



ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน
ธนาคารกรุงไทย สังกัด สำนักงานเขตอุบลราชธานี

กวันชิดา เวชยันต์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

พ.ศ. 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



**FACTOR AFFECTING BANKERS'S USING BEHAVIOR OF
ELETRONIC BANKING IN KRUNGTHAI BANK
UBONRATCHATHANI PROVINCE**

KAWINCHIDA VETCHAYAN

**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE
UBON RATCHATHANI UNIVERSITY
YEAR 2013
COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY**



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารศาสตร์

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย
สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี

ผู้วิจัย นางสาววินชิดา เวชยันต์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

.....
เพ็ญศรี พินผา

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร.เพ็ญศรี พินผา)

กรรมการ

.....
(ดร.ชนัญญา สันติ)

กรรมการ

.....
(ดร.สรินทิพย์ ทวีเดช)

.....
[Signature]

รักษาราชการแทนคณบดี

(นางสายเพชร อักโข)

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี รับรองแล้ว

.....
[Signature]

(รองศาสตราจารย์ ดร.อุทิศ อินทร์ประสิทธิ์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปีการศึกษา 2556

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความกรุณาจาก ดร.เพ็ญภัทร พื้นผา อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนระยะเวลาที่ทำการศึกษา จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ชนัญญา สิ้นชิ้น และ ดร.สรินทิพย์ ทวีเดช อาจารย์ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่าน อาจารย์ประจำคณะบริหารศาสตร์ และคุณทัศนีย์ ไชยบาลีสถาน ผู้จัดการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความรู้และคำชี้แนะ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณเพื่อนนักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ และพนักงานธนาคารกรุงไทย แห่งกวดสำนักงานเขตอุบลราชธานีทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ แนะนำ จนการค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณครอบครัวที่ให้กำลังใจและให้การสนับสนุน คุณประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา คณาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และผู้ที่ได้ให้ความร่วมมือในการศึกษาตลอดหลักสูตร จนสำเร็จลุล่วงได้ในครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

วิมลวิมล เวชยันต์
(นางสาวกวิณชิตา เวชยันต์)
ผู้วิจัย

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน
ธนาคารกรุงไทย สังกัด สำนักงานเขตอุบลราชธานี
โดย : กวินจิตา เวชยันต์
ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ประธานกรรมการที่ปรึกษา : ดร. เพ็ญภัทร พื้นผา

ศัพท์สำคัญ : ธนาคาร พฤติกรรม ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทักษะคติ ความรู้ความเข้าใจ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัด สำนักงานเขตอุบลราชธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี จำนวน 116 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติอ้างอิงหรือสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อค้นหาปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัย ด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน ได้แก่ เพศ สถานภาพ ตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย แต่ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย ในระดับปานกลาง ($r = 0.525$) และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย ในระดับปานกลาง ($r = 0.541$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบ

บริการ และการรับรู้ประโยชน์ของบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ และด้านค่าธรรมเนียม ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในระดับปานกลางทางบวก โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุ (r) เท่ากับ 0.624 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.389

ABSTRACT

TITLE : FACTOR AFFECTING BANKERS' USING BEHAVIOR OF ELECTRONIC
BANKING IN KRUNGTHAI BANK UBONRATCHATANI PROVINCE
BY : KAWINCHIDA VETCHAYAN
DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
CHAIR : PENPAK PHUENPHA, Ph.D

KEYWORDS : BANKER'S USING BEHAVIOR / ELETRONIC BANKING / ATTITUDE /
KNOWLEDGE / MULTIPLE REGRESSION

This research aimed to study factors affecting bankers' using behavior of electronic banking in Krung Thai Bank, Ubon Ratchathani province. The sample consisted of 116 bankers working in Krung Thai Bank branches located in Ubon Ratchathani. Questionnaires were used as a tool to collect data from samples. Statistical analyses were: 1) descriptive statistics such as percentage, mean, and standard deviation and 2) inference statistics including One Way ANOVA used to compare mean of bankers' using behavior of electronic banking when the samples had different demographic factors; correlation coefficient applied to examine the relationship between bankers' using behavior of electronic banking and employees' demographics, their knowledge/understanding/awareness, and their attitudes; and multiple regression analysis performed to find factors affecting bankers' using behavior of electronic banking.

The One Way ANOVA results showed that the mean difference of bankers' using behavior of electronic banking when analyzed by their different demographic factors sex, marital status, job title, age, level of education, monthly income, and life at work was not statistically significant.

The correlation coefficient analysis found that banker characteristics were not significantly correlated with bankers' using behavior of electronic banking. However, the knowledge/understanding/awareness factor was moderately ($r = 0.525$). So was the attitude factor ($r = 0.541$). The last two factors had statistically significant correlations with bankers' using behavior of electronic banking at the level of 0.01.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่	
1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดด้านคุณลักษณะพนักงาน	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้	12
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม	15
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	25
2.5 ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อธุรกิจ	30
2.6 การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	33
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	52
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	54

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 วิธีดำเนินการวิจัย	55
3.4 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย	58
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	58
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	59
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น	63
4.2 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยตัวแปรพฤติกรรมการใช้ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ระหว่าง ตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน (One Way ANOVA)	81
4.3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับตัวแปรทำนาย (Independent Variables)	101
4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)	103
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการใช้ธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคาร	124
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	125
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	132
5.3 ข้อเสนอแนะ	136
เอกสารอ้างอิง	138
ภาคผนวก	
ก แบบสอบถาม	145
ข ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม	156
ค ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha)	167
ง รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบสอบถาม	171
ประวัติผู้วิจัย	173

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	แนวคิดเกี่ยวกับการต่อต้านและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง	24
2.2	การสังเคราะห์งานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	46
2.3	การสังเคราะห์สถิติที่ใช้ในการวิจัยของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
3.1	จำนวนและสัดส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำแนกสาขา	53
4.1	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอื่น ๆ	63
4.2	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล สถานที่ ช่วงเวลา และอื่นๆ	67
4.3	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญจำแนกรายด้าน	69
4.4	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ต	70
4.5	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการ	71
4.6	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของบริการ	72
4.7	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ	73
4.8	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ จำแนกตามรายด้าน	74
4.9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญการวิเคราะห์ ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ	75
4.10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านค่าธรรมเนียม	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านบริการพิเศษ	77
4.12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านการจัดการความเสี่ยง	78
4.13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม	79
4.14	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ ด้านความถี่ในการใช้บริการ	79
4.15	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ ด้านการให้การสนับสนุน	80
4.16	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านเพศ	81
4.17	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านเพศ	82
4.18	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านเพศ	83
4.19	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านสถานภาพ	84
4.20	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านสถานภาพ	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.21	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุนของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านสถานภาพ	86
4.22	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุ	87
4.23	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุ	88
4.24	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุนของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุ	89
4.25	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านตำแหน่ง	90
4.26	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในความถี่ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านตำแหน่ง	91
4.27	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้สนับสนุนของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านตำแหน่ง	92
4.28	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านระดับการศึกษา	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.29	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านระดับการศึกษา	94
4.30	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุนของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านระดับการศึกษา	95
4.31	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านรายได้ต่อเดือน	96
4.32	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านรายได้ต่อเดือน	97
4.33	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุนของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านรายได้ต่อเดือน	98
4.34	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุการทำงาน	99
4.35	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุการทำงาน	100
4.36	ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุนของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุการทำงาน	101
4.37	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการใช้ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์กับตัวแปรทำนาย (Independent Variables)	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.38	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคลิกลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	103
4.39	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	104
4.40	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	105
4.41	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	106
4.42	การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	107
4.43	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	108
4.44	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติด้าน รายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	109
4.45	การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติด้าน รายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.46	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	111
4.47	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ	112
4.48	การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ	113
4.49	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ	114
4.50	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ	115
4.51	การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ	116
4.52	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ	117
4.53	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน	118

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.54 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน	119
4.55 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน	120
4.56 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติด้านกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน	121
4.57 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติด้านกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน	122
4.58 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติด้านกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน	123

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย
2.1	เทคนิคการพัฒนารองการ
2.2	แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยม ทักษะและพฤติกรรม
2.3	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์และทัศนคติ
2.4	พฤติกรรมแสดงออกของทัศนคติที่มีต่องาน
3.1	วิธีดำเนินการวิจัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในชีวิตประจำวัน ซึ่งรูปแบบการใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตนั้นมีมากมาย ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ด้านการบันเทิง ด้านธุรกิจและการพาณิชย์ เป็นต้น อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญมากในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสาร และการทำธุรกรรมต่าง ๆ เกิดความสะดวกรวดเร็ว และยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลแหล่งใหญ่ที่สุดในโลกอีกด้วย ปัจจุบันการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากนวัตกรรมของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม ดังนั้น หลายหน่วยงานจึงต้องมีการพัฒนาระบบการบริหารจัดการเพื่อให้มีความทันสมัย สะดวกและรวดเร็ว ลดขั้นตอนต่าง ๆ ที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำไปข้างหน้าให้ได้

วิสัยทัศน์และพันธกิจของ ธนาคารกรุงไทย คือ ธนาคารสะดวก (The Convenience Bank) สำหรับลูกค้ารายย่อย ภาคธุรกิจ ภาครัฐ และสถาบัน โดยมุ่งมั่นที่จะเป็นสถาบันทางการเงินชั้นนำของประเทศที่เป็นเลิศในด้านการบริการ การสร้างผลตอบแทนอย่างยั่งยืน การส่งเสริมและสนับสนุนการเสริมสร้างทุนทางปัญญา พร้อมทั้งการยึดมั่นในหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี การที่ธนาคารจะสามารถปฏิบัติตามวิสัยทัศน์และพันธกิจการเป็นธนาคารสะดวกได้นั้น การบริหารจัดการ ธนาคารกรุงไทย ต้องปรับเปลี่ยนการทำงานของพนักงานให้มีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น พนักงานจะต้องมีผลการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิม จากการที่พนักงานต้องรับลูกค้าอยู่หน้าเคาน์เตอร์จะมีบทบาทเพิ่มมากขึ้น โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของธนาคาร อาทิเช่น ประกันชีวิต บัตรเครดิต กองทุน เป็นต้น แต่เนื่องจากธนาคารกรุงไทยนั้นเป็นธนาคาร ที่รองรับกลุ่มลูกค้ารับราชการและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีลูกค้าแต่ละสาขาจำนวนมาก การที่จะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานได้นั้น

ธนาคารได้มีการเตรียมความพร้อมโดยใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยจนกระทั่งธนาคารกรุงไทยนั้นได้รับรางวัล Thailand ICT Excellence Awards 2009 จึงถือได้ว่าธนาคารได้มีการเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ในภายภาคหน้าเพื่อให้พร้อมสำหรับการแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ

ในการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้บรรลุตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ตั้งไว้นั้น ธนาคารได้มีการปรับปรุงระบบการให้บริการในหลายๆ ด้านซึ่งเป็นบริการการทำธุรกรรมผ่านมือถือซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถทำธุรกรรมได้ตลอดเวลา บริการเคทีบีออนไลน์ แกดโมบาย (KTB online@mobile) ผ่านมือถือ บริการ กรุงไทยเทเลแบงก์ (KrungThai Telebank) เป็นบริการสอบถามข้อมูลและทำธุรกรรมด้านบัญชีผ่านโทรศัพท์หมายเลข 1551 และ เคทีบีออนไลน์ (KTB online) สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยตนเองไม่ต้องเสียเวลาเดินทางมาธนาคารก็สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ ได้แม้จะอยู่ไกลเพียงใด เคทีบีออนไลน์ (KTB online) เป็นบริการที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงซึ่งสามารถขยายผลของต่อวิสัยทัศน์และพันธกิจของการเป็นธนาคารแสนสะดวกได้เป็นอย่างดี

