพการบริการเป็นเรื่องยาก

การวัดคุณภาพในการบริการที่ได้รับการยอมรับและถูกใช้อย่างแพร่หลาย คือ SERVQUAL หรือ RATER Model (Parasuraman et al., 1988) ซึ่งจำแนกคุณภาพการบริการออกเป็น 5 มิติประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) และการเอาใจใส่ (Empathy) ซึ่งแต่ละมิติมีนิยามดังนี้

ความน่าเชื่อถือในการบริการ (Reliability) หมายถึง สามารถให้บริการได้ตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการ ให้บริการอย่างถูกต้อง ตรงเวลา และสม่ำเสมอ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้ว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถไว้วางใจได้

ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการ สามารถทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นคง และปลอดภัย

ความรูปธรรมในการบริการ (Tangibles) หมายถึง สิ่งที่ปรากฏให้เห็นเป็นลักษณะกายภาพ ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเห็นได้ จับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

การเอาใจใส่ในการบริการ (Empathy) หมายถึง สามารถดูแล เข้าใจความต้องการ และมอบบริการที่เหมาะสมกับตามความต้องการของผู้รับบริการแต่ละคน ความสามารถในการเข้าถึงบริการ พนักงาน และข้อมูลการบริการ มีการสื่อสารกับผู้รับบริการอย่างชัดเจน เหมาะสม

การตอบสนองในการบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันเวลาที่ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น พร้อมรับความต้องการและคำถามจากผู้ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งมีการกระจายการบริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และยืดหยุ่น

3.3 คุณภาพในการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Service quality and Customer Satisfaction)

มีการศึกษาจำนวนมากพบว่า ในธุรกิจบริการระดับคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อระดับคุณภาพการบริการสูงสุดจะส่งผลให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น (Cronin et al., 2000) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ในประเทศจอร์แดน (Mohammad et al., 2011) ที่พบว่าคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ ด้านรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และด้านความมั่นใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง และด้านการดูแลเอาใจใส่ ส่งผลทางบวก

ต่อภาพลักษณ์ของธนาคารอย่างมีนัยสำคัญ (สุปราณี ศรีรัตนะ, 2558) และคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (วิภาดา ช่างสมบัติ, 2550)

4. ระเบียบวิธีการวิจัย

4.1 การสุ่มตัวอย่างและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลของธนาคารแห่งหนึ่งที่อยู่ในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเจ้าของบัญชีบัตรเครดิต (บัตรหลัก) เท่านั้น เนื่องจากธนาคารจะส่งใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลของทั้งบัตรหลักและบัตรเสริมไปที่ผู้บัตรหลัก ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด แต่กำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ เท่ากับ 10% ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร และระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจากการคำนวณทางสถิติได้ขนาดตัวอย่าง 384 หน่วย (Roscoe, 1975) ซึ่งเป็นขนาดขั้นต่ำ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างที่จะทำการจัดเก็บจำนวนทั้งสิ้น 400 หน่วย/คน

อย่างไรก็ดีเนื่องจากบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเป็นบริการที่ไม่สามารถระบุผู้ใช้บริการได้ด้วยการสังเกต และมีข้อจำกัดด้านการรักษาความลับลูกค้าของธนาคารทำให้ผู้วิจัยไม่มีการรอบตัวอย่างสมบูรณ์ จึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มโดยแบ่งประชากรออกเป็น 50 กลุ่ม ตามเขตการปกครอง แล้วจึงสุ่มมา 5 กลุ่ม ได้แก่ เขตมีนบุรี เขตบางเขน เขตราชบุรีบูรณะ เขตพญาไท และเขตดอนเมืองจากนั้นใช้การสอบถามผู้มาใช้บริการธนาคารในสาขาธนาคารที่ตั้งอยู่ในเขตนั้นๆ และขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่ธนาคารประจำสาขาในการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล

ทั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2558 โดยใช้วิธีให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกข้อมูลลงในแบบสอบถามเอง (Self-administrative Questionnaire) ทำให้ได้แบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 2 ข้อ ประกอบด้วย เพศ และอายุโดยใช้คำถามปลายปิดแบบมี 2 คำตอบ (Dichotomous Choice Question) และคำถามปลายเปิด ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตเฉลี่ยต่อเดือน ช่องทางชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต ระยะเวลาที่ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล และอุปกรณ์ที่ใช้รับบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลโดยใช้คำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิดแบบหลายคำตอบ (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลประกอบด้วยคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ 4 ข้อ คุณภาพบริการด้านความมั่นใจ 4 ข้อ คุณภาพบริการด้านรูปธรรม 5 ข้อ คุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ 5 ข้อ และคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง 5 ข้อ รวมทั้งสิ้น 23 ข้อโดยใช้คำถามปลายปิดแบบมาตรวัดประเมินค่า (Likert Scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินคุณภาพการบริการโดยการแสดงความคิดเห็น ตั้งแต่ระดับ 1 ถึง 5 โดยกำหนดให้ 1 คือ ไม่เห็นด้วยเลย และ 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 4 สอบถามระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล โดยมีคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิดแบบมาตรวัดประเมินค่า (Likert Scale) 5 ระดับเช่นเดียวกับส่วนที่ 3

