



รายงานการประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ ครั้งที่ 7 ประจำปี 2557
Proceeding of the 7th National Conference on Business and Economy 2014



รายงานการประชุมทางวิชาการระดับชาติ ด้านธุรกิจและเศรษฐกิจ
ครั้งที่ 7 ประจำปี 2557
Proceeding of the 7th National Conference on
Business and Economy 2014



บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.กัลปพฤกษ์ ผิวทองงาม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการพิจารณาบทความวิจัย

อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. รองศาสตราจารย์ อนงค์นุช เทียนทอง
2. รองศาสตราจารย์ ดร. นิตินพล ภูตะโชติ
3. รองศาสตราจารย์ ดร. นพมาศ สุวชาติ
4. รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศรี เจริญวานิช
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤตพา แสนชัยธร
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ก่อพงษ์ พลโยธา
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ขวัญฤดี ตันตระกูล
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จงรักษ์ หงษ์งาม
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นงคินิตย์ จันทร์จรัส
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิรัชญา มณีเนตร
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นवलฉวี แสงชัย
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรัชย์ จันทร์จรัส
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ ศุทธชัย
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อารีย์ นัยพินิจ
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรุณ ตันตระกูล
16. ดร. ดลฤทัย โกวรรณะกุล
17. ดร. พัชราภรณ์ มหาสุวีระชัย
18. ดร. ภูมิสิทธิ์ มหาสุวีระชัย
19. ดร. ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา
20. ดร. ศิวาพร ฟองทอง
21. ดร. สุทิน เวียนวิวัฒน์
22. ดร. จินณพัช ปทุมพร



ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้บริการ
 ธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาประชากรเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
 TRUST FACTORS OF COMMERCIAL BANK WEBSITE IN THAILAND AFFECTING TO USE
 SERVICES INTERNET BANKING CASE STUDY POPULATION BANGKOKNOI DISTRICT, BANGKOK

สิริชัย ดีเลิศ¹

เปรมวดี เอศวารต์วันมยุเยน²

สุดาทิพย์ สุขประมุข³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจำแนกปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือเว็บไซต์ และทดสอบความแตกต่างของกลุ่มผู้ใช้จากองค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparisons) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยหลายคู่ด้วย Fisher's Least Significant Difference (LSD) ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจำแนกเป็น 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต 2. ความสะดวกจากการใช้บริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต 3. ความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมของธนาคารจากผู้ให้บริการ 4. ความสามารถในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต 5. การสนับสนุนการใช้งานจากผู้ให้บริการ 6. ทศนคติต่อการใช้บริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต 7. ความไว้วางใจและความพอใจต่อการบริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต 8. เชื่อมั่นในการจัดการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต และเมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบกับกลุ่มผู้ใช้ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้ที่ไม่เคยใช้บริการ, กลุ่มผู้ใช้ที่เคยใช้บริการแต่เลิกใช้แล้ว และกลุ่มผู้ใช้ที่เคยใช้บริการแล้วยังใช้อยู่ พบว่าปัจจัยด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต, ความสะดวกจากการใช้บริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต, ความสามารถในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต, ความไว้วางใจและความพอใจต่อการบริการธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต มีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความเชื่อถือเว็บไซต์, พฤติกรรม, ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

¹ อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

^{2,3} นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



Abstract

The objective of this study were to study behavior and trust factor of commercial bank website affecting the serviced selection of customer in Bangkoknoi district Bangkok. The sampling of 400 people who were located in Bangkoknoi district. The questionnaires were used as tool for data collection. Statistical techniques employ in data analysis including percentage, means, standard deviation, one way ANOVA, multiple comparisons, Fisher's Least Significant Difference(LSD). The research results revealed that trust factor of commercial bank website classify 8 factor were useful from serviced internet banking, comfortable from serviced internet banking, confidence to used service internet banking, ability in serviced internet banking, supported from facilitator, attitude to serviced internet banking, trust and willingness to used confidence in managed internet banking, trust in serviced internet banking from facilitator. Customer cluster were divided into 3 type of customer never serviced, old customer and customer use service internet banking. Found that useful from serviced internet banking, comfortable from serviced internet banking, confidence to used service internet banking, trust and willingness to used confidence in managed internet banking were difference.