ธนาคารกรุงไทย เปิดให้บริการเคทีบีออนไลน์ (KTB Online) ครั้งแรกในปี 2542 เพื่ออำนวยความสะดวกในการสอบถามหรือเรียกดูข้อมูลด้านบัญชี และข้อมูลด้านธุรกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการทำรายการด้านบัญชี และบริการอื่นๆ โดยมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธนาคารได้รับค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น บริการเคทีบีออนไลน์ (KTB Online) ให้บริการทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล จนเดือนกุมภาพันธ์ 2549 ธนาคารได้ปรับเปลี่ยนการให้บริการเคทีบีออนไลน์ (KTB Online) ให้ความสะดวกในการใช้งานมากขึ้น จึงแยกบริการที่ให้กับลูกค้ารายบุคคลธรรมดาผ่านอินเทอร์เน็ตภายใต้ชื่อเคทีบีออนไลน์ (KTB online) โดยธนาคารได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเว็บไซต์ของธนาคารให้มีความทันสมัย ใช้งานง่ายขึ้น อีกทั้งยังเพิ่มบริการอื่นๆ อีกมากมาย ภายใต้ระบบการรักษาความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล (ธนาคารกรุงไทย, 2555 : เว็บไซต์)

การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้นนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย ไม่ต้องเดินทางมาทำรายการด้วยตนเองที่สาขาแล้วยังช่วยให้ธนาคารสามารถประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานได้อีกด้วย เนื่องจากการให้บริการที่ธนาคารนั้นมีค่าใช้จ่ายหลายประเภท เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับการจ้างพนักงานเพื่อปฏิบัติงานประจำทุกเดือน ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ค่าเช่าสำนักงาน ค่าใบบันทึกการฝากถอน หรือทำธุรกรรมต่าง ๆ ซึ่งล้วนส่งผลให้เกิดต้นทุนทั้งสิ้น (Constantine และ Ioannis, 2004) นอกจากนี้ยังมีการลดงานให้กับพนักงานให้มีเวลาในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย (Moutaz, 2005)

จากการที่ธนาคารได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการบริหาร โดยมีการนำระบบต่าง ๆ ดังกล่าวไว้ข้างต้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และเพื่อก้าวสู่การเป็นธนาคารแสนสะดวก หากพนักงานผู้ปฏิบัติงานขาดข้อมูล ขาดความรู้ ความเข้าใจ และขาดประสบการณ์ในการให้บริการดังกล่าว อาจส่งผลให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจต่อบริการของธนาคารได้ (กรกฎ บริสุทธิ์สวัสดิ์, 2548)

นอกจากนี้ธนาคารยังมีการบรรจุค่าให้พนักงานให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นการลดจำนวนรายการ ประหยัดทรัพยากรไม่ว่าจะเป็นค่าเอกสารการทำรายการ อุปกรณ์ทำรายการ และยังลดความเสี่ยงในการดำเนินงานอันเนื่องมาจากการทำรายการตนเอง จากการศึกษานอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี พบว่ามี ปัจจัยด้านคุณลักษณะของพนักงาน (สุภาวคง เรืองจุริระ, 2540 ; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2545 ; นิชดา เตรีมชัยศรี, 2542 ; สุมิตรา เปลี่ยนสุภาพ, 2550 ; มนต์ชัย เรืองอุไร, 2553) ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ สถานภาพ ตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน นอกจากนี้ปัจจัยด้านความรู้ (Bloom, 1956; อ้างอิงจาก ชัยโรจน์ เติตตระภูมิง, 2546) ความเข้าใจและการรับรู้ (อรรพรรณ ปิณฑน์ไธวาท, 2549) เช่น ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารและการบริการ การรับรู้ ประโยชน์ของบริการ และความรู้ ความเข้าใจในระบบบริการ เพราะหากพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใด ๆ มากแล้ว่อมทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีมากขึ้น นอกจากนั้น ปัจจัยด้านทัศนคติ (ณัฐพันธุ์ เสงวนันท์, 2551) ปัจจัยด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Nelson-Ndubisi-and-Queenie-Sinti, 2006) ด้านค่าธรรมเนียม (ปัญชรรัตน์ ทองหอม, 2548) ด้านบริการ พิเศษ และด้านจัดการความเสี่ยง (Constantine Lympetopoulos, 2004) เองก็มีส่วนสำคัญต่อ พฤติกรรม (Robbin, Stephen P, 2003) การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้วย อันส่งผลต่อพฤติกรรมการ ใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทยด้วย

การศึกษาพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้น ส่วนใหญ่มักจะอยู่ในท้องที่อื่น และศึกษาแค่บางตัวแปรจึงไม่ครอบคลุมตัวแปรทุกกลุ่มในคราวเดียวกันจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ในกรอบตัวแปรที่เพิ่มเติมมากยิ่งขึ้น และอยู่ในท้องที่จังหวัดอุบลราชธานีในปัจจัยคุณลักษณะ พนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการ ใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขต อุบลราชธานีในการกำหนดแนวทาง กำหนดนโยบายด้านการตลาดของบริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารและนอกจากนี้ยังทำให้ผู้บริหารธนาคาร โดยทั่วไป สามารถทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งยังทราบถึงแนวทางในการบริหารอบรม พนักงานให้มีความรู้ ความสามารถ ในการให้บริการ การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่าง เหมาะสมต่อสถานการณ์และสามารถแข่งขันกับธนาคารอื่น ๆ ที่เป็นคู่แข่งได้อีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย

1.2.1 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ตามปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงานที่ต่างกัน

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านทักษะความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

1.2.4 เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคอันส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลถึงพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน

1.3.2 ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน

1.3.3 ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี ซึ่งได้มีการกำหนดขอบเขตไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.1.1 ประชากร คือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี จำนวน 164 คน

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี จำนวน 116 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก (Lottery Method) และการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในกรณีที่ทราบจำนวนพนักงานที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

1.4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ มกราคม 2554 – ตุลาคม 2556

ระยะเวลา	ดำเนินการ
มกราคม 2554	ทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
เมษายน – พฤษภาคม 2555	เขียนโครงการวิจัย
มิถุนายน – สิงหาคม 2555	เตรียมและทดลองการใช้เครื่องมือ
กันยายน-ตุลาคม 2555	เก็บรวบรวมข้อมูล
พฤศจิกายน 2555 – กุมภาพันธ์ 2556	วิเคราะห์ข้อมูล
มีนาคม 2556 – พฤษภาคม 2556	สรุปและเขียนรายงานการวิจัย
มิถุนายน 2556	จัดทำรูปเล่ม

1.4.3 ขอบเขตตัวแปรที่ใช้ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา มี 2 ลักษณะ คือ ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม

1.4.3.1 ตัวแปรต้น ประกอบไปด้วย

1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ได้แก่ เพศ สถานภาพ ตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน

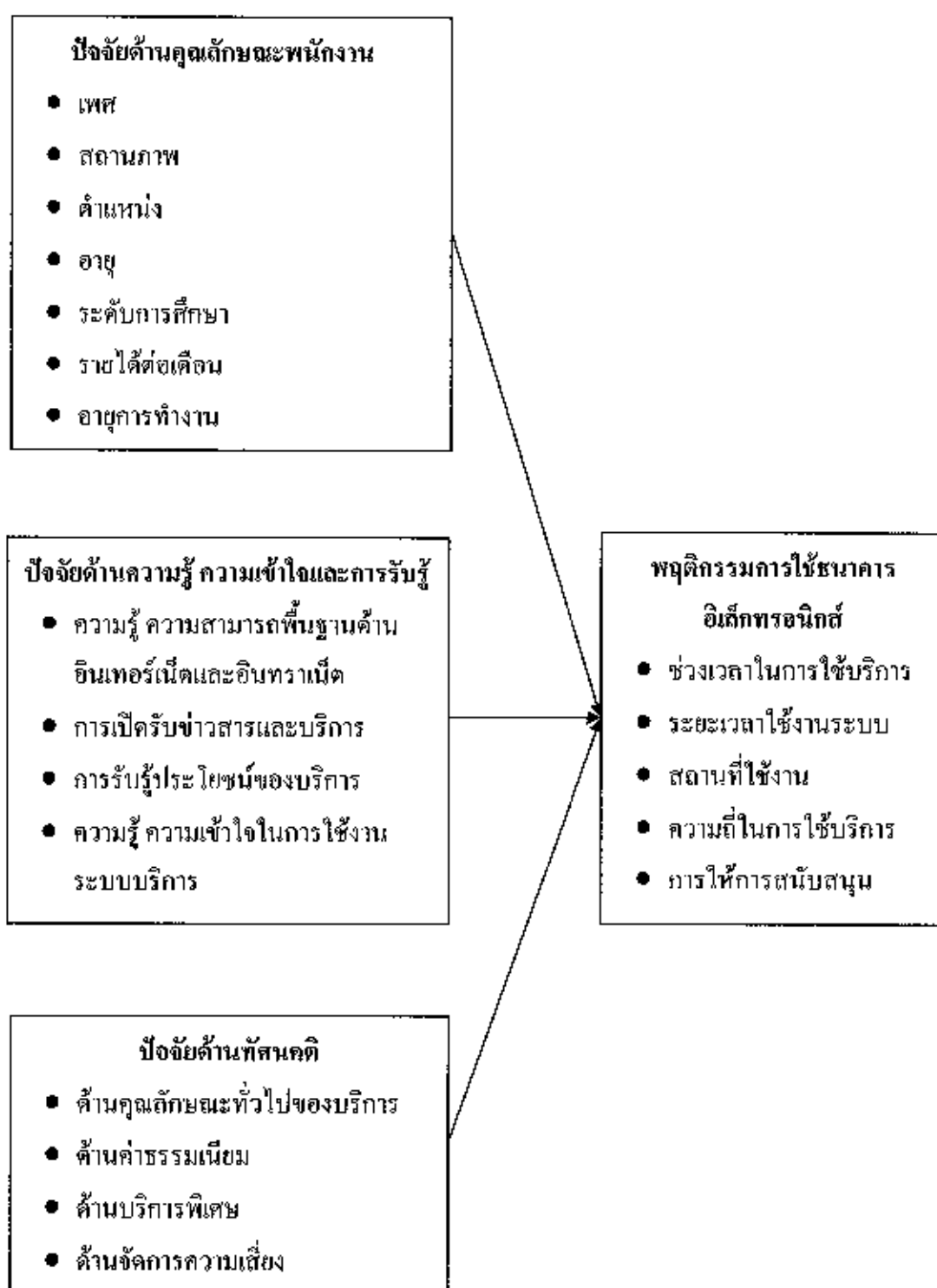
2) ปัจจัยด้านทักษะความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ ซึ่งประกอบไปด้วย

- ความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต
- การเปิดรับข่าวสารและบริการ
- การรับรู้ประโยชน์ของบริการ
- ความรู้ความเข้าใจในการใช้ระบบบริการ

3) ปัจจัยด้านทัศนคติ ได้แก่ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ ด้านค่าธรรมเนียม ด้านบริการพิเศษ และด้านการจัดการความเสี่ยง

1.4.3.2 ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อันประกอบไปด้วย ช่วงเวลาในการใช้บริการ ระยะเวลาใช้งานระบบ สถานที่ใช้งาน ความถี่ในการใช้บริการ และการให้การสนับสนุนการบริการ