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติม

จากการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาร์ช (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า แบบสอบถามส่วนที่ 3 ในภาพรวมมีความสอดคล้องของข้อถามที่ใช้วัดคุณภาพการบริการอยู่ในเกณฑ์ดี (Cronbach's Alpha Coefficient = 0.884) เมื่อพิจารณาคุณภาพบริการมิติความน่าเชื่อถือพบว่า มีความสอดคล้องของข้อถามอยู่ในเกณฑ์ดี (Cronbach's Alpha Coefficient = 0.845) ขณะที่คุณภาพบริการมิติความมั่นใจ สิ่งที่เป็นรูปธรรม การเอาใจใส่ และการตอบสนอง มีความสอดคล้องของข้อถามอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้และแบบสอบถามส่วนที่ 4 มีความสอดคล้องของข้อถามที่ใช้วัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในเกณฑ์ดี (Cronbach's Alpha Coefficient = 0.864) ทำให้โดยรวมแบบสอบถามที่ใช้มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (n = 400)

ตัวแปร	จำนวนข้อถาม	Cronbach's Alpha Coefficient
คุณภาพการบริการ (Service Quality)	23	0.884
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4	0.845
ความมั่นใจ (Assurance)	4	0.602
รูปธรรม (Tangibles)	5	0.746
การเอาใจใส่ (Empathy)	5	0.750
การตอบสนอง (Responsiveness)	5	0.693
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	4	0.864

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ เครดิต ระดับคุณภาพบริการ และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ทั้งนี้การศึกษาระดับของคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะนำค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมาแปลความหมาย โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นตั้งแต่ 1.00 ถึง 2.33 หมายถึงระดับ น้อย
- ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นตั้งแต่ 2.34 ถึง 3.66 หมายถึง ระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นตั้งแต่ 3.67 ถึง 5.00 หมายถึง ระดับมาก

การศึกษاثิพผลของคุณภาพการบริการในมิติต่างๆที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 ตัวแปร

การศึกษاثิพผลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไปแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลสามารถจำแนกตัวแปรออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) **ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)** ได้แก่ คุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติ ประกอบด้วย มิติความน่าเชื่อถือ (Reliability) มิติความมั่นใจ (Assurance) มิติสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรม (Tangibles) มิติการเอาใจใส่ (Empathy) และมิติการตอบสนอง (Responsiveness) โดยใช้ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในแต่ละมิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

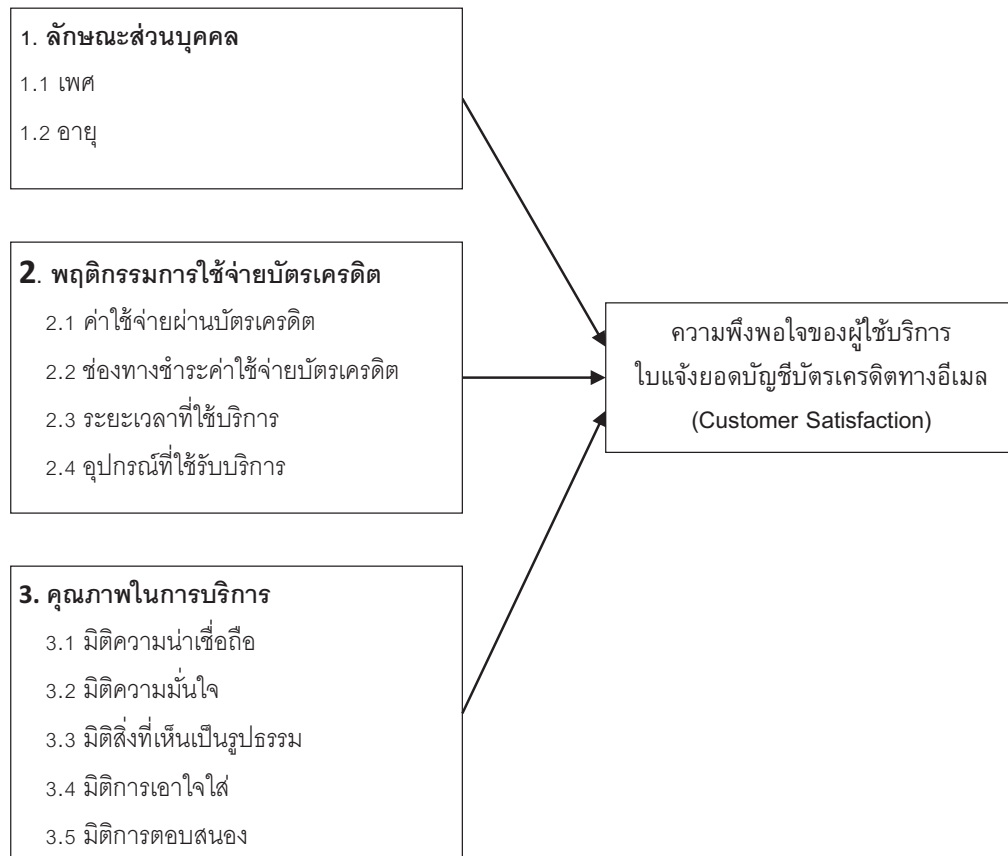
2) ตัวแปรควบคุม (Control Variable) ประกอบด้วย

2.1) ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และอายุของผู้ใช้บริการ

2.2) พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต ช่องทางการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต ระยะเวลาที่ใช้บริการ อุปกรณ์ที่ใช้รับบริการ

3) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล โดยใช้ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.4 กรอบแนวคิด



