

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าธนาคารกรุงไทย 3 สาขาจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ สรุปผลการวิเคราะห์ได้ 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อโฆษณาธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ทักษะต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

แบบสอบถามส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics)

แบบสอบถามส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อโฆษณาธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ โดยรวมมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ โดยรวมของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับทักษะต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	98	24.50
หญิง	302	75.50
รวม	400	100.00
สถานภาพ		
โสด	306	76.50
สมรส/อยู่ด้วยกัน	87	21.80
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	7	1.80
รวม	400	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า/ปวช. หรือต่ำกว่า	11	2.80
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส.	23	5.80
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	300	75.50
สูงกว่าปริญญาตรี	66	16.60
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	32	8.00
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	42	10.50
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	159	39.80
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	167	41.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงถึงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านเพศ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 และเป็นเพศหญิง จำนวน 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50

ด้านสถานภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 76.50 รองลงมา มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 และมีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า/ปวส. จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า/ปวช.หรือต่ำกว่า จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ด้านอาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของอายุเท่ากับ 28 ปี ($\bar{x} = 28.68$, $SD = 7.24$) มีค่าเฉลี่ยของรายได้ต่อเดือนเท่ากับ 22,760 บาท ($\bar{x} = 22760.66$, $SD = 19305.47$) และกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของการเป็นลูกค้านาคูการกรุงไทยเท่ากับ 6 ปี ($\bar{x} = 6.57$, $SD = 6.45$)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์แต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่าง (n = 400)

ประเภทสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
1.) สื่อแผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochures)		
เปิดรับ	286	71.50
ไม่เปิดรับ	114	28.50
2.) สื่อโฆษณาป้ายบิลบอร์ด (Billboards)		
เปิดรับ	274	68.50
ไม่เปิดรับ	126	31.50
3.) สื่อโฆษณาหน้าจอเอทีเอ็ม (ATM covered advertisings)		
เปิดรับ	318	79.50
ไม่เปิดรับ	82	20.50
4.) สื่อโฆษณาโทรทัศน์ (Television commercials)		
เปิดรับ	347	86.80
ไม่เปิดรับ	53	13.20
การเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต		
ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม ($\bar{x} = 0.77$, $SD = 0.29$)	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์แต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีค่าเฉลี่ยการเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมเท่ากับ 0.77 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเปิดรับสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมเท่ากับ 0.29 ผลการวิเคราะห์พบว่า

1 สื่อแผ่นพับสำหรับโฆษณา (Brochures) มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50

2. สื่อโฆษณาป้ายบิลบอร์ด (Billboards) มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50

3. สื่อโฆษณาหน้าจอเอทีเอ็ม (ATM covered advertisings) มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับจำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50

4. สื่อโฆษณาโทรทัศน์ (Television commercials) มีกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับจำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.80 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 400)

ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	กลุ่มตัวอย่างที่ตอบถูก		
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ประเภทเน็ตแบงก์			
1. ความรู้เกี่ยวกับโลโก้ของบริการ KTB netbank	400	100.00	1
2. ความรู้เกี่ยวกับฟรีเซิร์ฟเวอร์ของบริการ KTB netbank	69	17.30	13
3. ความรู้เกี่ยวกับสโลแกนของบริการ KTB netbank	302	75.50	7
4. ความรู้เกี่ยวกับความหมายของบริการ KTB netbank	382	95.50	3
5. ความรู้เกี่ยวกับช่องทางการทำธุรกรรมของบริการ KTB netbank	381	95.30	4
6. ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการทำรายการ อายุัดเช็ค	294	73.50	9
7. ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการทำธุรกรรมผ่าน ทางเคอร์เตอร์สาขาของธนาคาร	73	18.20	12
8. ความรู้เกี่ยวกับช่วงเวลาในการใช้บริการ KTB netbank	30	7.50	15
9. ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการโอนเงินโดยใช้ เบอร์โทรศัพท์มือถือแทนเลขบัญชีของเจ้าของบัญชี	389	97.30	2
10. ความรู้เกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยของบริการ KTB netbank	304	76.00	6