รายละเอียดตัวแปรทั้งหมด นำเสนอในภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน นักวิจัยที่ศึกษาได้แก่ สุดาควง เรืองรุจิระ (2540) ; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545) ; นิชดา เจริญชัยศรี (2542) ; ตูมิตรา เปลี่ยนสุภาพ (2550) ; มนต์ชัย เรืองอุไร (2553) ; คณยา วุฒิวิวัฒนกุล (2544) ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ นักวิจัยที่ศึกษาได้แก่ Bloom (1956); อ้างอิงจาก ชัยโรจน์ เชิดตระกูลยิ่ง (2546) ; Bloom และคณะ (1956); Leon และ Leslie (1978); อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท (2549) ; Leon และ Kanuk (1978); นิชดา เจริญชัยศรี (2547) ; วาสนา แสงมณี (2548) ; กรกฎ บริสุทธิ์สวัสดิ์ (2548) ; วัชร มนัสสมบัติ (2545) ปัจจัยด้านทัศนคติ นักวิจัยที่ศึกษาได้แก่ Kotler (1997, 1999); ญัฐพันธ์ เพชรนนท์ (2551) ; กิติมา สุรสนธิ (2548) ; D.E.Hussey and M. J. Langham (1977); นิภาวรรณ วรรณสาธพ (2531) ; ปัญชรรัตน์ ทองหอม (2548) ; Nelson Ndubisi and Quenie Sinti (2006); Constantine Lymperopoulos (2004) และสำหรับตัวแปรด้านพฤติกรรม นักวิจัยที่ศึกษาได้แก่ สุพานี สฤษฏ์วานิช (2552) ; Robbin, Stephen P. (2003); Moorhead และ Griffin (1995); Zimbardo และ Leippe (1998); อ้างอิงจาก นที ทองเขื่อนจันทร์ (2547) ; Rogers (1971); ชัยโรจน์ เชิดตระกูลยิ่ง (2546) ; ชินวรัฐ ชีระวิทย์ (2550) ; ปัญชรรัตน์ ทองหอม (2548)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านทักษะความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานอันนำไปสู่การปรับปรุงปัจจัยเหล่านั้นให้ดีขึ้นต่อไป

1.6.2 เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาปรับปรุงการทำงานของพนักงานธนาคาร ด้านพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

1.6.3 เป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมของพนักงานธนาคารที่มีต่อธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์กรธนาคาร อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานอื่น ๆ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น จึงจะสามารถตั้งรับและปรับตัวเพื่อให้ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง บริการการทำการธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร อาทิเช่น การจัดการด้านบัญชี การโอนเงินระหว่างบัญชี การชำระค่าสินค้าและบริการ อายัดบัญชี อายัดเช็คและบัตรเอทีเอ็ม ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคาร (www.ktb.co.th)

1.7.2 พนักงาน หมายถึง พนักงาน ธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี ที่เคยได้และไม่เคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย

1.7.3 คุณลักษณะพนักงาน หมายถึง คุณลักษณะประจำตัวของพนักงาน ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน

1.7.4 ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ การรับรู้ เข้าใจในข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวหรือสถานการณ์ต่าง ๆ การสังเกตและเก็บสะสมไว้ในระดับของความจำเห็นสถานการณ์ที่สืบเนื่องมาจากการเรียนรู้

1.7.5 ความเข้าใจ หมายถึง การนำความรู้ ความจำที่มีอยู่ไปดัดแปลง ปรับปรุง เพื่อให้สามารถจับใจความ อธิบายหรือเปรียบเทียบ เรื่องราว ต่าง ๆ จนมีความรู้สึกเข้าใจถึงสิ่งนั้น ๆ อย่าง สมเหตุสมผล

1.7.6 การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นมา ซึ่งเป็นกระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความจำเป็น และอารมณ์ เช่นเดียวกับลักษณะภายนอกของสิ่งกระตุ้น การรับรู้อาจพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้ที่จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น การได้ยิน ได้กลิ่น ได้รสชาติ และได้รู้สึก

1.7.7 การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การรับรู้ การเลือกรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ในการจดจำ วิเคราะห์ และแปลผล

1.7.8 ความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ในธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ความสามารถของพนักงานในฐานะลูกค้าต่อการรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ รวมถึง มีความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย ในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการ การโอนเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการ และการซื้อกองทุนต่าง ๆ ผ่านของเว็บไซต์ของธนาคาร

1.7.9 ทักษะคติ หมายถึง ความคิดเห็น ความพึงพอใจและความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย ที่ใช้และไม่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี

1.7.10 พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การกระทำที่เกิดจากการเรียนรู้ ความคิด ความเข้าใจ ประสบการณ์ ซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติตนซึ่งแสดงออกมาและไม่แสดงออกมาของการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ ช่วงเวลาในการใช้บริการ ระยะเวลาใช้งานระบบสถานที่ใช้งาน ความถี่ในการใช้บริการ และการให้การสนับสนุน

1.7.11 อินเทอร์เน็ต หมายถึง ระนาบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่โยงใยคอมพิวเตอร์ทั่วทุกมุมโลกเข้าไว้ด้วยกันภายใต้มาตรฐานการเชื่อมโยงเดียวกันคือ Transmission Control Protocol/Internet Protoca (TCP/IP) ทำให้ผู้ใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและให้บริการต่าง ๆ บนเครือข่ายได้ ด้วยคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงต่างชนิดต่างระบบ หรือใช้อุปกรณ์ และซอฟต์แวร์ที่แตกต่างกัน (สุภมาส ชาญวิทย์ชัย, 2549)

1.7.12 ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Banking) หมายถึง ธนาคารที่เปิดให้บริการในการทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น สอบถามยอดคงเหลือ จัดการข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการโอนเงิน และชำระค่าบริการสาธารณูปโภคของลูกค้านผ่านอินเทอร์เน็ต รวมถึงการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ หรือโปรแกรมประยุกต์ (Application) บนมือถือ เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการเข้าถึงบริการของธนาคาร

1.7.13 ธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี หมายถึง ธนาคารกรุงไทย ที่จัดตั้งขึ้นภายในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 16 สาขา

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดด้านคุณลักษณะพนักงาน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.5 ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อธุรกิจ
- 2.6 การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดด้านคุณลักษณะพนักงาน (Demographic Characteristics)

แนวคิดทฤษฎีด้านคุณลักษณะพนักงานเชื่อว่า คนที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ (สุชาติวง เรื่องจริยะ, 2540) ดังนั้นนักวิชาการบางกลุ่มจึงเชื่อว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาด้านคุณลักษณะพนักงานจึงควรจำแนกออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามคุณลักษณะ ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง และระยะเวลาที่ทำงาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 อายุ

อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More Liberal) คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดอุดมการณ์มากกว่า (More Conservation) ใจร้อนกว่า (More Impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (More Optimistic) มีความระมัดระวัง (Cautious) มองโลกแง่ร้าย (Pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุน้อยจะมีประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคที่ลำบากต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่า

คนที่อายุน้อย คนที่มีอายุมากกว่าที่มีสมบัติมากกว่าคนที่อายุน้อยจึงมักไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม (ปรมะ ทัศเวทิน, 2540)

2.1.2 เพศ

เพศเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องทั้งในทางชีววิทยาและทางสังคม นักวิทยาศาสตร์มีความเห็นว่า สาเหตุที่ผู้หญิงแตกต่างจากผู้ชายนั้นเป็นลักษณะที่แตกต่างกันทางชีววิทยาจากการวิจัยทางจิตวิทยาแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันทางด้านความคิด ค่านิยมและทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมความต้องการตอบสนองการตัดสินใจยอมรับในสิ่งต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการกำหนดบทบาทของบุคคลทั้งสองเพศไว้ต่างกัน เพศหญิงมักเป็นเพศที่มีความอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โชนอ่อนอ่อนตามและเป็นแม่บ้าน ความแตกต่างทางเพศนี้ยังส่งผลต่อพฤติกรรมทางการสื่อสารอีกด้วย นั่นคือ เพศหญิงนั้นจะมีแนวโน้มและความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีที่เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (ศรีนยา จิตชัย โกลา, 2545)

2.1.3 ระดับการศึกษา

การศึกษาหรือความรู้เป็นคุณลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม โรเจอร์ และ สเวนนิ่ง (Roger and Svenning, 1969; อ้างอิงจาก รวิน ไชโย, 2548) กล่าวว่า ระดับการศึกษาที่สูงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้คิด คุณค่าและความต้องการที่ต่างกันไป

คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้จะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารที่ดี (ปรมะ ทัศเวทิน, 2540) และคนที่มีการศึกษาสูงคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำ คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาดำกว่ามักใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ (ศรีนยา จิตชัย โกลา, 2540)

2.1.4 ระดับตำแหน่ง

ระดับตำแหน่งของบุคคลในองค์การ ซึ่งมีความแตกต่างกันของแต่ละบุคคลอาจทำให้เกิดความแตกต่างกันทางด้านพฤติกรรม บุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์การสูงมีแนวโน้มที่จะได้รับข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานมากกว่าบุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์การต่ำ ดังนั้น บุคคลที่มีตำแหน่งภายในองค์การต่ำ จึงมักเป็นบุคคลที่ขาดข่าวสารอยู่เสมอ และตำแหน่งงานเป็นการบ่งบอกรายละเอียดของอำนาจหน้าที่ของแต่ละตำแหน่งรวมทั้งระบุถึงวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าในแต่ละหน้าที่ด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2545)

2.1.5 ระยะเวลาที่ทำงาน

เมื่อบุคคลประกอบอาชีพในองค์กรหนึ่งเป็นระยะเวลานาน ๆ บุคคลนั้นจะเกิดความผูกพันกับหน่วยงาน และยอมรับสภาพความเป็นอยู่ กฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนที่ใช้ปฏิบัติอยู่ ซึ่งต่างจากบุคคลทำงานเป็นระยะเวลาสั้นกว่าที่มักจะ ไม่มีความรู้เกี่ยวกับผูกพันกับหน่วยงาน ตลอดจน ไม่ยอมรับสภาพ และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ภายในองค์กร และระยะเวลาที่ทำงานหรือประสบการณ์ ในอดีตเป็นบทบาทที่สำคัญในการตัดสินใจผู้บริหารที่มีประสบการณ์โดยทั่วไปเชื่อถือว่าสิ่งต่าง ๆ จะสามารถบรรลุผลสำเร็จ และข้อผิดพลาดซึ่งเกิดขึ้น ถ้าว่าเป็นข้อแนะนำในอนาคต ทักษะนี้เชื่อว่า ประสบการณ์ที่มากขึ้นของผู้บริหารทำให้มีความสามารถมากขึ้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2545)

เมื่อนักงานได้รับการพัฒนาความสามารถและมีประสบการณ์ในงานมากขึ้น แต่ความสามารถของพนักงานในการตัดสินใจที่ได้รับในแง่มุมมองของพนักงานหน่วยงานอื่นๆ ที่ลดลงเนื่องจากพนักงานจะยึดติดกับความนึกคิดที่เกิดขึ้นจากการทำงานในหน่วยงาน ซึ่งจะเป็นตัว กีดขวางการทำความเข้าใจของพนักงานในหน่วยงานอื่น สภาพการณ์เช่นนี้ได้เกิดขึ้นและกระจาย ไปทั่วทุกหน่วยงานที่ปฏิบัติงานแตกต่างกัน และทั่วทุกระดับสายงานการบังคับบัญชา (นิชดา เจริญชัยศรี, 2542)