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล

5. ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 256 คน เป็นเพศหญิง หรือคิดเป็นร้อยละ 64 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และเป็นเพศชาย จำนวน 144 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 36 โดยทั้งหมดมีอายุเฉลี่ย 33.78 ปี ทั้งนี้เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามช่วงอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 99 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.75 มีอายุระหว่าง 30 - 34 ปี รองลงมาคือ อายุ 25 - 29 ปี ซึ่งมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือ อายุ 35 - 39 ปี มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ช่วงอายุ 40 - 44 ปี มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และอายุ 20 - 24 ปี มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม

มีอายุน้อยสุด เท่ากับ 20 ปี เนื่องจากผู้ให้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตจะต้องเป็นผู้ชำระหลัก ซึ่งต้องเป็นผู้มีอายุ 20 ปีขึ้นไป นอกจากนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 (ดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความถี่ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ และอายุ (n = 400)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	144	36.00
หญิง	256	64.00
อายุ		
20 - 24 ปี	32	8.00
25 - 29 ปี	96	24.00
30 - 34 ปี	99	24.75
35 - 39 ปี	84	21.00
40 - 44 ปี	64	16.00
45 ปีขึ้นไป	25	6.25

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิตของผู้ให้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล พบว่า ผู้ให้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลมีการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยเฉลี่ย 17,981 บาทต่อเดือนซึ่งมากกว่า ร้อยละ 60 ของผู้ให้บริการฯ ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตน้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือนและมีเพียงร้อยละ 8 ของผู้ให้บริการฯ ที่ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน

ทั้งนี้ผู้ให้บริการฯ จะชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตผ่านทางสาขาธนาคาร หรือเคาน์เตอร์บริการมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 46.25 รองลงมาคือการชำระผ่านการหักบัญชีอัตโนมัติ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 25.50 นอกจากนี้ผู้ให้บริการฯ ร้อยละ 21.75 ชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตผ่านทางช่องทาง Mobile Banking หรือ Internet Banking และมีผู้ให้บริการเพียง ร้อยละ 6 ที่ชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตผ่านทางตู้ ATM

เมื่อจำแนกผู้ให้บริการฯ ตามระยะเวลาที่ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล พบว่ามีผู้ให้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเป็นระยะเวลา 2 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.25 ซึ่งเท่ากับสัดส่วนของผู้ให้บริการฯ ที่ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถึง 2 ปี และร้อยละ 19.50 ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลน้อยกว่า 1 ปีโดยภาพรวมระยะเวลาที่ใช้บริการเฉลี่ย 1.51 ปี

นอกจากนี้พบว่า โทรศัพท์มือถือ เป็นอุปกรณ์ที่ผู้ให้บริการนิยมใช้เปิดดูใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือคอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 39.25 และร้อยละ 12.50 นิยมใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลผ่านทางแท็บเล็ต (ดังตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต (n = 400)

พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
ค่าใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต (เฉลี่ยต่อเดือน)		17,981.00	18,273.04
น้อยกว่า 10,000 บาท	39.00		
10,000 - 19,999 บาท	24.50		
20,000 - 29,999 บาท	15.75		
30,000 - 39,999 บาท	9.75		
40,000 - 49,999 บาท	3.00		
50,000 บาทขึ้นไป	8.00		
วิธีการชำระเงินบัตรเครดิต			
หักบัญชีเงินฝากอัตโนมัติ	25.50		
ชำระผ่านสาขาธนาคาร/ เคาน์เตอร์บริการ	46.25		
ชำระผ่านตู้ ATM	6.50		
ชำระผ่าน Mobile/ Internet Banking	21.75		
ระยะเวลาที่ใช้บริการ (ปี)		1.51	0.89
น้อยกว่า 1 ปี	19.50		
1 ปี - 1 ปี 9 เดือน	40.25		
2 ปีขึ้นไป	40.25		
อุปกรณ์ที่ใช้เปิดใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล			
โทรศัพท์มือถือ	48.25		
แท็บเล็ต (Tablet)	12.50		
คอมพิวเตอร์	39.25		

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ พบว่าบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล มีคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 โดยมีความน่าเชื่อถือในเรื่องการได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเป็นประจำทุกเดือนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งผู้ใช้บริการร้อยละ 33.25 เห็นด้วยและร้อยละ 44.50 เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าสามารถไว้วางใจได้ว่าธนาคารจะแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตให้ทราบทางอีเมลเป็นประจำทุกเดือนอีกทั้งเรื่องการได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลครบถ้วนมีค่าเฉลี่ย 4.17 อยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมากกว่าร้อยละ 70 เห็นด้วยและเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าไม่มีความวิตกกังวลเลยว่าจะได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลไม่ครบถ้วน เช่นเดียวกับประเด็นเรื่องความถูกต้องของข้อมูลมากกว่าร้อยละ 70 ของผู้ใช้บริการเห็นด้วยและเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าไม่มีความสงสัยในความถูกต้องของข้อมูลในใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตที่ได้รับทางอีเมล โดยมีค่าเฉลี่ย 4.15 อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้มีเพียงร้อยละ 12 ของผู้ใช้บริการ

ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเลยที่จะสามารถไว้วางใจได้ว่าจะได้รับอีเมลแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตในวันเดียวกันของทุกเดือน ทำให้ความไว้วางใจที่จะได้รับอีเมลแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตในวันเดียวกันของทุกเดือนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 แต่ต่ำที่สุดในคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือ(ดังตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการมิติความเชื่อมั่น (n = 400)

คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	ไม่ เห็น ด้วย เลย	ไม่ เห็น ด้วย	เฉย ๆ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1. ท่านสามารถไว้วางใจได้ว่าธนาคาร จะแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตมาให้ท่าน ทราบทางอีเมลเป็นประจำทุกเดือน	3.50	5.25	13.50	33.25	44.50	4.10 (มาก)	1.05
2. ท่านสามารถไว้วางใจได้ว่าท่านจะ ได้รับอีเมลแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตในวัน เดียวกันของทุกเดือน	4.50	7.50	18.50	35.75	33.75	3.87 (มาก)	1.10
3. ท่านไม่มีความวิตกกังวลเลยว่าจะได้รับ ใบแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลไม่ ครบถ้วน	1.00	5.00	14.25	35.50	44.25	4.17 (มาก)	0.92
4. ท่านไม่มีความสงสัยในความถูกต้อง ของข้อมูลในใบแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตที่ ได้รับทางอีเมล	0.75	4.00	18.75	32.50	44.00	4.15 (มาก)	0.91
รวมคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ						4.07 (มาก)	0.83

พิจารณาภาพรวมของคุณภาพการบริการมิติความมั่นใจ พบว่า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 โดยผู้ให้บริการมั่นใจในเทคโนโลยีที่ธนาคารใช้จัดส่งใบแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดในคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ นอกจากนี้มากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ให้บริการเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าธนาคารมีการแจ้งข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บริการใบแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลอย่างชัดเจน ทำให้ค่าเฉลี่ยของคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจในประเด็นการแจ้งข้อตกลงและเงื่อนไขอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจในประเด็นเรื่องความเสี่ยงที่จะทำให้ข้อมูลส่วนตัวรั่วไหล และเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยการกำหนดให้ใช้วันเดือนปีเกิดเป็นรหัส อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 และ 3.40 ตามลำดับ โดยผู้ให้บริการร้อยละ 26 เห็นด้วยและเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าการใช้บริการใบแจ้งเตือนบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลมีความเสี่ยงที่จะทำให้ข้อมูลส่วนตัวรั่วไหล นอกจากนี้ผู้ให้บริการร้อยละ 26.75 ไม่

เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเลยที่กำหนดให้ใช้วันเดือนปีเกิดของผู้ใช้บริการเป็นรหัสในการเปิดดูรายละเอียดใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต(ดังตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการมิติความมั่นใจ (n = 400)

คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจ (Assurance)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	ไม่เห็น ด้วยเลย	ไม่ เห็นด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1. ท่านคิดว่าการใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลมีความเสี่ยงที่จะทำให้ข้อมูลส่วนตัวของท่านรั่วไหล	21.25	25.50	27.25	17.50	8.50	3.34* (ปานกลาง)	1.23
2. การกำหนดให้ใช้วันเดือนปีเกิดของท่านเป็นรหัสในการเปิดดูรายละเอียดใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตมีความเหมาะสม	10.75	16.00	22.25	24.25	26.75	3.40 (ปานกลาง)	1.32
3. ท่านมั่นใจในเทคโนโลยีที่ธนาคารใช้จัดส่งใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล	0.00	3.50	17.25	41.25	38.00	4.14 (มาก)	0.82
4. ธนาคารมีการแจ้งข้อตกลงและเงื่อนไขการใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลอย่างชัดเจน	0.75	2.00	15.00	51.75	30.50	4.09 (มาก)	0.77
รวมคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ						3.74 (มาก)	0.72

นอกจากนี้พบว่าบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลมีคุณภาพมิติที่เห็นเป็นรูปธรรมของการบริการในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งคุณภาพด้านรูปธรรมของการบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลทั้ง 5 ประเด็น ประกอบด้วย หัวข้ออีเมล รูปแบบข้อความ รูปแบบไฟล์เอกสาร การจัดแบ่งหน้าเอกสาร และการพิมพ์เอกสาร อยู่ในระดับมาก โดยผู้ให้บริการร้อยละ 90 เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การใช้เอกสารรูปแบบ PDF ทำให้สะดวกในการเปิดดูใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตและมากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ให้บริการเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลมีการแบ่งหน้าเอกสารอย่างเหมาะสมหัวข้ออีเมลที่ใช้มีความเหมาะสม ค้นหาสะดวก และชอบรูปแบบข้อความที่ปรากฏในอีเมลใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต อย่างไรก็ตามพบว่าประเด็นเรื่องการพิมพ์แบบฟอร์มการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.94 ซึ่งต่ำที่สุดในคุณภาพการบริการด้านรูปธรรม โดยผู้ให้บริการร้อยละ 3 ไม่เห็น

ด้วยและไม่เห็นด้วยเลยว่าการพิมพ์แบบฟอร์มการชำระเงินทำได้โดยง่ายและผู้ใช้บริการร้อยละ 21.25 รู้สึกเฉยๆ (ดังตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการมิติสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรม (n = 400)

