



ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

THE MARKETING MIX FACTORS OF THE SERVICE BUSINESS THAT AFFECT THE
DECISION MAKING PROCESS IN USING QR CODE PAYMENT VIA MYMO PAY OF THE
GOVERNMENT SAVINGS BANK (GSB), PHUNPHIN BRANCH, SURAT THANI

กษรณัฏ ใจเพชร¹ และ สิรินันท์ วงศ์อินทวงษ์²

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, sblue7614@gmail.com

² หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, Siwo191@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของการชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เลือกประชากรจากลูกค้าที่สมัคร MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 1,122 คน ซึ่งคำนวณตามวิธีของ ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้จำนวน 295 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ Independent Sample t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) รวมทั้งวิเคราะห์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของการชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ การศึกษากระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน คือ การตัดสินใจใช้บริการกับการประเมินหลังการซื้อ รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การค้นหาข้อมูลจากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วน



ประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขา
พุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด
ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความ
ต้องการในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุ
ราษฎร์ธานี ส่วนด้านราคามีความสัมพันธ์กับการค้นหาข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน
MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับด้านการส่งเสริม
การตลาดความสัมพันธ์กับการประเมินหลังการซื้อในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay
ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ, กระบวนการตัดสินใจ, ชำระสินค้าด้วย QR Code, MyMo Pay,
ธนาคารออมสิน

ABSTRACT

A study of the marketing mix factors of the service business that affect the decision making process in using QR Code payment via MyMo Pay of the Government Savings Bank (GSB), Phunphin Branch, Surat Thani aims to 1) study the marketing mix of QR code payment via MyMo Pay; 2) study the decision making process of using QR Code payment via MyMo Pay; 3) analyze the relationship between personal factors and the decision making process of using QR Code payment via MyMo Pay; and 4) analyze the relationship between marketing mix factors and the decision making process of using QR Code payment via MyMo Pay of the customers of the GSB, Phunphin Branch, Surat Thani province.

The population of this study is 1,122 MyMo Pay subscribers of the GSB, Phunphin Branch, Surat Thani Province. The total sample size of 295 was determined using the Yamane formula. The research data were collected by means of questionnaires. The obtained data were calculated for percentage and mean of the customers' personal factors and for mean and standard deviation of the marketing mix and decision making process of using QR Code payment via MyMo Pay. An analysis of the relationship between customers' personal factors and their decision making process of making QR Code payment via MyMo Pay were performed using an independent sample t-test and one-way ANOVA. The relationship between marketing mix and the decision making process of using QR code payment via MyMo Pay was analyzed using Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

Results of the study are as follows.

All factors of the marketing mix of QR Code payment via MyMo Pay of GSB were rated at a high level. The highest three factors were process of serving, distribution channel and its physical aspect, respectively. The overall decision making process of using QR Code payment via MyMo Pay was at a high level. The highest two were decision to use the service and post-purchase evaluation, followed by choices evaluation; while the search query had the least average score.



An analysis of relationships between the services marketing mix and decision making process of using QR Code payment via MyMo Pay revealed that the marketing mix factors of products, pricing, marketing promotion, service personnel, service process and physical characteristics of the product had a significant correlation with the perception of demand in the decision making process. The marketing mix of price was related to search query; and finally, sales channel was related to marketing promotion and post-purchase evaluation in the process of decision making in using QR Code payment via MyMo Pay of the GSB, Phunphin Branch, Surat Thani province.

Keywords: The Services Marketing Mix Affecting Decision Making Process, Using QR Code Payment via MyMo Pay, The Government Savings Bank

1. บทนำ

ปัจจุบันการพัฒนาด้านเทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้นและเศรษฐกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นความซับซ้อนของระบบการชำระเงินเพิ่มความสำคัญและได้รับการพัฒนาให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจสถาบันการเงิน และประชาชน เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารได้ถูกนำมาใช้ในการเงินและการธนาคารเพิ่มขึ้น ธนาคารจึงได้พัฒนาวิธีการชำระเงินจากระบบตราสารมาสู่ระบบการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้รับการพัฒนาในเชิงพาณิชย์มากขึ้น ก่อให้เกิดรูปแบบใหม่ของการพาณิชย์ที่เรียกว่า การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจ ที่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาสินค้า และการโอนเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ในกระบวนการธุรกรรมการพาณิชย์ทางอิเล็กทรอนิกส์ปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกรรมมีความสมบูรณ์ได้คือ ระบบการชำระเงิน

การบริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยลดค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการดำเนินการ อีกทั้งยังมีความสะดวกรวดเร็วและมีความปลอดภัย โดยเฉพาะอุปกรณ์สมาร์ตโฟน เนื่องจากสามารถใช้งานได้ทุกสถานที่ทุกเวลา มีความเป็นส่วนตัว สถาบันทางการเงินควรสนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชนหันมาใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น

ธนาคารออมสินก็เป็นอีกสถาบันทางการเงินอีกแห่งหนึ่งที่เริ่มนำการให้บริการชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ใหม่มาปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และได้มีการขยายอย่างต่อเนื่องในด้านระบบการบริการลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับความสะดวก อีกทั้งยังมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยธนาคารออมสินได้มีการสร้างแอปพลิเคชันใหม่ที่เรียกว่า MyMo Pay โดยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับงาน รวมถึงการดูแลระบบสารสนเทศเพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของธนาคารออมสินเองอีกด้วย โดยในปัจจุบันจะพบว่าอัตราความก้าวหน้าของการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนจะมีอัตราสูง และเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในยุคปัจจุบัน

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ยังไม่มีการศึกษาที่แน่ชัดถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน ดังนั้นเพื่อเป็นการหาแนวทางสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการและตรงตามวัตถุประสงค์คุณภาพของธนาคารออมสิน จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code



ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อที่จะสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานของธนาคารออมสินในการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อให้การธุรกรรมหรือการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาดำเนินงานบริการในการชำระเงินค่าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน เพื่อสร้างความพึงพอใจ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของการชำระเงินค่าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2) เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจชำระเงินค่าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระเงินค่าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระเงินค่าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. การดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่สมัคร MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวนทั้งสิ้น 1,122 คน โดยคำนวณจากสูตรยามานะ (Yamane, 1973 อ้างถึงใน บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2540) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 295 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็นประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) “มากที่สุด” ถึง “น้อยที่สุด” ตามรูปแบบของลิเคอร์ท (Likert's Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น. 103) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
มาก	หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
ปานกลาง	หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
น้อย	หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย



น้อยที่สุด หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด
เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับความสำคัญมากที่สุด	ให้	5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก	ให้	4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง	ให้	3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย	ให้	2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

แล้วนำมาแปลผล แบ่งคะแนนเป็นช่วงๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.67 – 5.00 หมายความว่า ความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.34 – 3.66 หมายความว่า ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 2.33 หมายความว่า ความสำคัญอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 เป็นแบบวัดกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ การประเมินหลังการซื้อ เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) “มากที่สุด” ถึง “น้อยที่สุด” ตามรูปแบบของลิเคิร์ต (Likert’s Scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น. 103) ซึ่งจะมีให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
มาก	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมาก
ปานกลาง	หมายถึง ระดับการตัดสินใจปานกลาง
น้อย	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

การตัดสินใจมากที่สุด	ให้	5 คะแนน
การตัดสินใจมาก	ให้	4 คะแนน
การตัดสินใจปานกลาง	ให้	3 คะแนน
การตัดสินใจน้อย	ให้	2 คะแนน
การตัดสินใจน้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

แล้วนำมาแปลผล แบ่งคะแนนเป็นช่วงๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.67 – 5.00 หมายความว่า การตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.34 – 3.66 หมายความว่า การตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay อยู่ในระดับปานกลาง



ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 2.33 หมายความว่า การตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR
Code ผ่าน MyMo Pay
อยู่ในระดับน้อย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 295 ชุด จากลูกค้าที่สมัคร MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความครบถ้วน และถูกต้องสมบูรณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น เอกสารงานวิจัย บทความ ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ นำมาหาค่าค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) วิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี นำมาหาค่าค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ Independent Sample t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