การจำแนกบุคคลเป็นกลุ่มใหญ่ตามคุณลักษณะอัน ได้แก่ อายุ เพศ ระดับ การศึกษา ระดับตำแหน่ง ระดับรายได้ และระยะเวลาที่ทำงานที่ต่างกันย่อมส่งผลต่อพฤติกรรม การแสดงออกอันเนื่องมาจาก ความเชื่อมั่น การตัดสินใจ ความรับผิดชอบ และประสบการณ์ที่ แตกต่างกัน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้

การที่พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในหน้าที่งานย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมพนักงาน หาก พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในงานและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างดีย่อมส่งผลถึงการทำงานที่ดี ได้ แต่ถ้าหากพนักงานไม่มีความรู้ ความเข้าใจในงานและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายผลงานที่ออกมา ย่อมผิดพลาดและไม่บรรลุเป้าหมายขององค์กร

Good Carter (1973) ได้กล่าวว่า ความรู้ คือ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์และรายละเอียดต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมสะสมไว้

ชนินทร ชมจินดา (2543) ได้กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง การรับรู้ เข้าใจในข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่สนใจศึกษาเรียนรู้ โดยเก็บอยู่ในหน่วยความจำของแต่ละบุคคลที่สามารถระลึกได้

Bloom (1956; อ้างอิงจาก ชัยโรจน์ เชิดตระกุลยิ่ง, 2546) ได้ยธิบายความหมายของ ความรู้ความเข้าใจไว้ว่า ความรู้ หมายถึง พฤติกรรมและสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเน้นการจำ ไม่ว่าจะเป็น การระลึกถึงหรือระลึกได้ก็ตาม เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอันสืบเนื่องมาจากการเรียนรู้ และ ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถทางปัญญาและทักษะอันได้แก่

- (1) ความสามารถที่จะให้ความหมายของคำ (การแปล)
- (2) ความสามารถในการเข้าใจความหมายของการคิด (ตีความ)
- (3) ความสามารถในการคาดคะเนถึงสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นจากการกระทำ (การประเมินค่า)

โดยสรุปแล้ว ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ การรับรู้ เข้าใจในข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่าง ๆ การสังเกตและเก็บสะสมไว้ในระดับของความจำ เป็นสถานการณ์ ที่สืบเนื่องมาจากการเรียนรู้

ดังนั้นบุคคลจะมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะต้องมีองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ Bloom (Bloom, 1956; อ้างอิงจาก ชัยโรจน์ เชิดตระกุลยิ่ง) ได้แบ่งระดับความรู้ความสามารถด้าน สติปัญญา (Cognitive domain) เป็น 6 ระดับ เรียงจากพฤติกรรมขึ้นง่ายไปสู่ชั้นยาก ดังนี้

- (1) ความรู้ (ความจำ) (Knowledge) หมายถึง การจำและการระลึกได้ที่มีต่อความคิด วัตถุและปรากฏการณ์ต่าง ๆ
- (2) ความเข้าใจ (Comprehensive) หมายถึง การแสดงออกของพฤติกรรมเมื่อเผชิญกับ สื่อ ความหมายและสามารถ แปล สรุปหรือขยายความสื่อความหมายนั้นได้
- (3) การนำไปใช้ (Application) หมายถึง การนำความรู้ไปใช้แก้ปัญหาในสถานการณ์ ต่างๆ
- (4) การวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง การพิจารณาแยกแยะเนื้อหาออกเป็นส่วนย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน
- (5) การสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง ความสามารถในการรวบรวมส่วนประกอบ ย่อย ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งเกินกระบวนการที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์
- (6) การประเมินผล (Evaluation) หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับ ค่านิยม ความคิด ผลงาน คำตอบ วิธีการ และเนื้อหาสาระเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่างโดยมีเกณฑ์การ พิจารณาตัดสิน

Bloom และคณะ (Bloom and et al., 1956: 80; อ้างอิงจาก ฐิติการ วรรณพงศ์, 2554) กล่าวว่า ความเข้าใจ (Comprehension or Understand) หมายถึง บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้ มากกว่าข้อมูลที่ได้รับ สามารถจะเขียนข้อมูลที่ได้รับ สามารถจะเขียนข้อความเหล่านี้ได้ด้วยถ้อยคำ

สามารถแสดงให้เห็นด้วยภาพ แปลความและเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นได้ เป็นพฤติกรรมในขั้นที่ต่อจากความรู้ เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ความสามารถทางสมอง ความสามารถทางสถิติปัญหาและทักษะที่สูงขึ้นที่เกี่ยวกับการสื่อสารความหมายในลักษณะของการแปลความ การตีความหมายและการขยายความปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจในการนำความรู้นั้นไปใช้อย่างเหมาะสม ความรู้ความเข้าใจจึงเป็นสิ่งที่ต่อเนื่องสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยความเข้าใจนั้นเป็นอีกระดับหนึ่งของความรู้และต้องเกิดจากความรู้โดยมีข้อมูลหรือประสบการณ์ที่เพียงพอ ดังนั้นการวัดความรู้จึงสามารถอนุมานได้ว่าเป็นการวัดความรู้ความเข้าใจไปในคราวเดียวกัน

อรรถพรณ ปิณฑนโรวาท (2549) ได้ให้ความหมายของความเข้าใจว่า เป็นขั้นตอนมาจากความรู้ (Knowledge) ขั้นตอนนี้จะต้องใช้ความสามารถทางสมองและทักษะที่สูงขึ้นจนถึงระดับของการสื่อความหมาย ซึ่งมักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ

โดยสรุป ความเข้าใจ หมายถึง การนำความรู้ ความจำที่มีอยู่ไปคิดแปลง ปรับปรุง เพื่อให้สามารถจับใจความ อธิบายหรือเปรียบเทียบ เรื่องราว ต่าง ๆ จนมีความรู้ลึกเข้าใจถึงสิ่งนั้น ๆ อย่างสมเหตุสมผล

การรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรรจัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นมา เช่น บุคคล 2 คน ได้รับสิ่งกระตุ้นอย่างเดียวกัน และอยู่ภายใต้เงื่อนไขอย่างเดียวกัน แต่การรับรู้และการรู้จักการตีความหมายของแต่ละบุคคลต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความจำเป็น ค่านิยม และความคาดหวัง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือก โดยที่ตัวแปรเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ของบุคคล (Leon and Kanuk, 1978)

การรับรู้ เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้เลือกสรรการจัดระเบียบ และการตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายของโลก หรืออาจหมายถึง กระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ซึ่งหมายความว่า การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อประสบการณ์ ความจำเป็น และอารมณ์ เช่นเดียวกับลักษณะภายนอกของสิ่งกระตุ้น การรับรู้อาจพิจารณาเป็นกระบวนการก้นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้ลึกจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รสชาติ และได้รู้สึก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545)

ดังนั้น การรับรู้ จึงหมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายสิ่งกระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นมา ซึ่งเป็นกระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความจำเป็น และอารมณ์ เช่นเดียวกับลักษณะภายนอกของสิ่งกระตุ้น การรับรู้อาจพิจารณาเป็นกระบวนการ

กลั่นกรอง การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็น การได้ยิน ได้กลิ่น ได้รสชาติ และได้รู้สึก

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญมากในการนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อเวลาที่มนุษย์นั้นเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดจะต้องมีการศึกษาเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ เกิดการรับรู้ในเรื่องนั้น ๆ จึงตัดสินใจ ซึ่งขั้นตอนการรับรู้ ประกอบด้วยกระบวนการ 4 กระบวนการที่มีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกันดังนี้ (Mary and Robbins, 2010)

(1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองต่อความต้องการของตน โดยปกติบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่สนองข่าวสารและความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและทัศนคติของตนเอง

(2) การเลือกสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจและเลือกรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

(3) การเลือกรับรู้หรือการตีความ (Selective Perception and Selective Interpretation) ผู้รับสารจะมีการเลือกรับรู้และตีความหมายของสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงูงใจ สภาพร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับประสบการณ์ หรือทัศนคติและความเชื่อของตน

(4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มที่เลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่มีเนื้อหาตรงกับความต้องการ ทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่ผลการส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารจะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความต้องการของตนเอง

ดังนั้น ความต้องการและการเลือกรับสารของแต่ละบุคคลจะส่งผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันไป เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ตรงกับความต้องการและความต้องการของตน (สุมิตรา เปลี่ยนสุภาพ, 2550)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

การสนใจในปัญหาในเรื่องคนในองค์กรนั้น มักจะสนใจและศึกษาเพียงปัจจัยด้านตัวบุคคลในฐานะปัจเจกบุคคลว่าจะก่อให้เกิดปัญหากับองค์กรอย่างไร และในเรื่องอะไรบ้าง แต่ในความเป็นจริงพบว่า เพื่อให้เกิดความเข้าใจในปัญหาอย่างแท้จริงและสามารถแก้ไขปัญหได้อย่าง

ตรงประเด็นมากขึ้นนั้นจำเป็นจะต้องพิจารณาให้ครอบคลุมใน 3 ระดับ คือ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์การ เพื่อให้เข้าใจในผลที่จะเกิดขึ้นกับองค์การได้อย่างครบถ้วน ดังนั้น การศึกษาถึงพฤติกรรมบุคคลในองค์การจึงขยายออกไปเป็นการศึกษาในด้านพฤติกรรมองค์การเป็นสำคัญ (สุพานี สดุษฎีวานิช, 2552)

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรม

Robbins (2003) ได้ให้คำอธิบายไว้ว่าพฤติกรรมองค์การนั้นเป็นสาขาวิชาที่ ทำการศึกษาตรวจสอบผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ กัน ได้แก่ ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคลและ โครงสร้างต่าง ๆ ขององค์การที่มีต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์การ โดยมีจุดประสงค์ใน การศึกษาเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงการทำงานขององค์การ

Moorhead และ Griffin (1995) ได้ให้ความหมายว่า พฤติกรรมองค์การนั้นเป็น การศึกษาถึงพฤติกรรมมนุษย์ที่เกิดขึ้นในองค์การ และปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างพฤติกรรมมนุษย์ และปัจจัยต่าง ๆ ขององค์การ

จิตชนก ศรีโพธิ์โรจน์ (2542) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ กิจกรรมทุกประเภทที่มาจาก การเรียนรู้ ความคิด ความเข้าใจ และประสบการณ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมภายใน ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่อยู่ในใจ ผู้อื่นไม่สามารถรู้ได้ และพฤติกรรมภายนอกเป็น พฤติกรรมที่แสดงออกมาแล้วผู้อื่นสามารถสังเกตได้

โดยสรุปแล้วพฤติกรรมคือ การกระทำที่เกิดจากการเรียนรู้ ความคิด ความเข้าใจ ประสบการณ์ และแบ่งออกเป็นพฤติกรรมภายใน ซึ่งอยู่ภายในใจ ไม่สามารถรู้ได้และพฤติกรรม ภายนอกที่แสดงออกมาและผู้อื่นสามารถสังเกตได้

เราสามารถให้ทัศนคติเป็นตัวทำนายพฤติกรรมได้ถ้าทัศนคติดังต่อไปนี้ คือ ทัศนคตินั้นฝังรากลึกและมีความชัดเจน ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกัน ทัศนคติที่มีรากฐานอยู่บนความรู้ และทัศนคติต่อเรื่องต่าง ๆ ซึ่งผู้คนสนใจหรือเห็นว่าเห็นผลประโยชน์ของตนเอง บุคคลจะมี พฤติกรรมไม่สอดคล้องกับทัศนคติในบางครั้ง