คุณภาพการบริการ ด้านรูปธรรม (Tangible)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	ไม่เห็น ด้วยเลย	ไม่ เห็นด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1. หัวข้ออีเมลที่ใช้มีความ เหมาะสม ค้นหาสะดวก	0.50	2.25	9.75	53.50	34.00	4.18 (มาก)	0.74
2. ท่านชอบรูปแบบข้อความ ที่ปรากฏในอีเมลใบแจ้งยอด บัญชีบัตรเครดิต	0.25	1.50	18.00	53.75	26.50	4.05 (มาก)	0.73
3. การใช้เอกสารรูปแบบ PDF ทำให้สะดวกในการ เปิดดูใบแจ้งยอดบัญชีบัตร เครดิต	0.00	1.00	9.00	40.00	50.00	4.39 (มาก)	0.69
4. ใบแจ้งยอดบัญชีบัตร เครดิตทางอีเมลมีการแบ่ง หน้าเอกสารอย่างเหมาะสม	0.00	0.75	13.25	44.25	41.75	4.27 (มาก)	0.71
5. การพิมพ์แบบฟอร์มการ ชำระเงินทำได้โดยง่าย	0.25	2.75	21.25	54.75	21.00	3.94 (มาก)	0.74
รวมคุณภาพการบริการด้านรูปธรรม						4.17 (มาก)	0.51

ผลการศึกษาคุณภาพการบริการมิติการเอาใจใส่พบว่า ผู้ใช้มากกว่าร้อยละ 80 เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งในเรื่องเนื้อหาภายในอีเมลระบุรายละเอียดที่เป็นประโยชน์เพียงพอต่อการใช้บริการ และข้อความที่ใช้สามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ใช้ศัพท์เชิงเทคนิคมากเกินไป ส่งผลให้ค่าเฉลี่ยของคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่ของทั้ง 2 ประเด็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ 4.17 ตามลำดับ นอกจากนี้ผู้ใช้บริการมากกว่าร้อยละ 70 เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าพนักงานสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการร้อยละ 6.25 ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเลย เช่นเดียวกับประเด็นเรื่องความเพียงพอของช่องทางติดต่อสอบถามที่มีค่าเฉลี่ย 3.81 ในระดับมาก แต่ผู้ใช้บริการร้อยละ 6.75 ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเลย ว่าช่องทางติดต่อสอบถามมีเพียงพอ ในขณะที่ประเด็นเรื่องการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ย 3.68 โดยผู้ใช้บริการร้อยละ 38.75 รู้สึกเฉยๆ และร้อยละ 5.50 ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยเลยว่าการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ภาพรวมคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.94 (ดังตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการมิติการเอาใจใส่ (n = 400)

คุณภาพการบริการ ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	ไม่เห็นด้วยเลย	ไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1. เนื้อหาภายในอีเมลระบุรายละเอียดที่เป็นประโยชน์เพียงพอต่อการใช้บริการ	0.50	1.00	9.50	64.50	24.50	4.12 (มาก)	0.64
2. ข้อความที่ใช้สามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ใช้ศัพท์เชิงเทคนิคมากเกินไป	0.25	1.25	14.00	50.00	34.50	4.17 (มาก)	0.73
3. ช่องทางติดต่อสอบถามรายละเอียดบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลมีเพียงพอ	0.25	6.50	23.50	52.00	17.75	3.81 (มาก)	0.81
4. พนักงานสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลได้เป็นอย่างดี	0.25	6.00	20.75	47.25	25.75	3.92 (มาก)	0.85
5. ท่านได้รับการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลอย่างรวดเร็ว	1.00	4.50	38.75	37.00	18.75	3.68 (มาก)	0.86
รวมคุณภาพการบริการด้านการเอาใจใส่						3.94 (มาก)	0.55

ผลการศึกษาคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.90 โดยคุณภาพบริการมิติการตอบสนองเรื่องความสะดวกในการชำระเงินมีค่าเฉลี่ย 4.32 อยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการมากกว่าร้อยละ 85 เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าได้รับความสะดวกในการชำระเงินมากขึ้นเมื่อใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล เช่นเดียวกับการตอบสนองเรื่องการสมัครใช้บริการที่มีค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมาก มีผู้ให้บริการเพียงร้อยละ 1 ที่ไม่เห็นด้วยว่าการสมัครใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลทำได้ง่ายและสะดวกนอกจากนี้ร้อยละ 75.50 ของผู้ให้บริการเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าระยะเวลาที่ธนาคารจัดส่งใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 อยู่ในระดับมากอย่างไรก็ดีพบว่าคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองในเรื่องการแจ้งเปลี่ยนอีเมลและการติดต่อกลับเมื่อได้รับผู้ให้บริการสอบถามผ่านทางอีเมลมีค่าเฉลี่ย 3.46 อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ให้บริการร้อยละ 15 เห็นด้วยและเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าการแจ้งเปลี่ยนอีเมลที่ใช้ในการรับบริการใบแจ้งยอดบัญชี

บัตรเครดิตทางอีเมลเป็นเรื่องยาก และมีผู้ใช้บริการเพียงร้อยละ 46.25 ที่เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าได้รับการติดต่อกลับอย่างรวดเร็วเมื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมผ่านช่องทางอีเมล(ดังตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการมิติการตอบสนอง (n = 400)

คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	ไม่เห็น ด้วยเลย	ไม่เห็น ด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1.การสมัครใช้บริการใบแจ้ง ยอดบัญชีบัตรเครดิตทาง อีเมลทำได้ง่ายและสะดวก	0.00	1.00	11.00	46.50	41.50	4.29 (มาก)	0.70
2.ท่านรู้สึกว่าการแจ้งเปลี่ยน อีเมลที่ใช้ในการรับบริการใบ แจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทาง อีเมลเป็นเรื่องยาก	18.50	28.25	38.25	11.00	4.00	3.46* (ปานกลาง)	1.04
3.ท่านคิดว่าระยะเวลาที่ ธนาคารจัดส่งใบแจ้งยอด บัญชีบัตรเครดิตมีความ เหมาะสม	1.25	2.00	21.25	49.50	26.00	3.97 (มาก)	0.82
4. ท่านได้รับความสะดวกใน การชำระเงินมากขึ้น เมื่อใช้ บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตร เครดิตทางอีเมล	0.75	2.75	10.75	35.25	50.50	4.32 (มาก)	0.83
5. เมื่อท่านสอบถามข้อมูล เพิ่มเติมผ่านช่องทางอีเมล ท่านได้รับการติดต่อกลับ อย่างรวดเร็ว	2.75	7.50	43.50	34.00	12.25	3.46 (ปานกลาง)	0.90
รวมคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง						3.90 (มาก)	0.58

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลพบว่า ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 3.87 อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีผู้ใช้บริการเพียงร้อยละ 14.25 ที่เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าจะเปลี่ยนไปใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตแบบกระดาษในอีก 2 - 3 เดือนข้างหน้า โดยมากกว่าร้อยละ 60 ของผู้ใช้บริการสนใจใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีทางอีเมลกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคาร อีกทั้งผู้ใช้บริการร้อยละ 56.75 เห็นด้วยและเห็นด้วย

อย่างยิ่งที่จะแนะนำให้คนรู้จักเปลี่ยนมาใช้ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล และร้อยละ 75.25 เห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าโดยภาพรวมผู้ใช้บริการพึงพอใจกับบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล (ดังตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (n = 400)

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)
	ไม่เห็น ด้วยเลย	ไม่เห็น ด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
1. ท่านจะเปลี่ยนไปใช้บริการ ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต แบบกระดาษในอีก 2 - 3 เดือนข้างหน้า	47.25	26.00	12.50	11.50	2.75	4.04 (มาก)	1.14
2. ท่านจะแนะนำให้คนรู้จัก เปลี่ยนมาใช้ใบแจ้งยอดบัญชี บัตรเครดิตทางอีเมล	3.75	7.25	32.25	30.50	26.25	3.68 (มาก)	1.06
3. ท่านสนใจใช้บริการใบแจ้ง ยอดบัญชีทางอีเมลกับ ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคาร	2.75	8.75	25.00	30.50	33.00	3.82 (มาก)	1.07
4. โดยภาพรวมท่านพึงพอใจ กับบริการใบแจ้งยอดบัญชี บัตรเครดิตทางอีเมล	2.25	7.50	15.00	46.25	29.00	3.92 (มาก)	0.97
รวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ						3.87 (มาก)	0.89

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตร คุณภาพการบริการ และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า คุณภาพการบริการด้านความ น่าเชื่อถือ ด้านความมั่นใจ ด้านรูปธรรม ด้านการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ เพศอายุ ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตช่องทางการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตระยะเวลาที่ใช้บริการ และอุปกรณ์ที่ใช้รับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (ดังตารางที่ 10)

ผลการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต ทางอีเมล โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Hierarchical ทำให้ได้ตัวแบบการ ถดถอย 2 ตัวแบบ โดยตัวแบบแรกกำหนดให้ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และอายุ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการ ใช้บัตรเครดิต ได้แก่ ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตต่อเดือนช่องทางการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตระยะเวลาที่ใช้บริการ และ อุปกรณ์ที่ใช้บริการเป็นตัวแปรควบคุม (Control Variable) และในตัวแบบที่สองได้เพิ่มปัจจัยคุณภาพการบริการเป็นตัว แปรอธิบาย โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ($R^2\text{Change} = 0.628$) กล่าวคือ ปัจจัยคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้ง

ยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่งผลให้ตัวแบบที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยลักษณะลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และปัจจัยคุณภาพการบริการสามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 63.8 (ดังตารางที่ 11)

อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่า มีเพียงตัวแปรคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือ และตัวแปรคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือ และค่าคงที่ที่มีอิทธิพลของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในแง่ยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อคะแนนคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือเพิ่มขึ้น 1 คะแนนโดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่ จะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.605 คะแนน เช่นเดียวกับการบริการมิตินำเชื่อถือที่มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยเมื่อคะแนนคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือเพิ่มขึ้น 1 คะแนนขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ จะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น 0.514 คะแนน (ดังตารางที่ 11)