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	กลุ่มตัวอย่างที่ตอบถูก		
	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
11. ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการทำธุรกรรม ผ่านทาง VDO call	300	75.00	8
12. ความรู้เกี่ยวกับการสมัครใช้บริการ KTB netbank	113	28.20	10
13. ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการทำธุรกรรม ทางการเงินในต่างประเทศ	57	14.20	14
14. ความรู้เกี่ยวกับบัญชีที่สามารถใช้บริการ KTB netbank	85	21.20	11
15. ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการทำรายการ เกี่ยวกับกองทุนได้	333	83.30	5
ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์เฉลี่ยโดยรวม	$\bar{x} = 2.96$ SD = 1.07		

จากตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่าเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมเท่ากับ 2.96 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมเท่ากับ 1.07 ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความรู้เกี่ยวกับโลโก้ของบริการ KTB netbank มีจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 อันดับที่ 2 คือ ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการโอนเงินโดยใช้เบอร์โทรศัพท์มือถือแทนเลขบัญชีของเจ้าของบัญชี มีจำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.30 และอันดับที่ 3 คือ ความรู้เกี่ยวกับความหมายของบริการ KTB netbank มีจำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50

ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความรู้เกี่ยวกับช่วงเวลาในการใช้บริการ KTB netbank มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 อันดับที่ 2 คือ ความรู้เกี่ยวกับบริการ KTB netbank ในด้านการทำธุรกรรมทางการเงินในต่างประเทศ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 และอันดับที่ 3 คือ ความรู้เกี่ยวกับฟีเจอร์ของบริการ KTB netbank มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30

ส่วนที่ 4 ทศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต
ประเภทเน็ตแบงก์ (n = 400)

ทศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	แปลผล
1. การทำธุรกรรมการเงินผ่านธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์มีความปลอดภัย น่าเชื่อถือ	2.89	1.27	16	ปาน กลาง
2. การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคารทาง อินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มีมาตรฐานความ ปลอดภัยมากกว่าการเข้าไปทำธุรกรรมในสาขา ของธนาคาร	2.56	1.28	24	น้อย
3. ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มีความทันสมัย	3.22	1.26	4	ปาน กลาง
4. ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์สอดคล้องกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตของท่าน	3.13	1.19	9	ปาน กลาง
5. ท่านคิดว่าการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มีความ สะดวกสบายมากขึ้น	3.30	1.23	3	ปาน กลาง
6. ท่านคิดว่า การเข้าไปทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ทำให้ ท่านประหยัดเวลามากขึ้น	3.40	1.21	1	ปาน กลาง
7. ท่านคิดว่า การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มี บริการหลากหลายรูปแบบทำให้สอดคล้องกับ ความต้องการของท่าน	3.17	1.20	5	ปาน กลาง
8. การทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคารทาง อินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์นี้ง่าย มีคำอธิบาย ขั้นตอนชัดเจน	2.79	1.32	18	ปาน กลาง

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	แปลผล
9. ท่านชอบที่จะทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์เพราะมีการให้อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าเงินฝากปกติ	2.65	1.39	23	ปานกลาง
10. การสมัครทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์นั้นสะดวกสบายเพราะสามารถสมัครใช้บริการได้ทั้งที่สาขาของธนาคาร ตู้ ATM ของธนาคารและ เว็บไซต์ KTB netbank	3.08	1.22	11	ปานกลาง
11. ท่านสามารถดูรายละเอียดบัญชีเช็ค อายัดเช็คและเรียกดูสถานะเช็คได้อย่างง่ายดายผ่านการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ KTB netbank	2.78	1.36	20	ปานกลาง
12. ท่านสามารถติดต่อพนักงาน net officer ผ่านระบบ VDO Call ได้อย่างสะดวก โดยไม่ต้องเดินทางมาติดต่อพนักงานที่สาขาของธนาคาร	2.78	1.44	19	ปานกลาง
13. การโอนเงินผ่านระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ปลอดภัยเพราะมีบริการ Transfer Code และ Secret Code (การจับคู่รหัสเพื่อโอนเงินโอน)	2.97	1.31	15	ปานกลาง
14. ระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์อนุญาตให้ท่านทำธุรกรรมเกี่ยวกับกองทุนได้ด้วยตัวเอง	2.87	1.36	17	ปานกลาง
15. ระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์อนุญาตให้ท่านสามารถขออนุมัติสินเชื่อเบื้องต้นได้	2.47	1.49	25	น้อย
16. ระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์อนุญาตให้ท่านสามารถสั่งซื้อธนบัตรต่างประเทศได้	2.41	1.52	26	น้อย