KEY WORD :Trustthe website / The behaviour/ Internet banking

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต(Internet)เป็นทางเลือกใหม่ของการดำเนินธุรกิจ โดยอาศัยพัฒนาการทางเทคโนโลยี(Technology) ที่มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งส่งผลให้ การทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตมีความแตกต่างจากการทำธุรกรรมแบบเดิมอย่างสิ้นเชิง โดยธุรกิจหลายประเภทเริ่มใช้ธุรกรรมผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน การค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเติบโตและขยายตัวด้วยการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำธุรกรรมทางการเงินของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อกลางที่สามารถเข้าถึงบริการได้ทั่วมุมโลก มีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย ลดปัญหาด้านการเดินทาง และลดปัญหาการใช้กระดาษ เป็นต้น

ธนาคารพาณิชย์เป็นสถาบันการเงินที่ดำเนินกิจการโดยใช้เงินทุนซึ่งได้จากเงินกองทุน เงินฝาก หรือเงินกู้ยืมจากแหล่งต่างๆ และนำเงินทุนเหล่านี้ไปลงทุนเพื่อผลประโยชน์ในด้านการให้สินเชื่อ ซื้อขายตัวแลกเปลี่ยน หรือตราสารเปลี่ยนมือ และซื้อขายหรือปริวรรตเงินตราต่างประเทศ เป็นหน่วยงานกลางในการแลกเปลี่ยนธุรกรรมการเงินระหว่างธุรกิจ รวมถึงระหว่างลูกค้าและธุรกิจที่ได้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจด้านการเงินการธนาคาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารพาณิชย์ จำเป็นต้องมีการพัฒนา



เทคโนโลยีเพื่อเข้ามาช่วยในการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานของธนาคาร และสร้างโอกาสในการแข่งขัน ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดความ สะดวกสบายในยุคโลกการสื่อสารไร้พรมแดน เพราะไม่ต้องเสียเวลาในการเข้าไปใช้บริการที่ธนาคาร หรือหน้าเครื่องรับจ่ายเงินอัตโนมัติ(Automated teller machine) อย่างไรก็ตามการทำธุรกรรม ทางการเงิน เป็นการทำธุรกรรมที่ต้องการความปลอดภัยและความไว้วางใจ ประกอบกับมีเทคโนโลยีที่ ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดการโจรกรรมข้อมูลทางการเงิน เช่น ข้อมูลส่วนบุคคล รหัสประจำตัวบัตร ประชาชน เลขที่บัญชี รหัสบัตรATM เป็นต้น ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงต้องสร้างคุณค่าให้การบริการ ซึ่ง จะก่อให้เกิดความประทับใจ ความไว้วางใจ และส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อการใช้บริการจากธนาคาร ต่อไปในอนาคต

ความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ มีผลทำให้ผู้ใช้เกิดความ มั่นใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ถึงแม้ว่าจะมีข่าวการโจรกรรมข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อนำไป กระทำการทุจริตทางการเงินในหลายรูปแบบ โดยธนาคารพาณิชย์ได้รับรองระบบรักษาความปลอดภัย ของธนาคาร และบอกถึงวิธีการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตที่ถูกต้องอย่างชัดเจนต่อผู้ใช้ นอกจากการ รับรองระบบของธนาคารพาณิชย์แล้วยังมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์เช่น พรบ.ที่ว่า ด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่ระบุโทษในการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ ในทุกกรณี, พรบ.ว่าด้วยการควบคุมดูแลธุรกิจบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ.2551 เป็นต้น (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร,2550) ดังนั้น ผู้ใช้จึงเชื่อมั่นในความปลอดภัยของการ ทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เนื่องจากมีกฎหมายรองรับความปลอดภัยในการทำธุรกรรมนั้นๆ