6. สรุปผลการศึกษา

การศึกษาระดับคุณภาพบริการในแง่ยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลทั้ง 5 มิติอยู่ในระดับมาก มีคะแนนคุณภาพการบริการในภาพรวม 3.97 โดยคุณภาพการบริการในมิติสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรมมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 4.07 โดยการใช้เอกสารรูปแบบ PDF ทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกในการเปิดดูใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตได้คะแนนจากผู้ใช้บริการสูงสุด ในขณะที่คุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือ คุณภาพบริการมิตินำเชื่อถือ และคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 4.07, 3.94 และ 3.90 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือมีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 3.74 โดยผู้ใช้บริการบางส่วนกังวลว่าการใช้บริการในแง่ยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลจะก่อให้เกิดความเสี่ยงที่จะทำให้ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการรั่วไหลทำให้ประเด็นดังกล่าวได้คะแนนจากผู้บริการต่ำสุด แต่อยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกับการกำหนดให้วันเดือนปีเกิดเป็นรหัสในการเปิดดูรายละเอียดใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต ที่ได้คะแนนในระดับปานกลาง นอกจากนี้คุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือ เรื่องการแจ้งเปลี่ยนอีเมลและการได้รับการติดต่อกลับเมื่อสอบถามทางอีเมล ได้คะแนนในระดับปานกลางเช่นกัน โดยมีผู้ใช้บริการจำนวนไม่น้อยรู้สึกเฉยๆ ซึ่งอาจเกิดจากผู้บริการบางส่วนไม่มีประสบการณ์ในการแจ้งเปลี่ยนอีเมล หรือติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมผ่านช่องทางอีเมลทั้งนี้ไม่มีประเด็นคุณภาพการบริการใดอยู่ในระดับน้อย

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบริการในแง่ยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ยังไม่มีความตั้งใจที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการในแง่ยอดบัญชีบัตรเครดิตแบบกระดาษในอีก 2 - 3 เดือนข้างหน้า นอกจากนี้ผู้ใช้บริการสนใจใช้บริการในแง่ยอดบัญชีทางอีเมลกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของธนาคาร มากกว่าที่จะแนะนำให้คนรู้จักเปลี่ยนมาใช้ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล โดยเมื่อสอบถามถึงการแนะนำให้คนรู้จักเปลี่ยนมาใช้ใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลพบว่าร้อยละ 32.25 ของผู้ใช้บริการกลับรู้สึกเฉยๆ ไม่แน่ใจ

ผลการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ พบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยคุณภาพการบริการในมิติความน่าเชื่อถือ และคุณภาพการบริการมิตินำเชื่อถือมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริการอย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นได้ว่าคุณภาพในมิติความน่าเชื่อถือซึ่งหมายถึงการได้รับการเป็นประจำทุกเดือนอย่างสม่ำเสมอ ข้อมูลรายการใช้จ่ายบัตรเครดิตถูกต้องและครบถ้วน มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะหากผู้ใช้บริการได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตล่าช้า หรือไม่ครบถ้วน ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระเงินได้ทันตามกำหนด ผู้ใช้บริการจะต้องเสียดอกเบี้ยบัตรเครดิตและเสียค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น จากการที่บริการในแง่ยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับการเงิน ทำให้การบริการที่ผิดพลาด ไม่สม่ำเสมอไม่เป็นไปตามสัญญาทำให้ไว้วางใจผลกระทบร้ายแรงต่อทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ คล้ายกับบริการทางการแพทย์ที่กระทบต่อชีวิตของ

ผู้ให้บริการซึ่งจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคณเฑใช้ โดยศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ามีเพียงคุณภาพบริการในมิติความน่าเชื่อถือที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความพึงพอใจของคณเฑผู้ใช้บริการ (ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ, 2554)

นอกจากการให้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล เป็นบริการที่อำนวยความสะดวกแก่คณเฑผู้ใช้บริการบัตรเครดิตให้ได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และสามารถพิมพ์แบบฟอร์มชำระเงินพร้อมบาร์โค้ดเพื่อนำไปชำระเงินได้ทันที คณเฑผู้ใช้บริการจึงคาดหวังให้ธนาคารสามารถตอบสนองความต้องการของคณเฑผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม ดังนั้นคุณภาพด้านการตอบสนองจึงมีสำคัญต่อความพึงพอใจของคณเฑผู้ใช้บริการ

อย่างไรก็ดีคุณภาพการบริการในมิติของสิ่งทีเห็นเป็นรูปธรรมซึ่งมีคะแนนสูงสุดกลับไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของคณเฑผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับคุณภาพด้านการเอาใจใส่ เนื่องจากบริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลเป็นบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่มีสถานบริการ ไม่มีพนักงานคณเฑผู้ใช้บริการ และไม่มีสิ่งทีเป็นรูปธรรมจับต้องได้มากนัก อีกทั้งรูปแบบใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตที่จัดส่งทางอีเมลนั้นมีรูปแบบเดียวกับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตที่จัดส่งทางไปรษณีย์ทำใหคณเฑผู้ใช้บริการไม่รู้สึกแตกต่างจากเดิม รวมถึงคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจทีไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน โดยคณเฑผู้ใช้บริการให้คะแนนความมั่นใจในเทคโนโลยีทีธนาคารใช้ในระดับมากและรับทราบข้อดกลง เจื่อนไขการใช้บริการอย่างชัดเจน แต่ยังมีกังวลเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลซึ่งมีคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง โดยคณเฑผู้ใช้บริการบางส่วนต้องการกำหนดรหัสทีใช้ในการเปิดดูรายละเอียดใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตเอง เนื่องจากเห็นว่าการกำหนดให้ใช้วันเดือนปีเกิดเป็นรหัสนั้นไม่ปลอดภัย ซึ่งการความมั่นใจในการบริการของคณเฑผู้ใช้บริการเกิดจากประเด็นทีหลากหลายนี้เองจึงทำให้ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญ

7. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของคณเฑผู้ใช้บริการ และคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือและการตอบสนองมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของคณเฑผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของคณเฑผู้ใช้บริการจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ธนาคารควรมีปฏิสัมพันธ์กับคณเฑผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมลมากขึ้น โดยมี SMS แจ้งเตือนเมื่อธนาคารได้จัดส่งใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต หรือให้คณเฑผู้ใช้บริการทีได้รับใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตแล้วตอบกลับ หากไม่มีการตอบกลับภายใน 7 วันหลังส่ง ธนาคารควรจัดส่งใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตซ้ำอีกครั้ง
2. ธนาคารควรเพิ่มการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิต โดยให้คณเฑผู้ใช้บริการสามารถกำหนด และเปลี่ยนแปลงรหัสในการเข้าดูใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตได้ เพื่อทำใหคณเฑผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ
3. ธนาคารควรมีสหิพิเศษให้กับคณเฑผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล เช่น มีส่วนลดค่าใช้บริการเพิ่มคะแนนสะสมเพื่อใหคณเฑผู้ใช้บริการรู้สึกได้รับความเอาใจใส่จากธนาคารมากยิ่งขึ้น

วารสารสถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ฉบับที่ 1 ปีที่ 1 (2559)

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการเครดิต คุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (n = 400)

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. เพศ	1											
2. อายุ	.046	1										
3. ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต	-.120**	.285**	1									
4. ช่องทางการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต	.111*	-.048	.110*	1								
5. ระยะเวลาที่ใช้บริการ	-.095*	.182**	.079	.023	1							
6. อุปกรณ์ที่ใช้รับบริการ	.070	.054	.118**	-.035	.091*	1						
7. คุณภาพมิติตามข้อเสนอ	.058	.063	.065	.020	.055	-.026	1					
8. คุณภาพมิติตามค่าใช้จ่าย	.030	.029	.035	-.017	.021	.032	.485**	1				
9. คุณภาพมิติตามสิ่งที่เป็นรูปธรรม	.056	.029	.012	.058	-.035	-.049	.461**	.517**	1			
10. คุณภาพมิติตามการเอาใจใส่	.060	-.008	.093*	.025	.049	.002	.397**	.363**	.576**	1		
11. คุณภาพมิติตามการตอบสนอง	.013	.040	.117**	.051	.051	.013	.413**	.385**	.414**	.526**	1	
12. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	.060	.045	.062	.064	.069	-.042	.735**	.461**	.459**	.424**	.592**	1

หมายเหตุ: * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต และคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใบแจ้งยอดบัญชีบัตรเครดิตทางอีเมล (n = 400)

ตัวแปรอธิบาย	Model 1		Model 2	
	B	S.E.	B	S.E.
ลักษณะส่วนบุคคล				
เพศ ¹	0.137	0.096	0.040	0.058
อายุ	0.001	0.006	- 0.001	0.004
พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต				
ค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตต่อเดือน ²	0.114	0.096	- 0.019	0.058
ช่องทางการชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิต ³	0.091	0.104	0.065	0.063
ระยะเวลาที่ใช้บริการ	0.073	0.051	0.029	0.031
อุปกรณ์ที่ใช้บริการ ⁴	- 0.111	0.093	- 0.059	0.056
คุณภาพการบริการ				
มีติความน่าเชื่อถือ			0.605*	0.040
มีติความมั่นใจ			0.057	0.047
มีติสิ่งที่เห็นเป็นรูปธรรม			0.084	0.073
มีติการเอาใจใส่			- 0.031	0.065
มีติการตอบสนอง			0.514*	0.058
ค่าคงที่	3.652*	0.217	- 1.035*	0.277
R ²	0.019		0.648	
R ² Adjust	0.004		0.638	
R ² Change			0.628*	

หมายเหตุ: *นัยสำคัญที่ระดับ 0.05

¹เพศหญิง เป็นกลุ่มอ้างอิง

²ใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท เป็นกลุ่มอ้างอิง

³ชำระค่าใช้จ่ายบัตรเครดิตผ่านช่องทางสาขาธนาคาร/เคาน์เตอร์บริการ หรือ ชำระผ่านตู้ ATM หรือ ชำระผ่าน Mobile/ Internet Bankingเป็นกลุ่มอ้างอิง

⁴คอมพิวเตอร์ เป็นกลุ่มอ้างอิง

8. เอกสารอ้างอิง

- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ และปาริยัทธิพ์ ธนาภิกุลตานนท์. (2554, กรกฎาคม). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2), 160-172.
- วิภาดา ช่างสมบัติ. (2550). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ. *บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยศรีปทุม*
- สุปราณี ศรีรัตนะ. (2558). การศึกษาคุณภาพการให้บริการและความจงรักภักดีของผู้ให้บริการที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ดี: กรณีสำนักงานใหญ่ของธนาคารพาณิชย์ไทยแห่งหนึ่ง. *รายงานการประชุมวิชาการและนำเสนอผลการวิจัย ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 6 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(6), 560-569.
- AnberAbraheemShlash Mohammad and Shireen Yaseen Mohammad Alhamadani. (2011). Service Quality Perspectives and Customer Satisfaction in Commercial Banks Working in Jordan. **Middle Eastern Finance and Economics**, 2011 (14), 60-72.
- Cronin, J.J., Brady, M.K., &Hult, G.T.M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environments. **Journal of Retailing**, 76(2), 193-218.
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. **Journal of marketing**,49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml V. A., & Berry L. L. (1996). The behavioral consequences of service quality. **Journal of marketing**, 60, 31-46.
- Roscoe, J.T. (1975). **Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences**2nd edition. New York: Holt Rinehart & Winston.