4. ผลการวิจัย

ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
- หญิง	218	73.9
อายุ		
- อายุ 31 – 40 ปี	95	32.2
ระดับการศึกษา		
- ต่ำกว่า/เทียบเท่าประถมศึกษา	154	52.2
อาชีพ		
- ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	187	63.4



ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
- ไม่เกิน 15,000 บาท	155	52.510.2

จากตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73.9 มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 32.2 จบการศึกษาระดับต่ำกว่าหรือเทียบเท่าประถมศึกษา ร้อยละ 52.2 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 63.4 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 52.5

ตารางที่ 2 คะแนน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.70	0.746	มาก
2. ด้านราคา	3.64	0.834	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.84	0.586	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.66	0.847	ปานกลาง
5. ด้านพนักงานบริการ	3.68	0.888	มาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.00	0.655	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.43	0.496	ปานกลาง
รวม	3.71	0.722	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.43

ตารางที่ 3 คะแนน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม

กระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay	\bar{X}	S.D.	ระดับการ ตัดสินใจ
1. การรับรู้ความต้องการ	4.23	0.549	มาก
2. การค้นหาข้อมูล	4.06	0.327	มาก
3. การประเมินทางเลือก	4.24	0.762	มาก
4. การตัดสินใจใช้บริการ	4.26	0.762	มาก
5. การประเมินหลังการซื้อ	4.26	0.728	มาก
รวม	4.21	0.625	มาก



จากตารางที่ 3 ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม พบว่า กระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การตัดสินใจใช้บริการกับการประเมินหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เท่ากัน รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ย 4.24 ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การค้นหาข้อมูล มีค่าเฉลี่ย 4.06

ตารางที่ 4 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปร	n	\bar{X}	S.D.	t/F	เปรียบเทียบรายคู่
เพศ				t = -1.237	
- ชาย	77	4.19	0.195		
- หญิง	218	4.22	0.222		
อายุ				F = 0.838	
- อายุไม่เกิน 20 ปี	16	4.23	0.178		
- อายุ 21 – 30 ปี	86	4.23	0.220		
- อายุ 31 – 40 ปี	95	4.18	0.223		
- อายุ 41 – 50 ปี	85	4.23	0.205		
- อายุ 51 ปีขึ้นไป	13	4.19	0.201		
ระดับการศึกษา				F = 0.401	
- ต่ำกว่า/เทียบเท่าประถมศึกษา	154	4.22	0.209		
- มัธยมศึกษา/ปวช.	116	4.20	0.203		
- อนุปริญญา/ปวส.	11	4.21	0.245		
- ปริญญาตรี	14	4.26	0.327		
อาชีพ				F = 1.532	
- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	4.32	0.217		
- รับจ้างอิสระ/ลูกจ้าง	13	4.17	0.228		
- พนักงานบริษัท	78	4.19	0.214		
- ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	187	4.22	0.213		
- นักเรียน/นักศึกษา	3	4.12	0.105		
รายได้ครัวเรือนต่อเดือน				F = 0.360	
- ไม่เกิน 15,000 บาท	155	4.22	0.214		
- 15,001 – 25,000 บาท	58	4.21	0.199		
- 25,001 – 35,000 บาท	52	4.19	0.206		
- 35,001 บาทขึ้นไป	30	4.21	0.259		

* p < 0.05



จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีรายละเอียด ดังนี้

เพศ ลูกค้ำที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพศหญิง มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน มากกว่าเพศชาย อย่างไรก็ตามความแตกต่างนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 21 – 30 ปี และอายุ 41 – 50 ปี มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินมากที่สุดเท่ากัน รองลงมา คือ อายุ 51 ปีขึ้นไป ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามความแตกต่างนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ระดับการศึกษา ลูกค้ำที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินมากที่สุด รองลงมา คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่า/เทียบเท่าประถมศึกษา ในขณะที่ลูกค้ำที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามความแตกต่างนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินมากที่สุด รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามความแตกต่างนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ต่อเดือน ลูกค้ำที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินมากที่สุด รองลงมา คือ รายได้ 15,001 - 25,000 บาท กับ รายได้ 35,001 บาทขึ้นไป ในขณะที่ลูกค้ำที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีรายได้ 25,001 - 35,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสินน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามความแตกต่างนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การรับรู้ความต้องการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-0.121	0.038 *	ต่ำมาก
2. ด้านราคา	-0.183	0.002 **	ต่ำมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.057	0.330	ต่ำมาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.119	0.041 *	ต่ำมาก



ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
5. ด้านพนักงานบริการ	-0.155	0.008**	ต่ำมาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.147	0.011*	ต่ำมาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.358	0.000***	ต่ำ

*** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการรับรู้ความต้องการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับต่ำมาก กับการรับรู้ความต้องการ ในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านราคา และด้านพนักงานบริการ มีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับต่ำมาก กับการรับรู้ความต้องการ ในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับต่ำ กับการรับรู้ความต้องการ ในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความต้องการในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การค้นหาข้อมูล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-0.107	0.067	ต่ำมาก
2. ด้านราคา	-0.134*	0.021	ต่ำมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.031	0.595	ต่ำมาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.044	0.446	ต่ำมาก
5. ด้านพนักงานบริการ	-0.088	0.131	ต่ำมาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	-0.051	0.378	ต่ำมาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.066	0.257	ต่ำมาก

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการค้นหาข้อมูล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์เชิงลบในระดับต่ำมากกับการค้นหาข้อมูลใน



กระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับการค้นหาข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การประเมินทางเลือก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-0.008	0.895	ต่ำมาก
2. ด้านราคา	0.049	0.406	ต่ำมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.086	0.139	ต่ำมาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.058	0.321	ต่ำมาก
5. ด้านพนักงานบริการ	0.045	0.438	ต่ำมาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.021	0.722	ต่ำมาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.003	0.957	ต่ำมาก

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การประเมินทางเลือก พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับการประเมินทางเลือกในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 8 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การตัดสินใจใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-0.020	0.727	ต่ำมาก
2. ด้านราคา	-0.026	0.659	ต่ำมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.041	0.489	ต่ำมาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.015	0.796	ต่ำมาก
5. ด้านพนักงานบริการ	-0.014	0.809	ต่ำมาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.040	0.495	ต่ำมาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.040	0.491	ต่ำมาก



จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การตัดสินใจใช้บริการ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การประเมินหลังการซื้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.097	0.098	ต่ำมาก
2. ด้านราคา	-0.012	0.839	ต่ำมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.160 **	0.006	ต่ำมาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.136 *	0.020	ต่ำมาก
5. ด้านพนักงานบริการ	0.062	0.291	ต่ำมาก
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.038	0.519	ต่ำมาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.010	0.859	ต่ำมาก

** p < 0.01, * p < 0.05

จากตาราง ที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การประเมินหลังการซื้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับการประเมินหลังการซื้อในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำมากกับการประเมินหลังการซื้อในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งความสัมพันธ์นี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการประเมินหลังการซื้อในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

5. การอภิปรายผล

1) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของการชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้าน อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ



2) ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขา พุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า กระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การตัดสินใจใช้บริการกับการประเมินหลังการซื้อ รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การค้นหาข้อมูล ทั้งนี้เพราะกระบวนการขั้นตอนของการการตัดสินใจซื้อ เกิดขึ้นภายหลังจากผู้บริโภคได้ประเมินคุณค่าของบริการแล้วผู้บริโภคจึงจะทำการเลือกใช้บริการที่คุ้มค่า และตรงกับความต้องการมากที่สุด ซึ่งการตัดสินใจในการใช้ซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ผู้บริโภคพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อไม่ว่าจะเป็นตราสินค้า ผู้ขาย ปริมาณ ช่วงเวลา และระบบการชำระค่าสินค้า อีกด้วย ภายหลังจากผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าพร้อมบริการไปและได้บริโภคผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการเหล่านั้นแล้ว นักการตลาดต้องทราบให้ได้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เนื่องจากหากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการก็จะตัดสินใจซื้อซ้ำอีก (Philip Kotler & Kevin Keller, 2006: 181-189)

3) ผลการศึกษาระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของลูกค้าที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ไม่มีผลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทริกา ปัญญาดี (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ที่มีอายุ อาชีพ ยี่ห้อม ระบบการชำระเงิน ความถี่ในการใช้แตกต่างกันมีการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่แตกต่างกัน และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของฤทัยภัทร ท้าวอง (2557) ได้ทำการศึกษา การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสินขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในขั้นการรับรู้ปัญหา ขั้นการค้นหาข้อมูล ขั้นการประเมินทางเลือก ขั้นการตัดสินใจใช้บริการ และขั้นการประเมินหลังการซื้อของลูกค้าธนาคารออมสินขึ้นอยู่กับอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในขั้นการรับรู้ปัญหา ขั้นการประเมินทางเลือก ขั้นการตัดสินใจใช้บริการ และขั้นการประเมินหลังการซื้อของลูกค้าธนาคารออมสินขึ้นอยู่กับเพศ

4) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความต้องการในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้ความต้องการ เป็นกระบวนการซื้อเริ่มขึ้น เมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงความต้องการ โดยความต้องการนั้นอาจเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้น 2 สิ่ง ได้แก่ สิ่งกระตุ้นจากภายในตัวของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานต่างๆ แต่ในส่วนของสิ่งกระตุ้นภายนอกนั้น จะเกิดขึ้นจากการได้รับการกระตุ้นจากสภาวะภายนอกรอบๆ ตัวที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่นอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เช่น การเห็นการดูโฆษณาทั้งทางโทรทัศน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น (Philip Kotler & Kevin Keller, 2006: 181-189) ส่วนด้านราคามีความสัมพันธ์กับการค้นหาข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจชำระ



สินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับด้านการส่งเสริมการตลาดความสัมพันธ์กับการประเมินหลังการซื้อในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธีราทร ภูเขียว (2555) ได้ทำการศึกษากระบวนการการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบริโภคนิยมมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน ของผู้บริโภค โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ตโฟน

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

1) ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า กระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การตัดสินใจใช้บริการกับการประเมินหลังการซื้อ รองลงมา คือ การประเมินทางเลือก ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การค้นหาข้อมูล ทั้งนี้เพราะกระบวนการขั้นตอนของการการตัดสินใจซื้อ เกิดขึ้นหลังจากผู้บริโภคได้ประเมินคุณค่าของบริการแล้วผู้บริโภคจึงจะทำการเลือกใช้บริการที่คุ้มค่า และตรงกับความต้องการมากที่สุด ซึ่งการตัดสินใจในการใช้ซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ผู้บริโภคพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อไม่ว่าจะเป็นตราสินค้า ผู้ขาย ปริมาณ ช่วงเวลา และระบบการชำระค่าสินค้า อีกด้วย ภายหลังจากผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าพร้อมบริการไปและได้บริโภคผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการเหล่านั้นแล้ว นักการตลาดต้องทราบให้ได้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ เนื่องจากหากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการก็จะตัดสินใจซื้อซ้ำอีก (Philip Kotler & Kevin Keller, 2006: 181-189)

2) ผลการศึกษาระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของลูกค้าที่ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ไม่มีผลกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพูนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทริภา ปัญญาดี (2554) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อุปกรณ์สมาร์ตโฟนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ที่มีอายุ อาชีพ ยี่ห้อม ระบบการชำระเงิน ความถี่ในการใช้แตกต่างกันมีการใช้อุปกรณ์แตกต่างกัน และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของฤทัยภัทร ท้าวอง (2557) ได้ทำการศึกษา การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสินขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในขั้นการรับรู้ปัญหา ขั้นการค้นหาข้อมูล ขั้นการประเมินทางเลือก ขั้นการตัดสินใจใช้บริการ และขั้นการประเมินหลังการซื้อของลูกค้าธนาคารออมสินขึ้นอยู่กับอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนในขั้นการรับรู้ปัญหา ขั้นการประเมินทางเลือก ขั้นการตัดสินใจใช้บริการ และขั้นการประเมินหลังการซื้อของลูกค้าธนาคารออมสินขึ้นอยู่กับเพศ



3) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความต้องการในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้เนื่องจากการรับรู้ความต้องการ เป็นกระบวนการซื้อเริ่มขึ้น เมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงความต้องการ โดยความต้องการนั้นอาจเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้น 2 สิ่ง ได้แก่ สิ่งกระตุ้นจากภายในตัวของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานต่างๆ แต่ในส่วนของสิ่งกระตุ้นภายนอกนั้น จะเกิดขึ้นจากการได้รับการกระตุ้นจากสภาวะภายนอกรอบๆ ตัวที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่นอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เช่น การเห็นการดูโฆษณาทั้งทางโทรทัศน์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น (Philip Kotler & Kevin Keller, 2006: 181-189) ส่วนด้านราคามีความสัมพันธ์กับการค้นหาข้อมูลในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับการส่งเสริมการตลาดความสัมพันธ์กับการประเมินหลังการซื้อในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธีรพร ภูเขียว (2555) ได้ทำการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านบริโภคนิยมมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน ของผู้บริโภค โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของกระบวนการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟน

ข้อเสนอแนะ

1) ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าที่ตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากสามารถใช้งานได้ในทุกที่ทุกเวลา มีความปลอดภัย ใ้บริการ อีกทั้งยังมีความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่ายอีกด้วยดังนั้นทางธนาคารออมสิน ควรมีการพัฒนาระบบชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ให้มีรูปแบบการใช้งานที่มีความหลากหลาย สามารถใช้งานได้ง่าย เหมาะสำหรับลูกค้าทุกกลุ่มวัย และระบบชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ต้องสามารถใช้งานกับร้านค้า ห้างสรรพสินค้าได้อย่างทั่วถึงและครอบคลุม สามารถตอบสนองพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าให้มากที่สุดอีกด้วย

2) การศึกษาในครั้งนี้ ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำเชิงลบกับการรับรู้ความต้องการในกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้น ธนาคาร ออมสิน ควรพัฒนาระบบการชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ให้มีกฎระเบียบ ข้อบังคับที่รัดกุม เพียงพอ โดยที่สามารถคุ้มครองผู้ใช้งานผ่านอุปกรณ์สมาร์ทโฟนในระดับสูง เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ และสามารถตรวจสอบการใช้งานของระบบได้ทันทางที่เมื่อต้องการ

3) จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า กระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นธนาคารออมสินควรควรมีการพัฒนาด้านโครงสร้างอุปกรณ์ ด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน และพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ให้มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน อีกทั้งธนาคารออมสินเองยังต้องสร้างความเชื่อมั่นในการใช้ระบบการ



ชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay โดยตัวระบบต้องมีการป้องกันข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า และมีกฎระเบียบสามารถคุ้มครองผู้ใช้บริการให้มีความมั่นคงปลอดภัยมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการกับกระบวนการตัดสินใจชำระสินค้าด้วย QR Code ผ่าน MyMo Pay ธนาการอมสิน สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความเอาใจใส่และให้คำปรึกษาในกระบวนการวิจัยอย่างสม่ำเสมอ และความกรุณาจาก ดร.สิริพันธ์ วงศ์อินทวัง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำเป็นอย่างดีตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ. (2540). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สามเจริญพานิช.

จินดา เชื้อนพันธ์. (2553). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการเครดิตของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่*.
ม.ป.ท.: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ทาริกา ปัญญาดี. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ธีราทร ภูเขียว. (2555). *กระบวนการการตัดสินใจซื้อสมาร์ทโฟนของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร*. ผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง).

ฤทัยภัทร ท้าวอง. (2557). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟนของลูกค้าธนาคาร
อมสิน ในเขตลำปาง 1*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเนชั่น).

Philip Kotler และ Kevin Keller. (2006). *Marketing Management* (12th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.