จากความสัมพันธดังกล่าวผู้วิจัยได้ทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของ เว็บไซต์ที่มีผลต่อการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย กรณีศึกษา ประชากรในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ฉบับนี้ขึ้น เพื่อมุ่งศึกษา ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง และพัฒนาระบบของธนาคาร เพื่อสร้างคุณค่าและ ความไว้วางใจ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้ ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่าน อินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ศึกษาประชากรที่ใช้และไม่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร จำนวน 117,316 คน(สำนักงานเขตบางกอกน้อย,2556)ขนาดกลุ่มตัวอย่าง(Simple Size)ของประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณวิธี Taro Yamane(ประสพชัย พสุนนท์ 2553:41)ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 0.05 ได้จำนวนทั้งสิ้น 400 คนโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษาประชากรในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องร่วมกับอ้างอิงรูปแบบงานวิจัยของFariborzRahimnia&JalehFarzanehHassanzadeh, 2013, 240-247 และ PrashantPalvia,2009,pp.213-220 เพื่อสร้างข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์โดยปรับปรุงให้เหมาะสมกับรูปแบบของธนาคารในประเทศไทย และสอบถามผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา รวมถึงหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น 0.94โดยแบบสอบถามประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้ธุรกรรมอินเทอร์เน็ตและข้อเสนอแนะโดยในส่วนที่ 3 นั้นมีคำถามเป็นระบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้ ระดับ 5 หมายถึง ความสำคัญระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ความสำคัญระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง ความสำคัญระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ความสำคัญระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ความสำคัญระดับน้อยที่สุด



การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแหล่งข้อมูลที่ศึกษา 2 แหล่ง ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ(Primary Data)เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง คือ การลงพื้นที่ขอความร่วมมือกับบุคคลทั่วไปที่ใช้และไม่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร ในการตอบแบบสอบถามที่ใช้คำถามแบบปลายเปิด(Open Question)และคำถามปลายปิด(Close and Question)ลักษณะของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต และ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ที่มีผลต่อการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ(Secundary Data)เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมโดยการศึกษาค้นคว้าวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือวารสาร รายงานวิชาการ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจำนวน400ชุดเพื่อนำไปใช้ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในเขตบางกอกน้อยกรุงเทพมหานคร โดยสถิติที่ใช้คือ ความถี่และร้อยละ

2. วิเคราะห์ระดับปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต โดยสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีหลักเกณฑ์การพิจารณาจากระดับคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์ ซึ่งจัดชั้นเท่ากัน(Class Interval)ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ(ประสพชัย พสุนนท์ 2553: 218)

3. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ด้วยวิธีวิเคราะห์หองค์ประกอบหลัก(Principal Component Analysis)โดยมีการหมุนแกนปัจจัยให้ตั้งฉากกัน (Orthogonal Rotation)ด้วยวิธีการ Varimax with KaizerNormoalizationเกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบคือ ค่าEigenvalues ต้องมากกว่า 1 และค่า Factor Loading ต้องมากกว่า 0.5ขึ้นไป เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต โดยการวิเคราะห์หาค่าสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยFisher's Least Significant Difference(LSD)



4. นำค่าคะแนนปัจจัย(Factor Score)ของ 8 องค์ประกอบ ซึ่งถูกคำนวณด้วยวิธีถดถอย (Regression) มาใช้เป็นข้อมูลสำหรับวิเคราะห์ความแปรปรวน(One Way ANOVA)เพื่อหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ, กลุ่มผู้ใช้ที่เคยใช้บริการแต่เลิกใช้แล้ว และกลุ่มผู้ใช้ที่เคยใช้บริการแล้วยังใช้อยู่

5. วิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงซ้อน ของกลุ่มที่มีความแตกต่างของปัจจัย เพื่อเปรียบเทียบผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรด้วยวิธีFisher's Least Significant Difference(LSD)