ในเรื่องนี้ Zimbardo and Leippe (1990; อ้างอิงจาก บทที่ ทองเจียนจันทร์, 2547) ได้อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้ทัศนคติไม่นำไปสู่พฤติกรรมของบุคคลว่า เกิดจากปทัสถานเชิงอัตวิสัยว่า บุคคลอื่น ๆ คิดอย่างไรต่อพฤติกรรมเช่นนั้นและมีส่วนยับยั้งการทำพฤติกรรมดังกล่าว และความไม่ คงเส้นคงวาของบุคคลในบางครั้ง ซึ่งเกิดจากการต้องทำหลายสิ่งหลายอย่างในเวลาเดียวกันหรืออาจ มีเป้าหมายอย่างอื่นที่ต้องการบรรลุผลทำให้พฤติกรรมไม่สอดคล้องกับทัศนคติ

Rogers (1971) ได้อธิบายว่า ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กัน อย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งเรานั้น

แล้ว ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติหรือ KAP-GAP ขึ้นได้

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ KAP-GAP นี้ Roger ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 วิธีการคือ

(1) ให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้หรือปฏิบัติต่อสิ่งที่ให้เผยแพร่

(2) ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิกโดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

(3) ให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่นๆ ที่ยังไม่ยอมรับ

(4) ใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนเพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีก

จากทฤษฎีดังกล่าวจะสรุปได้ว่าทัศนคติมีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งต่อแนวโน้มพฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงออกมาในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติ แต่ในบางกรณีพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาก็ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับทัศนคติเสมอไป ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติขึ้น แต่การที่จะทำให้ความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติสอดคล้องกันนั้นเป็นสิ่งทำได้โดยการ ให้ความรู้ คำแนะนำ การให้รางวัล และกลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้สื่อบุคคล

2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง

เนื่องจากในปัจจุบันองค์การทุกองค์การจะต้องมีการปรับตัวใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน เพื่อความอยู่รอดขององค์การดังนั้นการศึกษาถึงผลต่อพฤติกรรมพนักงานองค์การนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์การด้วย

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Force for Change) ต่อองค์การอาจมาจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในองค์การ (Mary and Robbins, 2010)

2.3.2.1 ปัจจัยภายนอก (External Forces) อาทิ

1) สภาพตลาด (Marketplace) องค์การจะต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค

2) กฎและระเบียบทางราชการ (Governmental Laws and Regulations) ทำให้องค์การต้องคำนึงถึงตามกฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลง

3) เทคโนโลยี (Technology) ทำให้องค์การต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต เครื่องมือ เครื่องจักร เครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อให้สามารถรองรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ตลาดแรงงาน (Labor Market) กระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรต่าง ๆ ต้องปรับตัวตามตลาดแรงงานที่เปลี่ยนแปลงไป

5) เศรษฐกิจ (Economic) ดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจต่าง ๆ เช่น อัตราดอกเบี้ย งบประมาณรายจ่ายที่เกินดุลหรือขาดดุลของรัฐบาล อัตราแลกเปลี่ยน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างมาก

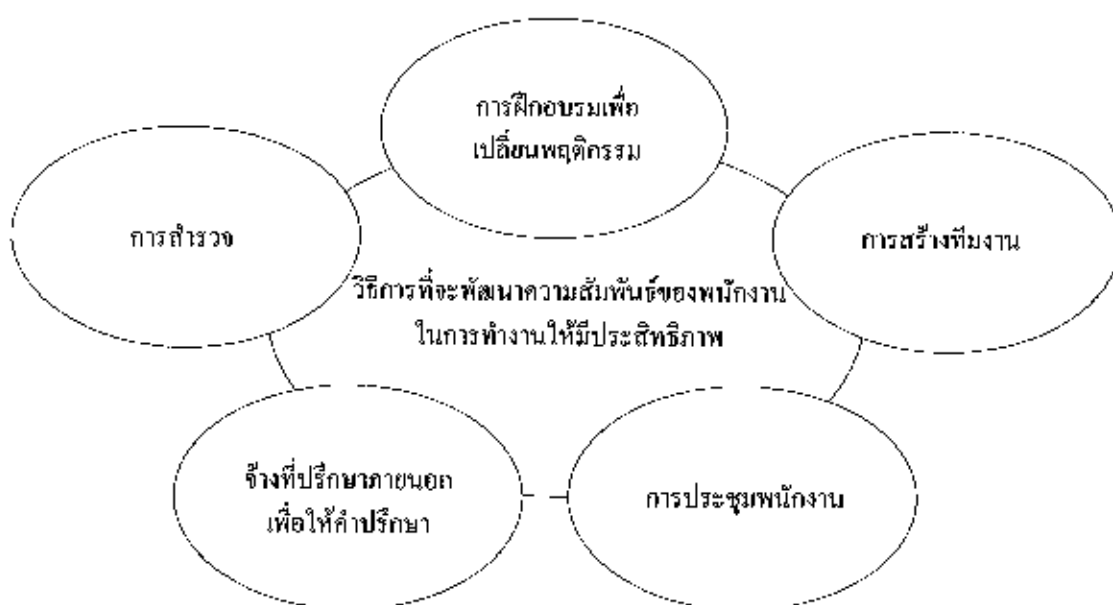
2.3.2.2 ปัจจัยภายใน (Internal Forces) ได้แก่

การดำเนินงานภายในองค์กร (Operations of the Organization) ก็คือการดำเนินงานภายในองค์กรเองอาจต้องมีการเปลี่ยนแปลงจากการมีกลยุทธ์ใหม่ ๆ พนักงานขององค์กรที่เปลี่ยนแปลง อายุ ระดับการศึกษา ทักษะ ประสบการณ์ ทั้งจากพนักงานเดิมและพนักงานที่เข้ามาทำงานใหม่ในองค์กร การนำเครื่องจักรเครื่องมือใหม่ ๆ เข้ามา ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต การใช้แรงงาน ต้นทุนผลิต ปริมาณการผลิต ฯลฯ รวมทั้งทัศนคติของพนักงาน (Employee Attitude) ที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเบื่อหน่ายงาน การลาออกจากงาน การนัดหยุดงาน อาจนำไปสู่การที่ผู้บริหารจะต้องปรับเปลี่ยนนโยบายและวิธีปฏิบัติในองค์กร

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดจากปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายในองค์กรนั้น หมายถึงการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบต่าง ๆ ของโครงสร้างทั้งหลายบางส่วน อาทิ ความชำนาญงาน หากผู้บริหารมุ่งให้พนักงานมีความชำนาญโดยเฉพาะงานใดงานหนึ่งก็จะต้องมีการแบ่งงานโดยซอยงานให้เล็กลงอย่าง ระดับความชำนาญงานก็จะลดลง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดฝ่ายและแผนกงาน (Departmentalization) การจัดสายบังคับบัญชา (Chain of Command) หรือช่วงการบังคับบัญชา (Span of Control) ใหม่ การปรับเปลี่ยนระดับการรวมอำนาจ (Centralization) การจัดระเบียบงาน (Formalization) ใหม่ การออกแบบงานใหม่ (Job Redesign) หรือการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง โดยรวมทั้งหมด (Actual Structure Design) ขององค์กร

การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขกระบวนการการทำงาน วิธีการทำงาน รวมทั้งการนำเครื่องจักร เครื่องมือใหม่ ที่ทันสมัยและอัปเดตมาแทนที่เครื่องจักรเดิม ใช้การควบคุมโดยคอมพิวเตอร์แทนการใช้พนักงาน เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงคน ผู้บริหารจะต้องพยายามปรับเปลี่ยนพนักงานในด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะ (Attitudes) ความคาดหวัง (Expectations) การรับรู้ (Perceptions) และพฤติกรรม (Behavior) เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น วิธีการปรับเปลี่ยน “คน” ที่ได้รับความนิยมในองค์กรต่าง ๆ คือ การพัฒนาองค์กร ซึ่งหมายถึง การพัฒนาองค์กรหรือเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้งสามด้าน คือ โครงสร้าง เทคโนโลยี และคน แต่เน้นที่การเปลี่ยนแปลงคนเป็นสำคัญ



ภาพที่ 2.1 เทคนิคการพัฒนาองค์กร (Organization Development Techniques) (Mary and Robbins, 2010)

2.3.3 เทคนิคหรือวิธีการที่จะพัฒนาองค์กร

เทคนิคหรือวิธีการที่จะพัฒนาองค์กร โดยการพัฒนาความสัมพันธ์ของพนักงานในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ มี 5 วิธี ได้แก่

2.3.3.1 วิธีการฝึกอบรมเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรม (Sensitivity Training) ให้บุคคลรู้จักตัวเองและผลของคนต่อผู้อื่น โดยจัดให้มีการอภิปรายกลุ่มพนักงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับปัญหาร่วมกัน ให้ผู้เข้าอบรมสามารถเปิดใจแสดงความรู้สึกและทัศนคติอย่างตรงไปตรงมาอย่างเปิดเผย เต็มที่และจริงใจ ให้มีความเป็นอิสระในการถกเถียง และได้แย้งกัน ซึ่งสุดท้ายก็จะทำให้พนักงานปรับความเข้าใจและสำนึกพฤติกรรมของตนให้เข้ากับเพื่อนร่วมงานได้

2.3.3.2 การสร้างทีมงาน (Team Building) เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้สมาชิกในทีมงานร่วมกันทำงานของทีมงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีผู้ให้คำปรึกษาสัมพันธภาพสมาชิกกลุ่มแต่ละคน และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เข้าสู่การประชุมร่วมกัน ให้สมาชิกในกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา และร่วมกันแก้ไขปัญหา โดยมีที่ปรึกษากลุ่มร่วมให้ความเห็น ในบรรยากาศของความร่วมมือกัน

2.3.3.3 การประชุมกลุ่มพนักงาน (Intergroup Development) ที่ทำงานร่วมกัน เพื่อให้พนักงานได้แลกเปลี่ยนทัศนคติ ปรับความคิดและพฤติกรรมที่เคยปฏิบัติมาแต่เดิม รวมทั้งปรับการรับรู้ระหว่างกันในกลุ่มพนักงานด้วย การร่วมประชุมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันดังกล่าวในกลุ่มงาน ก็จะเป็นการเสริมสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน และนำไปสู่การพัฒนาการทำงานของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

2.3.3.4 การจ้างที่ปรึกษาภายนอก (Process Consultation) วิธีการที่จ้างที่ปรึกษานอกให้คำปรึกษากับผู้บริหารให้มี ความเข้าใจในกระบวนการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่ส่งผลต่อรูปแบบการทำงานของพนักงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะของที่ปรึกษาในวิธีการสร้างความสัมพันธ์ในหมู่พนักงานให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้บริหารพิจารณาดำเนินการต่อไป

2.3.3.5 วิธีการสำรวจ (Survey Feedback) เป็นเพื่อประเมินทัศนคติและการรับรู้ของพนักงานที่ทำงานร่วมกัน ทำให้ได้ทราบความต่างและความขัดแย้งในทัศนคติและการรับรู้ ผู้บริหารจะสามารถแก้ไขปัญหาและแจ้งกลับให้พนักงานได้รับทราบต่อไป

2.3.4 การเผชิญกับการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Dealing with Resistance to Change)

การเปลี่ยนแปลงอาจส่งผลทางลบหรือมีอัตรกระทบในทางบวกต่อคนในองค์การแต่เมื่อจะมีการเปลี่ยนแปลงทุกครั้งมักมีการต่อต้านเสมอ สาเหตุที่เกิดการต่อต้านดังกล่าวสรุปได้ 3 ประการ คือ

2.3.4.1 การเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้เกิดความคลุมเครือไม่ชัดเจน (Ambiguity) และความไม่แน่นอน (Uncertainty)

2.3.4.2 การเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้ผู้ปฏิบัติงานเสียประโยชน์ หรือสูญเสียสถานภาพเดิม