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	แปลผล
17. ระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์อนุญาตให้ท่านสามารถชำระค่าสินค้าและบริการได้	3.13	1.38	8	ปานกลาง
18. ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีช่วยให้ท่านประหยัดค่าใช้จ่าย	3.04	1.33	13	ปานกลาง
19. ท่านสามารถใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ผ่านทางสมาร์ทโฟน (Smart phone), แท็บเล็ต (Tablet PC) หรือคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกสบาย	3.30	1.35	2	ปานกลาง
20. ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์แสดงรายการข้อมูลบัญชีทางการเงินของท่านได้ถูกต้องแม่นยำทุกครั้ง	3.07	1.33	12	ปานกลาง
21. ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มีบริการ Receive with mobile หรือ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ ที่ทำให้ท่านสามารถโอนเงินไปยังบุคคลอื่นผ่านเบอร์มือถือ โดยผู้รับไม่จำเป็นต้องมีเลขที่บัญชีธนาคารได้อย่างสะดวก	2.73	1.44	22	ปานกลาง
22. ท่านคิดว่าอัตราค่าธรรมเนียมธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มีความเหมาะสม	2.74	1.37	21	ปานกลาง
23. ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ทำให้ท่านรู้สึกเหมือนมีธนาคารคอยให้บริการแบบส่วนตัว	3.16	1.29	6	ปานกลาง

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	แปลผล
24. ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ ทำให้ท่านเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการทำ ธุรกรรมทางการเงินอย่างง่ายดาย	3.09	1.31	10	ปาน กลาง
25. ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ ทำให้ท่านใช้บริการของธนาคารกรุงไทยมาก ขึ้น	3.03	1.31	14	ปาน กลาง
26. ท่านพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มากกว่าการ ไปใช้บริการที่สาขาธนาคารด้วยตนเอง	3.15	1.30	7	ปาน กลาง
ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม	2.96	1.07		ปานกลาง

จากตารางที่ 5 แสดงถึงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ที่มีค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทัศนคติด้านการเข้าไปทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ทำให้ประหยัดเวลามากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.21 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 2 คือทัศนคติด้านความสามารถในการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ผ่านทางสมาร์ทโฟน (Smart phone), แท็บเล็ต (Tablet PC) หรือคอมพิวเตอร์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกสบาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.35 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับที่ 3 คือทัศนคติด้านการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มีความสะดวกสบายมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.23 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ทัศนคติด้านระบบธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์อนุญาตให้ท่านสามารถสั่งซื้อธนบัตรต่างประเทศได้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.52 อยู่ในระดับน้อย

สำหรับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์
 ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 400)

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	222	55.50
ไม่ใช้บริการ	178	44.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 คน มีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 และมีพฤติกรรมที่ไม่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละความถี่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ ($n = 222$)

ความถี่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน	91	40.99
5 - 10 ครั้งต่อเดือน	78	35.14
10 - 15 ครั้งต่อเดือน	38	17.12
มากกว่า 15 ครั้งต่อเดือน	15	6.75
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละความถี่ของกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ ผลการวิเคราะห์พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์จำนวน 222 คน มีความถี่ของผู้ใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือนจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 40.99 ใช้บริการ 5 - 10 ครั้งต่อเดือนจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 35.14 ใช้บริการ 10 - 15 ครั้งต่อเดือนจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 17.12 และใช้บริการมากกว่า 15 ครั้งต่อเดือนจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละประเภทของการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 222)

ประเภทของการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
โอนเงิน	183	82.43
เช็คยอดเงิน/ดูรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี	176	79.28
ชำระค่าสินค้า/บริการ	138	62.16
ฝากเงิน	48	21.62
ถอนเงิน	42	18.92
ชำระเงินกู้	34	15.32
เปิดบัญชี	30	13.51
ทำรายการซื้อ/ขายเกี่ยวกับกองทุน	30	13.51
บริการ Talk to net officer	13	5.86
สั่งซื้อธนบัตรต่างประเทศ	9	4.05
ทำรายการเช็ค	9	4.05

จากตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละประเภทของการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 222 คน เลือกประเภทของการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มากที่สุด 3 อันดับแรกคือ โอนเงินมีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 82.43 อันดับที่ 2 คือ เช็คยอดเงิน/ดูรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีมีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 79.28 และอันดับที่ 3 คือ ชำระค่าสินค้า/บริการ มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของช่องทางการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 222)