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งผลการวิจัยได้ทั้งหมด 3 ส่วน โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง(ร้อยละ 60.5)มีช่วงอายุ 31-40 ปี(ร้อยละ 34.8)มีสถานภาพโสด(ร้อยละ 50)โดยมีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี(ร้อยละ 53.5)ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน(ร้อยละ 36.3)มีรายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท(ร้อยละ 22.8) และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอื่นๆในจังหวัดกรุงเทพมหานคร(ร้อยละ 48.3)

2. การวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต(ร้อยละ 47.8)ไม่เคยใช้(ร้อยละ 52.3)โดยผู้ที่เคยใช้บริการและยังใช้บริการอยู่(ร้อยละ 37)เลิกใช้บริการแล้ว(ร้อยละ 10.8)โดยส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกสิกรไทย(ร้อยละ 20.8)ธนาคารไทยพาณิชย์(ร้อยละ 15)ธนาคารกรุงเทพ(ร้อยละ 13.3)ธนาคารกรุงไทย(ร้อยละ 11.5)ธนาคารกรุงศรีอยุธยา(ร้อยละ 9.5)ธนาคารธนชาต(ร้อยละ 3.3)ธนาคารทหารไทย(ร้อยละ 2.5)ธนาคารยูโอบี(ร้อยละ 0.5)และธนาคารอื่นๆ(ร้อยละ 0.3) ผู้ที่ใช้บริการจะเลือกใช้บริการสอบถามยอดเงินคงเหลือในบัญชี(ร้อยละ 29.5)สอบถามการเคลื่อนไหวของบัญชี(ร้อยละ 25.8)โอนเงินระหว่างบัญชี(ร้อยละ 21.5)โอนเงินเพื่อชำระค่าบริการต่างๆ(ร้อยละ 20)บริการแจ้งเตือนเงินเข้าออก(ร้อยละ 15.5)เติมเงินโทรศัพท์เคลื่อนที่(ร้อยละ 14.5)และบริการอื่นๆ(ร้อยละ 0.8)เหตุผลที่ผู้ใช้บริการเลิกใช้ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเนื่องจากประหยัดเวลาในการเข้าใช้บริการ(ร้อยละ 33) สะดวกในการเข้าใช้บริการ24ชั่วโมง(ร้อยละ 25)ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง(ร้อยละ 19)ตอบสนองต่อวิถีชีวิตของตนเอง(ร้อยละ 15.8)มีอัตราค่าธรรมเนียมของการใช้บริการที่ต่ำ(ร้อยละ 4.8)และเหตุผลอื่นๆ(ร้อยละ 0.3)โดยความถี่ในการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ต คือใช้ทุกวัน(ร้อยละ 11.8) 4ครั้ง/เดือน(ร้อยละ 11.5) 2ครั้ง/เดือน(ร้อยละ 4.8) 3ครั้ง/เดือน(ร้อยละ 4) 1ครั้ง/เดือน(ร้อยละ 3)อื่นๆ(ร้อยละ 1.5)เหตุผลที่ผู้ไม่เคยใช้ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต



เนื่องจาก ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของการใช้บริการ(ร้อยละ 35)ไม่มีความจำเป็นในการใช้บริการ(ร้อยละ 30.8)ไม่คุ้นเคยต่อเทคโนโลยี(ร้อยละ 20)ไม่เข้าใจวิธีการใช้บริการ(ร้อยละ 19.3)ยุ่งยากต่อการใช้บริการ(ร้อยละ 19.3)ไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟนแท็บเล็ต(ร้อยละ 12.3)ขาดการแนะนำการใช้บริการจากพนักงานธนาคาร(ร้อยละ 11.8)ไม่ทราบถึงการประชาสัมพันธ์(ร้อยละ 10.5)และเหตุผลอื่นๆ(ร้อยละ 0.8)เหตุผลที่ทำให้ผู้ที่เคยใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเลิกใช้บริการเนื่องจาก เกิดความไม่มั่นใจต่อการใช้บริการ(ร้อยละ 6)ไม่มีความจำเป็นในการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตอีกต่อไป(ร้อยละ 5.8)มีปัญหาขณะใช้บริการ(ร้อยละ 4)การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านพนักงานธนาคารมีความสะดวกกว่าใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 2.5) และเหตุผลอื่นๆ(ร้อยละ 0.3)