2.3.4.3 มีความเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่สอดคล้อง (Incompatible) กับเป้าหมาย (Goals) และผลประโยชน์ขององค์การ

2.3.5 เทคนิคที่ผู้บริหารจะใช้เพื่อลดการต่อต้าน 6 วิธี ได้แก่

2.3.5.1 ให้ความรู้ ความเข้าใจและสื่อสารให้พนักงานทราบ

2.3.5.2 ให้พนักงานที่ต่อต้าน มีส่วนร่วมในการพิจารณาและตัดสินใจ

2.3.5.3 ให้ความสะดวกและให้การสนับสนุนต่าง ๆ แก่พนักงาน เช่น ฝึกอบรมให้สามารถเข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ (Facilitation and Support)

2.3.5.4 ทำการเจรจาต่อรองกับผู้ต่อต้านมีการแลกเปลี่ยนข้อเสนอหรือเงื่อนไขต่าง ๆ

2.3.5.5 ใช้กลวิธีต่าง ๆ ดึงผู้ต่อต้านให้มาเข้ากลุ่มผู้สนับสนุน หรือ ให้ข้อมูลไม่เต็มที่มีวาระซ่อนเร้น) หรือไม่ให้ความสะดวกแก่ฝ่ายต่อต้าน

2.3.5.6 บังคับขู่เข็ญพวกที่ต่อต้าน

วัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่สั่งสมในองค์กรมาเป็นเวลานาน เมื่อความคิดหรือการปฏิบัติใดถือเป็นวัฒนธรรมองค์กรขององค์กรใดแล้ว ก็มักจะคงอยู่ค่อนข้างถาวร ยิ่งวัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง (Strong) มากเท่าใดก็จะยิ่งยากที่จะเปลี่ยนแปลงได้ เพราะพนักงานในองค์กรนั้นจะมีความคุ้นเคยกับความคิดหรือการปฏิบัติจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในที่ทำงาน เมื่อเวลาและสถานการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมขององค์กรอาจจะล้าสมัยไม่สอดคล้องกับภาวะการณ์ใหม่ ๆ ดังนั้นผู้บริหารองค์กรมีหน้าที่ต้องปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร แต่ก็เป็นเรื่องที่ยาก และจำเป็นต้องใช้เวลานานนับปี หรือหลายปีกว่าจะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรได้ การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในองค์กรจะเกิดขึ้นได้จากสถานการณ์ต่อไปนี้

1) เกิดวิกฤติอย่างรุนแรงต่อองค์กร (A Dramatic Crisis Occurs) เช่น มีปัญหาทางการเงิน ลูกค้ารายใหญ่ได้จากไปเกือบหมด ธุรกิจคู่แข่งพัฒนาเทคโนโลยีล้ำหน้าไปมากมาย กรณีเช่นนี้ องค์กรจะต้องทบทวนและเปลี่ยนแปลงองค์กรกันขนานใหญ่

2) มีการเปลี่ยนปล้นผู้นำ (Leadership Change Hands) ผู้นำใหม่อาจมีวิสัยทัศน์หรือมีความสามารถชอบสนองสถานการณ์ได้ดีกว่าผู้นำคนเดิมจึงทำการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร

3) องค์กรยังใหม่และมีขนาดเล็ก (The Organization is Young and Small) วัฒนธรรมองค์กรยังไม่ฝังรากลึก ผู้บริหารสามารถปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมได้ไม่ยาก

4) องค์กรที่มีวัฒนธรรมอ่อนแอ (The Culture is Weak) ไม่เป็นที่ยอมรับของพนักงาน ในส่วนใหญ่นี้จะมีแนวโน้มการเปลี่ยนวัฒนธรรมได้ง่ายกว่าองค์กรที่มีวัฒนธรรมเข้มแข็ง

2.3.6 การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ผู้บริหารจะต้องพยายามชี้ให้พนักงานในองค์กรเห็นว่า วัฒนธรรมเดิมขององค์กรนั้นไม่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเปลี่ยน “วิถีปฏิบัติ” (Ways of Doing Things) คือนำวัฒนธรรมองค์กรใหม่เข้ามาแทน

ขั้นตอนที่จะดำเนินการเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร (The Road to Cultural Change) ได้แก่

- 2.3.6.1 วิเคราะห์ให้เห็นว่าวัฒนธรรมเดิมไม่เหมาะสม ควรมีการเปลี่ยนแปลง
- 2.3.6.2 ชี้แจงกับพนักงานอย่างชัดเจนว่าองค์กรจะไปไม่รอดหากไม่เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร
- 2.3.6.3 แต่งตั้งผู้นำหรือผู้บริหารคนใหม่ที่มีวิสัยทัศน์ใหม่
- 2.3.6.4 ริเริ่มให้มีการเปลี่ยนแปลงการจัดการองค์กร
- 2.3.6.5 นำเสนอเรื่องราวและพิธีการใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์ใหม่
- 2.3.6.6 เปลี่ยนกระบวนการคัดเลือกบุคลากร การปรับตัวสู่สังคม การประเมินผล และระบบการให้รางวัลเพื่อสนับสนุนค่านิยมใหม่

2.3.7 แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์มี 2 ด้านด้วยกัน คือ ด้านความรู้ และทัศนคติ เปลี่ยนแปลงด้านความรู้ทำได้ง่าย การเปลี่ยนทัศนคติทำได้ยากเพราะจะต้องไปเกี่ยวข้องกับอารมณ์ ด้วย เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้และทัศนคติ คนเราก็ต้องเปลี่ยนพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นเรื่องยากและต้องใช้เวลา (ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์, 2540)

การเปลี่ยนแปลงมี 2 แบบ คือ

(1) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการร่วมมือ จะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งใหม่ ๆ ถูกแนะนำต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล การแนะนำสิ่งใหม่ต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนี้ อาจเป็นที่คาดหวังได้ว่าข้อมูลต่าง ๆ ที่เข้ามาใหม่กลุ่มจะยอมรับ แล้วนำไปสู่การพัฒนาการเพื่อการเปลี่ยนแปลงต่อไป ในระดับนี้กลุ่มอาจให้ความร่วมมือโดยตรง ในการให้ความช่วยเหลือจัดสร้างโครงสร้างหรืองานต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายให้ดีที่สุด การให้ความร่วมมือดังกล่าวนี้ อาจเริ่มต้นด้วยความคิดความเข้าใจ และการก้าวต่อไป สิ่งเหล่านี้จะถูกแสดงออกทางพฤติกรรมอย่างแท้จริง

(2) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการบังคับ การเปลี่ยนแปลงนี้เริ่มต้นด้วยการกำหนดการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นภายในองค์กร อันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ ความรู้ใหม่ ๆ แก่บุคลากรได้ พฤติกรรมใหม่นี้อาจเป็นทั้งทางบวกและทางลบต่อการเปลี่ยนแปลง ในบางกรณีการเปลี่ยนแปลงด้วยวิธีการบังคับนี้อาจจะก่อให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ อันนำไปสู่การปฏิบัติอีกต่อหนึ่งได้เช่นกัน ลักษณะดังกล่าวนี้

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

(1) หน่วยงานที่เปลี่ยนแปลงไป จากแผนกต่าง ๆ ที่ทำตามหน้าที่ กลายเป็นกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบ

(2) งานที่เปลี่ยนแปลงจากงานย่อย ๆ ง่าย ๆ เป็นงานที่มีหลายมิติรวมอยู่ในงานเดียว

(3) บทบาทพนักงานเปลี่ยนแปลงไป จากการถูกควบคุมเป็นการมอบหมายอำนาจให้ตัดสินใจด้วย

(4) การเตรียมการทำงานเปลี่ยนแปลงไป จากการฝึกฝนเป็นการให้การศึกษา

(5) จุดเน้นของการวัดผลการปฏิบัติงานและค่าตอบแทนจะเปลี่ยนไป จากกิจกรรมเป็นผลลัพธ์

(6) เกณฑ์ในการวัดผลความก้าวหน้าเปลี่ยนไป จากการวัดที่ผลการปฏิบัติงาน เป็นการวัดที่ความสามารถ

(7) ค่านิยมเปลี่ยนแปลงไป จากการป้องกันรักษาสภาพเดิมเป็นการเพิ่มผลผลิตจากการเอาใจผู้บังคับบัญชา เป็นการเอาใจให้ลูกค้า

(8) ผู้บริหารเปลี่ยนแปลงไป จากการเป็นผู้ควบคุมเป็นครูฝึก จากผู้คอยบันทึกคะแนนเป็นผู้นำ

(9) โครงสร้างขององค์การเปลี่ยนแปลงไป จากสายการบังคับบัญชาที่เป็นลำดับชั้นตามแนวดิ่งกลายเป็นสายบังคับบัญชาแบบแนวราบ

แนวคิดเกี่ยวกับการต่อต้านและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง (อรุณ รักธรรม, 2535) ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการต่อต้านและการยอมรับการเปลี่ยนแปลง

เหตุผลต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ในการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงสมมติว่าเป็นผู้เสียประโยชน์	เหตุผลต่าง ๆ ในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสมมติว่าเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์
1. ความกลัวในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ต้องทำงานเพิ่มขึ้นรายได้เท่าเดิม จะต้องเพิ่มเวลาทำงาน โอกาสในการก้าวหน้าจะลดน้อยลง	1. ความหวังในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ จะได้รับประโยชน์มากขึ้น โอกาสก้าวหน้าดีกว่าเดิม มีรายได้เพิ่มขึ้น
2. ความกลัวในด้านความมั่นคงส่วนตัว ได้แก่ สถานการณ์ไม่ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ สงสัยว่าจะทำงานตามมาตรฐานได้อย่างไร หน้าที่ความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น	2. ความหวังในด้านมั่นคง ได้แก่ โอกาสมั่นคงในการทำงานจะมีมากขึ้น มีความสำคัญมากขึ้นกว่าเดิม ความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ลดลง โอกาสในการแข่งขันมากขึ้น
3. ความกลัวในความสะดวกส่วนตัว ความสนุกสนานในการทำงานลดลง สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปต้องทำงานหนักขึ้น	3. ความหวังในความสะดวกส่วนตัว งานจะง่ายขึ้นกว่าเก่า สภาพการทำงานดีขึ้นกว่าเดิม ชีวิตทั่วไปดีขึ้น
4. ความกลัวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน เช่น งานใหม่ไม่น่าสนใจไม่ท้าทาย มีความกดดันในการทำงานมากขึ้น มีอำนาจหน้าที่ลดลง หน้าที่ความรับผิดชอบเพิ่มขึ้น	4. ความหวังในการได้รับความพึงพอใจในการทำงานมากขึ้น เช่น งานใหม่ท้าทายและท้าทายมากกว่าเก่า ความกดดันน้อยลง จะมีความรับผิดชอบมากขึ้น
5. ความกลัวทางสังคม เช่น จะสูญเสียฐานะทางสังคม ถิ่นที่คุ้นเคยกับการเปลี่ยนแปลงนี้	5. ความหวังทางสังคม ฐานะทางสังคมจะดีขึ้น มีอำนาจในทางสังคมเพิ่มขึ้น
6. สิ่งที่ทำให้เกิดความรำคาญที่จะต้องพบกับการเปลี่ยนแปลง เช่น ไม่มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเลย มองไม่เห็นความสำคัญในการเปลี่ยนแปลง	6. ความหวังที่น่าพอใจในการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ พพอใจ ภูมิใจที่ได้รับการมอบหมายให้ทำงาน ดีใจที่การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นการบุกเบิกวิธีการใหม่ น่าภูมิใจที่มีส่วนร่วม