ช่องทางของการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
โทรศัพท์มือถือ (Smartphone)	139	62.61
เครื่องคอมพิวเตอร์ (PC/Computer)	59	26.58
แท็บเล็ต/ไอแพด (Tablet/Ipad)	24	10.81
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของช่องทางการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 222 คน เลือกช่องทางของการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์มากที่สุดคือ โทรศัพท์มือถือ (Smartphone) มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 62.61 อันดับที่ 2 คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ (PC/Computer) มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 26.58 และอันดับที่ 3 คือ แท็บเล็ต/ไอแพด (Tablet/Ipad) มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.81

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 222)

การให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการต่อไป	222	100.00
ไม่ใช้บริการต่อไป	0	0.00
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า หลังจากที่มีการใช้บริการธนาคารทาง

อินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 222 คน ทั้งหมดจะมีการใช้บริการต่อไป คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของสิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 222)

สิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	160	72.07
เจ้าหน้าที่ธนาคาร	33	14.86
สื่อประชาสัมพันธ์	15	6.76
ครอบครัว	8	3.60
เพื่อน	4	1.80
ฟรีเซนต์เตอร์	2	0.91
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 222 คน มีสิ่งที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ 3 อันดับแรกของกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวเองมีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 72.07 อันดับที่ 2 คือ เจ้าหน้าที่ธนาคาร มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.86 และอันดับที่ 3 คือ สื่อประชาสัมพันธ์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.76

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละการแนะนำให้ผู้เกี่ยวข้องใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ($n = 222$)

การแนะนำให้ผู้เกี่ยวข้องใช้บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	198	89.19
ไม่แนะนำ	24	10.81
รวม	222	100.00

จากตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละการแนะนำให้ผู้เกี่ยวข้องใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 222 คน จะมีการแนะนำให้ผู้เกี่ยวข้องใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 89.19 และจะไม่มีการแนะนำให้ผู้เกี่ยวข้องใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.81

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละความสนใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์เมื่อเห็นสื่อโฆษณาของกลุ่มตัวอย่าง ($n = 178$)

ความสนใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์เมื่อเห็นสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
สนใจใช้บริการ	96	53.93
ไม่สนใจใช้บริการ	82	46.07
รวม	178	100.00

จากตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละความสนใจที่จะเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์เมื่อเห็นสื่อโฆษณาของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 178 คน ที่ไม่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ เมื่อเห็นสื่อโฆษณาธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์แล้ว มีความสนใจที่จะใช้บริการจำนวน

96 คน คิดเป็นร้อยละ 53.93 และไม่มีความสนใจที่จะใช้บริการ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 46.07

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ต
แบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 96)

เหตุผลที่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
1. มีความสะดวกในการทำธุรกรรมการเงิน เนื่องจากใช้บริการได้ 24 ชม.	63	65.63
2. มั่นใจในความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทาง KTB netbank	45	46.88
3. ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ	37	38.54
4. มีบริการที่หลากหลายครบตามความต้องการ เช่น บริการเกี่ยวกับ เงินกู้ การซื้อขายกองทุนผ่านอินเทอร์เน็ต การจัดการด้านเช็ค การซื้อ ธนบัตรต่างประเทศทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	29	30.21
5. เมนูในการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตง่ายต่อการใช้งาน	27	28.13
6. สามารถหาข้อมูลคำแนะนำหรือตัวอย่างในการใช้บริการ KTB netbank ได้ง่าย	23	23.96

จากตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า จากกลุ่มตัวที่ไม่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 178 คน มีกลุ่มตัวอย่างที่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 96 คน โดยมีเหตุผลที่สนใจใช้บริการ 3 อันดับแรกคือ มีความสะดวกในการทำธุรกรรมการเงิน เนื่องจากใช้บริการได้ 24 ชม. จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 65.63 อันดับที่ 2 คือ มั่นใจในความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านทางธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 46.88 และ อันดับที่ 3 คือ ไม่เสียค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 38.54

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ไม่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 82)