3. ข้อมูลด้านปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือเว็บไซต์ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจขององค์ประกอบ โดยตรวจสอบความเหมาะสมของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ ตามวิธี Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) มีค่าเท่ากับ 0.948 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 และผลการทดสอบด้วย Bartlett's Test มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าเท่ากับ 0.00 แสดงถึงตัวแปรนำมีความสัมพันธ์กันอย่างเพียงพอที่จะทำการสกัดปัจจัยและทุกปัจจัยมีความร่วมกันของตัวแปร (Community)มากกว่า 0.50ซึ่งเข้าใกล้ 1 ดังนั้นจึงสรุปว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะนำเทคนิค factor analysis มาใช้วิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตโดยมีปัจจัย รายละเอียดแต่ละปัจจัย และค่าน้ำหนักองค์ประกอบได้ผลดังนี้

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.
ปัจจัยที่ 1 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต			
ประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการได้รับ	0.645	3.81	0.73
เสียค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าการบริการทั่วไป	0.652	3.62	0.83
ประหยัดเวลาในการทำธุรกรรมทางการเงิน	0.586	4.06	0.73
ปัจจัยที่ 2 ด้านความสะดวกจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต			
ความง่ายในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับธนาคารดั้งเดิม	0.681	3.82	0.83
สะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น	0.808	3.95	0.81
สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	0.785	4.09	0.77
สอบถามข้อมูลได้ตลอด 24 ชั่วโมง	0.718	4.04	0.81
ปัจจัยที่ 3 ด้านความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมจากผู้ให้บริการของธนาคาร			
ไม่เรียกเก็บค่าบริการเพิ่มจากผู้ให้บริการ	0.686	3.65	0.90
มีความซื่อสัตย์ต่อผู้ใช้บริการ	0.719	3.74	0.89



ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.
มีความจริงใจต่อผู้ใช้บริการ	0.747	3.74	0.88
ไม่คิดค่าบริการที่มากจนเกินไปต่อผู้ใช้บริการ	0.732	3.70	0.86
การรักษาความลับของผู้ใช้บริการ	0.642	3.83	0.89
ปัจจัยที่ 4 ด้านความสามารถในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต			
สามารถตอบสนองต่อวิถีชีวิตของผู้ใช้บริการได้	0.714	3.93	0.72
สามารถธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา	0.671	3.99	0.78
ตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้ใช้บริการได้	0.437	3.80	0.83
ครบถ้วน			
มีช่องทางหลากหลายผ่านอุปกรณ์ต่างๆในการเข้าใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.345	3.95	0.73
ปัจจัยที่ 5 ด้านการสนับสนุนการใช้งานจากผู้ให้บริการ			
การตอบสนองความช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการ	0.673	3.83	0.74
การได้รับความช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ	0.615	3.71	0.85
มีการชดเชยค่าเสียหายอย่างเหมาะสม	0.491	3.60	0.95
ปัจจัยที่ 6 ด้านทัศนคติต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต			
ความชอบในการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.616	3.68	0.84
รูปแบบโครงสร้างและองค์ประกอบของเว็บไซต์มีความง่ายต่อการใช้งาน	0.709	3.74	0.78
ความสำคัญของการบริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตต่อผู้ใช้บริการ	0.761	3.74	0.83
คุณค่าของการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตต่อผู้โลก	0.709	3.72	0.81
ปัจจัยที่ 7 ความไว้วางใจและความพอใจต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต			
ระดับความไว้วางใจในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.799	3.64	0.87
ระดับความเชื่อถือได้ในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.778	3.61	0.89
ระดับความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.780	3.59	0.91
ความน่าเชื่อถือด้านเนื้อหาเว็บไซต์ในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.708	3.64	0.87
ระดับความพอใจในการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต	0.553	3.70	0.74
ระดับความเต็มใจการใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ต	0.585	3.68	0.82
ความถูกต้องครบถ้วนของเนื้อหาด้านธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.593	3.77	0.83
ปัจจัยที่ 8 ด้านเชื่อมั่นในการจัดการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต	0.098	3.78	2.16



4. เปรียบเทียบปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้ธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต

4.1. ปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ที่ไม่เคยใช้ ผู้ที่เคยใช้และเลิกใช้แล้ว และผู้ที่ยังใช้อยู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้แก่

ปัจจัยที่ 3 ด้านความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมของธนาคารจากผู้ให้บริการ (Sig 0.410)

ปัจจัยที่ 5 ด้านการสนับสนุนการใช้งานจากผู้ให้บริการ (Sig 0.424)

ปัจจัยที่ 6 ด้านทัศนคติต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต (Sig 0.286)

ปัจจัยที่ 8 ด้านความพอใจต่อการบริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต (Sig 0.437)

4.2. ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ที่ไม่เคยใช้ ผู้ที่เคยใช้และเลิกใช้แล้ว และผู้ที่ยังใช้อยู่ ได้แก่

ปัจจัยที่ 1 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต (Sig 0.022) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้ ผู้ที่เคยใช้และเลิกใช้แล้ว และผู้ที่ยังใช้อยู่รายคู่ พบว่า

กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้กับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ มีความแตกต่างกัน (Sig 0.010) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้วกับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ ไม่มีความแตกต่างกัน (Sig 0.056) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้ว กับกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้ ไม่มีความแตกต่างกัน (Sig 0.739) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยที่ 2 ด้านความสะดวกจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต (Sig 0.031) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้ ผู้ที่เคยใช้และเลิกใช้แล้ว และผู้ที่ยังใช้อยู่รายคู่ พบว่า

กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้กับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ มีความแตกต่างกัน (Sig 0.034) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้ว กับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ มีความแตกต่างกัน (Sig 0.025) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้ว กับกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้ ไม่มีความแตกต่างกัน (Sig 0.333) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยที่ 4 ด้านความสามารถในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต (Sig 0.003) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้ ผู้ที่เคยใช้และเลิกใช้แล้ว และผู้ที่ยังใช้อยู่รายคู่ พบว่า

กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้กับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ มีความแตกต่างกัน (Sig 0.001) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้ว กับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ มีความแตกต่างกัน (Sig 0.030) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้ว กับกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้ ไม่มีความแตกต่างกัน (Sig 0.893) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ปัจจัยที่ 7 ด้านความพอใจต่อการบริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต (Sig 0.003) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้ ผู้ที่เคยใช้และเลิกใช้แล้ว และผู้ที่ยังใช้อยู่รายคู่ พบว่า

กลุ่มผู้ที่ไม่ใช้กับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ มีความแตกต่างกัน (Sig 0.001) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้ว กับกลุ่มผู้ที่ยังใช้อยู่ มีความแตกต่างกัน (Sig 0.028) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

กลุ่มผู้ที่ใช้และเลิกใช้แล้ว กับกลุ่มผู้ที่ไม่ใช้ ไม่มีความแตกต่างกัน (Sig 0.823) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา ประชากรในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร พบว่า เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่มตามประเภทของการใช้บริการ ได้แก่ กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้ ผู้ที่เคยใช้และเลิกใช้แล้ว และผู้ที่ยังใช้อยู่ ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานอายุระหว่าง 20-40 ปี ซึ่งมีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต กับบริการต่างๆ เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลา สำหรับผู้ที่ไม่ใช้บริการมีสาเหตุมาจากความไม่มั่นใจในความปลอดภัยและไม่เห็นถึงความจำเป็นของบริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต เมื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้และไม่ใช้บริการ มี 8 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่ 2 ด้านความสะดวกจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่ 3 ด้านความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมจากผู้ให้บริการของธนาคาร ปัจจัยที่ 4 ด้านความสามารถในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่ 5 ด้านการสนับสนุนการใช้งานจากผู้ให้บริการ ปัจจัยที่ 6 ด้านทัศนคติต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่ 7 ความไว้วางใจและความพอใจต่อการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต และปัจจัยที่ 8 ด้านเชื่อมั่นในการจัดการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้และไม่ใช้บริการ พบว่า 1.) ปัจจัยที่มีผลสำหรับกลุ่มผู้ที่ยังใช้บริการอยู่กับกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ ได้แก่ ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต, ด้านความสะดวกจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต, ด้านความสามารถในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต, ด้านความไว้วางใจและความพอใจต่อการบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ PrashantPalvia (2009) ทฤษฎีกล่าวถึง ประโยชน์ความง่ายในการใช้งาน ความถูกต้องของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์ต่อความไว้วางใจในการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มผู้ไม่ใช้บริการให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบดังกล่าว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้มาใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคาร 2.) ปัจจัยที่มีผลสำหรับกลุ่มผู้ที่ยังใช้บริการอยู่กับกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว ได้แก่ ด้านความสะดวกจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต, ด้านความสามารถในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต, ด้านความไว้วางใจและความพอใจต่อการบริการผ่านอินเทอร์เน็ต ยกเว้น ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นถึงกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการยังคงเห็นประโยชน์ของการทำธุรกรรม แต่ยังไม่เห็นปัจจัยอื่นๆ จึงเป็นแนวทางพัฒนาผู้ที่ไม่ใช้บริการให้กลับมาใช้บริการใหม่ 3.) ปัจจัยที่มีผลสำหรับผู้ที่ไม่เคยใช้บริการกับกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการแล้ว ไม่มีความแตกต่างกันด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์



ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารจะเป็นที่ไว้วางใจ เป็นระบบที่มีความน่าเชื่อถือ และเพื่อเป็นแนวทางในการรักษาลูกค้า และพัฒนาลูกค้าที่ไม่ใช่ให้หันมาใช้บริการ และผู้ที่เลิกใช้ให้กลับมาใช้บริการอีก

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการและผู้ที่ไม่เลิกใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีจำนวนมากกว่าผู้ที่ยังใช้บริการอยู่ โดยมีเหตุผลหลักคือ ไม่มั่นใจในความปลอดภัยและเห็นว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตยังไม่จำเป็นต่อวิถีชีวิต ดังนั้นธนาคารพาณิชย์จึงควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบการรักษาความปลอดภัยให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เก็บข้อมูลของลูกค้าให้เป็นความลับ มีการรับประกันและชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้ใช้บริการ ในกรณีที่มีข้อมูลส่วนบุคคลถูกเผยแพร่หรือข้อมูลถูกโจรกรรม ธนาคารควรมีการนำเสนอข้อดีของการใช้บริการธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต และจัดทำโปรโมชั่นเกี่ยวกับการทำธุรกรรม เช่น ฟรีค่าธรรมเนียมในการสมัครใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดผู้ใช้ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีและสร้างความพอใจต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- ประสพชัย พสุนนท์ . (2553). การวิจัยตลาด1 . นครปฐม : เพชรเกษมพรินติ้ง .
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2550). พรหมว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์. [ออนไลน์].เข้าถึงเมื่อ 10 สิงหาคม 2556, เข้าถึงได้จาก http://www.mict.go.th/more_news.php?cid=47
- สำนักงานเขตบางกอกน้อย.(2556). จำนวนประชากรในเขตบางกอกน้อย.[ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 15 กันยายน 2556 เข้าถึงได้จาก http://bangkoknoidist.blogspot.com/2010/06/blog-popt_17.html
- FariborzRahimnia&JalehFarzanehHassanzadeh.(2013). “ The impact of website content dimension and e-trust on e-marketing effectiveness: The case of Iranian commercial saffron corporations”Faculty of Economics and Administrative Sciences, Ferdowsi University of Mashhad, Iran University of Sistan and Balouchestan, Iran



PrashantPalvia.(2009). “ The role of trust in e-commerce relational exchange: A unified model” Information Systems and Operations Management, Bryan School of Business and Economics, The University of North Carolina at Greensboro