เหตุผลที่ไม่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์	จำนวน	ร้อยละ
1. ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลการแนะนำบริการ	32	39.02
2. ผลกระทบที่ยังไม่ทันสมัย ขาดความน่าสนใจ	31	37.80
3. ไม่เข้าใจวิธีใช้บริการ	26	31.71
4. ขั้นตอนการสมัครยุ่งยาก และมีความล่าช้าในขั้นตอนการดำเนินการ	24	29.27
5. ไม่มั่นใจในความถูกต้องและแม่นยำในการให้บริการทำธุรกรรม การเงินผ่านทาง KTB netbank	24	29.27

จากตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ไม่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 178 คน มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ จำนวน 82 คน โดยมีเหตุผลที่ไม่สนใจใช้บริการ 3 อันดับแรกคือ ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลการแนะนำบริการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 39.02 อันดับที่ 2 คือ ผลกระทบที่ยังไม่ทันสมัย ขาดความน่าสนใจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 และอันดับที่ 3 คือ ไม่เข้าใจวิธีใช้บริการ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 31.71

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อโฆษณาธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมของกลุ่มค้ำธนาคารกรุงไทย จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 16 ผลความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณาธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ต
แบงก์โดยรวม และความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม
ของกลุ่มตัวอย่าง ($n = 400$)

การเปิดรับสื่อโฆษณาธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ต	ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ต
	ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม
ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม	r
	0.829

จากตารางที่ 16 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อโฆษณาธนาคารทาง
อินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม และความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ต
แบงก์โดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่าพบว่าการเปิดรับสื่อโฆษณาธนาคารทาง
อินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ
ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม

สมมติฐานที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมมี
ความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมของลูกค้า
ธนาคารกรุงไทย จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 17 ผลความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์
โดยรวมและทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมของ
กลุ่มตัวอย่าง ($n = 400$)

ความรู้เกี่ยวกับธนาคาร ทางอินเทอร์เน็ต	ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต
	ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม
ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม	r
	0.066

จากตารางที่ 17 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ต
ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมและทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์

โดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า ความรู้เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ของลูกค้าธนาคารกรุงไทย จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง
(n = 400)

		t-Test for Equality of Means					
	การใช้บริการ	จำนวน	$\bar{x}$	SD	T	d.f.	Sig.
ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม	ใช้บริการ	222	3.26	0.930	6.486	344.153	.000
	ไม่ใช้บริการ	178	2.58	1.113			

จากตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์ มีค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม ($\bar{x} = 3.26$) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้บริการ ($\bar{x} = 2.58$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต
ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ (n = 222)

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทัศนคติต่อบริการธนาคาร	ระหว่างกลุ่ม	10.945	3	3.648	4.419	0.005
ทางอินเทอร์เน็ต	ภายในกลุ่ม	180.001	218	0.826		
ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม	รวมทั้งหมด	190.946	221			

จากตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันมีผลทำให้ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.005 และเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ (n = 222)

	ความถี่ในการใช้ บริการ	$\bar{x}$	> 5 ครั้ง/ เดือน	5-10 ครั้ง/ เดือน	11-15 ครั้ง/ เดือน	< 15 ครั้ง/ เดือน
			2.99	3.44	3.39	3.54
ทัศนคติต่อบริการธนาคาร	> 5 ครั้ง/เดือน	2.99	-	-0.450*	-0.397	-0.552
ทางอินเทอร์เน็ต	5-10 ครั้ง/เดือน	3.44	-	-	0.053	-0.102
ประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม	11-15 ครั้ง/เดือน	3.39	-	-	-	-0.155
	< 15 ครั้ง/เดือน	3.54	-	-	-	-

หมายเหตุ * มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ = 0.05

จากตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการทดสอบความแตกต่างทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ ผลการวิเคราะห์พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการ 5 - 10 ครั้งต่อเดือน มีทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม ($\bar{x} = 3.44$) สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้งต่อเดือน ($\bar{x} = 2.99$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 21 ผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามความสนใจที่จะใช้บริการ (n = 178)

t-Test for Equality of Means							
ความสนใจในการใช้บริการ		จำนวน	$\bar{x}$	SD	T	d.f.	Sig.
ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม	สนใจใช้บริการ	100	2.72	0.941	1.770	136.165	0.079
	ไม่สนใจใช้บริการ	8	2.41	0.287			

จากตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวม จำแนกตามความสนใจที่จะใช้บริการของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมสนใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ทัศนคติต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตประเภทเน็ตแบงก์โดยรวมแตกต่างกัน