เนื่องจากในปัจจุบันในธุรกิจด้านการเงินธนาคารได้มีการนำเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ พัฒนาเพื่อมาใช้งานกับระบบธนาคารมากมายเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น จึงอาจทำให้เกิดผลค่อทัศนคติพนักงานด้านต่าง ๆ มากมายจึงควรศึกษาถึงทัศนคติพนักงานซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมพนักงานเพื่อมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กรให้ดีขึ้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Kotler (1999) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นตัวที่ทำให้เกิดการตอบสนองในระหว่างบุคคลออกมาแตกต่างกัน ซึ่งหมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อความเชื่อในขณะที่เชื่อกับความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความเชื่อเป็นพลังโดยตรงที่ส่งผลกระทบถึงการรับรู้ของผู้บริโภคพฤติกรรมในการซื้อและการรับรู้ของบุคคล โดยการเลือกกลั่นกรองเอาตัวกระตุ้นใดๆที่ไม่ขัดแย้งกับทัศนคติที่มีอยู่ของบุคคล นอกจากนี้ยังสามารถบิดเบือนการรับรู้ข่าวสารและส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของบุคคล

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของ ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พอใจของบุคคล ความรู้สึก ด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Fishbian and Ajzen (1975) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านการพูดเป็นความคิด (Opinion) และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าต้องการวัดทัศนคติ สามารถทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์ (2549) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นการประเมินความพอใจและความไม่พอใจของบุคคล ความรู้สึกและแนวโน้มของการปฏิบัติที่มีต่อสิ่งของหรือ ความคิด หรือหมายถึงการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะที่พอใจหรือไม่พอใจ

ณัฐรุพันธ์ เจริญนันท์ (2551) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitudes) หมายถึง ความโน้มเอียงในทางบวกหรือลบที่บุคคลจะตอบสนองต่อเป้าหมายบุคคลหรือเหตุการณ์ ทัศนคติจะสะท้อนความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและอยู่รอบตัวเขา เช่น ตนเอง ครอบครัว งาน เพื่อนร่วมงาน และสังคม เป็นต้น โดยที่บุคคลอาจจะแสดงออกด้วยความตั้งใจหรือความเคยชิน ทัศนคติจึงมีลักษณะเป็นระดับความรู้สึกทางจิตวิทยาที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ และจะเห็นได้จากปฏิกิริยาได้ตอบว่าชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งเป็นระดับทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

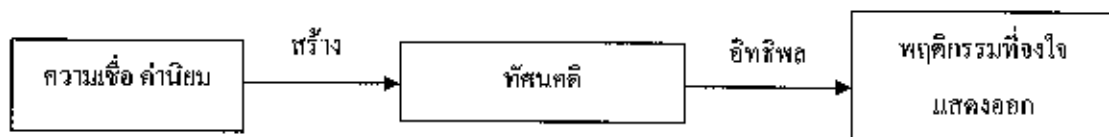
(1) ระดับความชอบ (Affection) เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมและบุคคลอื่นซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ โดยมีได้คำนึงถึงเหตุผลเป็นหลัก ไม่สามารถบอกเหตุผลได้ ซึ่งอาจเกิดจากอคติบางประการก็ได้

(2) ระดับที่มีการพิจารณา (Cognition) เป็นทัศนคติที่เกิดขึ้นจากการประมวลข้อมูลและเหตุผลประกอบการใช้ภูมิปัญญาและวิจารณญาณของบุคคล ซึ่งบุคคลจะสามารถอธิบายสาเหตุของการแสดงทัศนคติของเขาได้ และสามารถให้เหตุผลได้ว่าทำไมจึงมีความรู้สึกเช่นนั้น

(3) ระดับปฏิบัติ (Action) เป็นทัศนคติที่แสดงออกโดยการกระทำของบุคคลซึ่งเป็นผลจากปัจจัยแวดล้อม โดยมีผลทำให้เขาทำการตอบสนองอย่างเป็นรูปธรรม

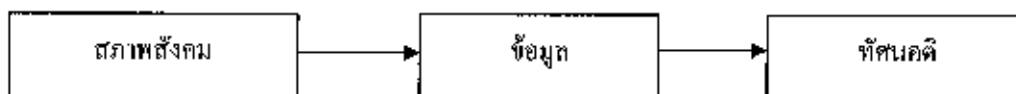
ทัศนคติของบุคคลจะมีบทบาทสำคัญ และเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การเช่น การมีส่วนร่วมกับองค์การ การขาดงาน การหมุนเวียนงานตลอดจนปริมาณและคุณภาพของงาน เป็นต้น ซึ่งสามารถสังเกตได้จากการแสดงออกง่าย ๆ เช่นพนักงานชอบบอกว่าเขาชอบงานของเขา หรือต้องใช้ความชำนาญในการสังเกต

ทัศนคติจะมีความคล้ายคลึงกับค่านิยม ซึ่งบุคคลจะสามารถรับการถ่ายทอดและเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมในสังคมแต่ทัศนคติจะมีรากฐานและมีความมั่นคงน้อยกว่าทำให้สามารถเปลี่ยนแปลงง่ายกว่าค่านิยม โดยเฉพาะเมื่อมีข้อมูลใหม่หรือระยะเวลาเปลี่ยนมาลงไปในความจริง ทัศนคติมีพื้นฐานมาจากความเชื่อและค่านิยมของบุคคล ซึ่งสามารถแสดงได้จากแบบจำลองในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรม (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์, 2551)

แบบจำลองจากภาพที่ 2.2 อธิบายว่า ความเชื่อและค่านิยมจะก่อให้เกิดทัศนคติ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคล ถึงแม้ว่าค่านิยมจะมีความมั่นคงและเปลี่ยนแปลงยาก แต่ความเชื่อของบุคคลอาจเปลี่ยนแปลงตามข้อมูลที่เขาได้รับ ซึ่งจะมีทัศนคติและการแสดงออกของเขา นอกจากนี้ Salacik และ Preffer (1978); อ้างอิงจาก ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์ (2551) ยังกล่าวเสริมว่า ทัศนคติของบุคคลจะพัฒนามาจากข้อมูลข่าวสารที่บุคคลได้รับจากสังคม ซึ่งสามารถอธิบายได้จากภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์และทัศนคติ (ณัฐพันธุ์ เจริญนันท์, 2551)

นอกจากนี้ทัศนคติต่างจากค่านิยมคือ ทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า เพราะความเชื่อมั่นของทัศนคตินี้น้อยกว่า สำหรับในองค์การทัศนคติของคนงานเป็นเรื่องสำคัญ เพราะมีผลต่อการทำงานเป็นอย่างยิ่ง เช่น การทำงานร่วมกัน ถ้าผู้ร่วมงานมีทัศนคติต่างกันมาก อาจทำให้แต่ละคนเกิดความคับข้องใจและความเครียดขึ้นได้ อันจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสม และเป็นสาเหตุของความขัดแย้งและการไม่ร่วมมือกันในการทำงาน

อย่างไรก็ดี บุคคลจะแสดงพฤติกรรมที่ไม่พอใจในองค์การเขาจะปฏิบัติงานตามปกติ และสร้างผลงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเราเรียกรากฎการณ์นี้ว่า “ความไม่ตรงกันในการรับรู้” (Cognitive Dissonance) โดยบุคคลจะพยายามลดความเบี่ยงเบนลง เพื่อให้พฤติกรรมและทัศนคติสอดคล้องกันมากขึ้น หรือเขากำลังจะหางานใหม่ หรืองานปัจจุบันที่ทำอยู่ก็ยังคงกว้างงานอื่นๆ อีกมาก

ทัศนคติในการทำงาน ทัศนคติของสมาชิกเป็นสิ่งสำคัญต่อการอยู่ร่วมกันและอนาคตของแต่ละองค์การ โดยทัศนคติที่มีต่องานและต่อองค์การ จะส่งผลต่อความกระตือรือร้น พุ่มพ และคุณภาพในการทำงานของบุคคล เราจะเห็นว่าบุคคลจะสนใจที่จะทำงาน ถ้าเขายังมีทัศนคติที่ดีว่างานเป็นสิ่งที่ไม่น่าเบื่อ มีความท้าทาย น่าสนใจ และสามารถแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ตลอดจนเป็นเครื่องแสดงคุณค่าและความเป็นมนุษย์ของเขา ในทางตรงกันข้าม ถ้างานของเขามีความซ้ำซาก น่าเบื่อ และไม่มีคุณค่าหรือความน่าภาคภูมิใจ ก็จะทำให้บุคคลขาดความกระตือรือร้น ค่ปริมาณ และคุณภาพของงาน นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเพื่อนร่วมงานก็เป็นส่วนสำคัญในการปฏิบัติงานในองค์การ ดังนั้นทัศนคติในการทำงานจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลที่อาจก่อให้เกิดอาการต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ความเครียด ความคับข้องใจ หรือความขัดแย้ง เป็นต้น ดังกล่าวไว้ว่า “คับที่อยู่ได้คับใจอยู่ยาก” โดยประเด็นสำคัญในการศึกษาทัศนคติของบุคคลที่มีในการร่วมงานกับองค์การ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) ความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction) หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่มีต่องานของเขา โดยบุคคลจะแสดงทัศนคติที่ดีต่องานหรือเรียกว่า “ความพอใจในงาน” หรือทัศนคติที่ไม่ดีต่องานหรือที่เรียกว่า “ความไม่พอใจในงาน” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากปัจจัยที่แตกต่างกัน โดยบุคคลจะประมวลผลของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับปัจจัยแวดล้อมในการทำงานทั้งในเชิงกายภาพและจิตวิทยา เช่น ความมั่นคง ความปลอดภัย ค่าตอบแทน สวัสดิการ และบรรยากาศในการทำงาน เป็นต้น ซึ่งปัจจัยแต่ละตัวจะถูกจัดออกเป็นกลุ่ม ๆ ที่มีผลต่อความพอใจ ที่เรียกว่าปัจจัยจูงใจ (Motivators) หรือไม่พอใจในงาน ที่เรียกว่าปัจจัยธำรงรักษา (Hygiene Factors) ที่ต่างกัน ดังที่ Frederick Herzberg กล่าวไว้

(2) การมีส่วนร่วมในงาน (Job Involvement) หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่คิดว่าเขามีส่วนร่วมในการสร้างความสำเร็จในผลงาน บุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่องานจะรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนสำคัญ

มีความภาคภูมิใจในผลงาน โดยบุคคลจะให้ความสำคัญและเต็มใจที่จะมีส่วนร่วมในการทำงาน ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตขององค์กร

(3) การผูกพันต่อองค์กร (Organization Commitment) หมายถึง ทักษะจิตของบุคคลในฐานะสมาชิกขององค์กร บุคคลที่มีความรัก ความซื่อสัตย์ และเชื่อมั่นในองค์กร จะร่วมแรงร่วมใจในการทำงานเพื่อให้องค์การเจริญก้าวหน้า ปัจจุบันหลายองค์กรจึงส่งเสริมความผูกพันระหว่างสมาชิกและองค์กร เพื่อสร้างสำนึกในการเป็นประชากรขององค์กร ให้เกิดในหมู่สมาชิก

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า อันที่จริงทัศนคติทั้ง 3 ประการมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เนื่องจากทัศนคติที่ดีต่อองค์กรเป็นปัจจัยที่ทำให้การอยู่ร่วมกันของสมาชิกมีความสอดคล้องและสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร ถ้าบุคคลมีทัศนคติที่ดี เราจะเห็นว่าความพึงพอใจในการปฏิบัติงานจะสูง เนื่องจากเขาจะกระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงาน พร้อมกับมีส่วนร่วมในการทำงานผูกพันในฐานะสมาชิกขององค์กร ซึ่งส่งเสริมให้องค์การสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเจริญเติบโตอย่างมั่นคง บางครั้งก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรถึงขนาดมีความจงรักภักดี

กิติมา สุรสนธิ (2548) กล่าวว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

(1) ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมถึงหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ

(2) ทัศนคติเชิงลบ คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกลงไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคล เรื่องราว หรือปัญหา รวมถึงหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ตลอดจนการดำเนินการขององค์กรนั้น ๆ

(3) ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น โดยไม่มีความรู้สึกต่อเรื่องราว หรือปัญหาใด ๆ ปัญหาหนึ่ง ทั้งต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบันองค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

2.4.1 องค์ประกอบของทัศนคติ

หลักองค์ประกอบของการเกิดทัศนคติ มี 3 ประการ คือ

2.4.1.1 ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่แสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อดั้งเดิม (Beliefs) ที่มีต่อผู้บริโภครวมเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ซึ่งได้มาจากการผสมกันระหว่างประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้ และผลกระทบต่อการรับรู้นี้จะกำหนดความเชื่อถือ ซึ่งหมายถึงสภาพด้านจิตใจ ที่สะท้อน

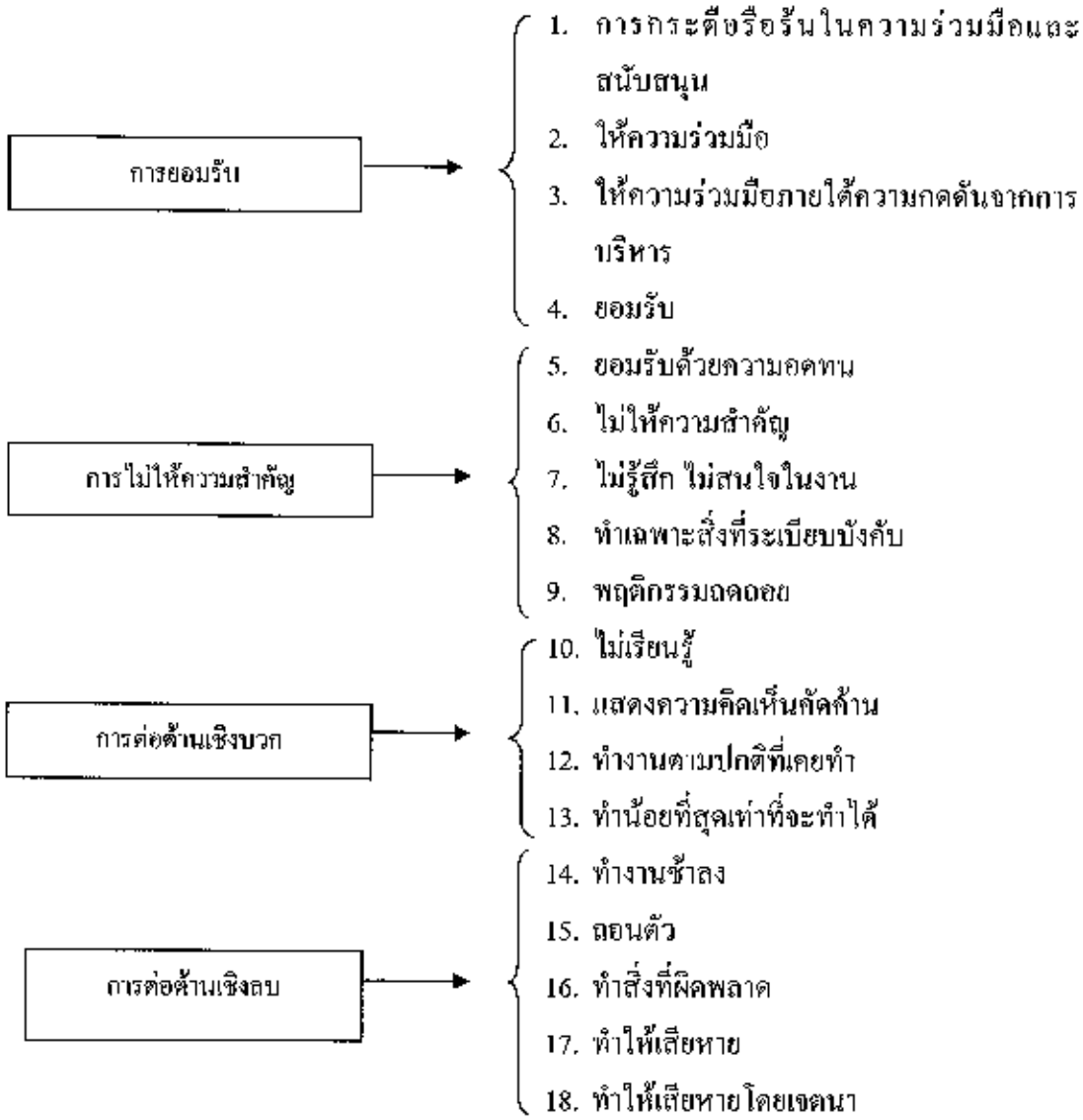
ความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล และการประเมินเกี่ยวกับความคิด บุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.4.1.2 ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึก (Emotion and feeling) ของผู้บริโภคมืด่ล่ความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวก (Positive) หรือด้านลบ (Negative) ซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจ วิธีปฏิบัติที่ใช้วัดการประเมินผลอาศัยเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจดีหรือไม่ดี เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

2.4.1.3 ส่วนของพฤติกรรม (Behavior Component) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงความน่าจะเป็น หรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรม การปฏิบัติ หรือปฏิกิริยาของผู้บริโภคด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง (ศิริวรรณ เจริญรัตน์และคณะ, 2546)

2.4.2 พฤติกรรมที่เป็นผลจลวกทัศนคติของพนักงาน

เมื่อองค์การมีการเปลี่ยนแปลง ข้อมลส่งผลให้ทัศนคติของพนักงานในองค์การมีการเปลี่ยนแปลงไปขณะเดียวกันพฤติกรรมของพนักงานก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยพฤติกรรมการแสดงออกซึ่งทัศนคติที่มีต่องานและการบริหารงานขององค์การนั้นมีหลายลักษณะ ได้แก่



ภาพที่ 2.4 พฤติกรรมการแสดงออกของทัศนคติที่มีต่องาน (David, 1977; อ้างอิงจาก นิภาวรรณวรรณสารพ, 2531)

2.5 ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อธุรกิจ

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีความจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน การทำงานจึงมีการเรียนรู้และใช้สารสนเทศและการสื่อสารกันอย่างกว้างขวาง ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยรวมกล่าวไว้ดังนี้ (โรงเรียนพระหฤทัยคอนวেন্ট, 2554 : เว็บไซต์)

(1) การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สภาพความเป็นอยู่ของสังคมเมือง มีการพัฒนา มีการใช้ระบบสื่อสารโทรคมนาคม เพื่อติดต่อสื่อสารให้สะดวกขึ้น มีการประยุกต์มาใช้เครื่องอำนวยความสะดวกภายในบ้าน เช่น ใช้เครื่องปรับอากาศ ใช้ควมคุมระบบไฟฟ้าภายในบ้าน

(2) เสริมสร้างความเท่าเทียมในสังคมและการกระจายโอกาส เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้เกิดการกระจายไปทั่วทุกหนทุกแห่ง แม้แต่ถิ่นทุรกันดาร ทำให้มีการกระจายโอกาสการเรียนรู้ มีการใช้ระบบการเรียนการสอนทางไกล การกระจายเสียงการเรียนรู้ไปยังถิ่นห่างไกล นอกจากนี้ ในปัจจุบันมีความพยายามที่ใช้ระบบการรักษาพยาบาลผ่านเครือข่ายสื่อสารอีกด้วย

(3) สารสนเทศและการสื่อสารกับการเรียนการสอนในโรงเรียน การเรียนการสอนในโรงเรียนมีการนำคอมพิวเตอร์และเครื่องประกอบช่วยในการเรียนรู้ เช่น วิดีทัศน์ เครื่องฉายภาพ คอมพิวเตอร์ช่วยสอน คอมพิวเตอร์ช่วยจัดการศึกษา จัดตามรายสอน คำนวณคะแนน จัดชั้นเรียน ทำรายงานเพื่อให้ผู้บริหารได้ทราบถึงปัญหาและการแก้ปัญหาในโรงเรียน ปัจจุบันการเรียนการสอนทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในโรงเรียนเป็นจำนวนมาก

(4) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กับสิ่งแวดล้อม ในการจัดทรัพยากรธรรมชาติจำเป็นต้องใช้สารสนเทศและการสื่อสาร อาทิ การดูแลรักษาป่า การใช้ภาพถ่ายความเทียม การติดตามข้อมูลสภาพอากาศ การพยากรณ์อากาศ การเก็บรวบรวมข้อมูลคุณภาพน้ำในแม่น้ำต่าง ๆ และการตรวจวัดมลภาวะเป็นต้น

(5) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกับการป้องกันประเทศ กิจการทางด้านทหารมีการใช้เทคโนโลยีอาวุธยุทโธปกรณ์สมัยใหม่ ล้วนแต่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และระบบควบคุม การใช้ระบบป้องกันภัยและระบบเฝ้าระวังที่มีคอมพิวเตอร์ควบคุมการทำงาน

(6) การผลิตในอุตสาหกรรมและการพาณิชย์กรรม การแข่งขันด้านการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมจำเป็นต้องหาวิธีการในการผลิตให้ได้มาก ราคาถูกลง เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทมาก มีการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการบริหารและการจัดการ การดำเนินการและรวมไปถึงการให้บริการกับลูกค้า เพื่อให้ซื้อสินค้าได้สะดวกขึ้น

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีผลเกี่ยวข้องกับทุกเรื่องในชีวิตประจำวัน บทบาทเหล่านี้มีแนวโน้มที่สำคัญมากยิ่งขึ้น ชาวชนรุ่นใหม่จึงควรเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อจะได้เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารให้ก้าวหน้าและเกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติต่อไป

2.5.1 ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อธุรกิจ

โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์, 2554 : เว็บไซต์) กล่าวถึงผลของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีต่อธุรกิจออกเป็น 3 ระดับ คือซึ่งสามารถอธิบายสรุปได้ดังนี้

2.5.1.1 ระดับอุตสาหกรรม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้า บริการ และตลาดของอุตสาหกรรม อาทิเช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแกนกลางของอุตสาหกรรมก็คือ เครือข่ายคอมพิวเตอร์ของตัวแทนจำหน่ายตั๋ว (Computerized Travel Agency Network) บริษัทสายการบินได้มีการพัฒนาระบบการสำรองที่นั่งด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อปรับกระบวนการสำรองที่นั่งให้เป็นอัตโนมัติ เป็นต้น

2.5.1.2 ระดับบริษัท เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จะมีผลกระทบต่อการผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ขาย การทดแทนกันได้ของสินค้า ผู้จะก้าวมาใหม่ และการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดสถานะภาพของธุรกิจหรือบริษัทในอุตสาหกรรมนั้น อาทิเช่น การที่บริษัทผู้ซื้อได้มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ หรือ Electronic Data Interchange (EDI) ในการที่จะขายสินค้าให้กับผู้ซื้อ บริษัทผู้ขายจะต้องมีระบบคอมพิวเตอร์ที่เข้ากันได้กับบริษัทผู้ซื้อโดยการใช้ EDI เช่นเดียวกัน เพื่อประสานการรับ-ส่งสินค้าและการเก็บ-จ่ายเงินระหว่างผู้ขายผู้ที่จะเข้ามาแข่งขันใหม่ก็จะต้องลงทุนเป็นจำนวนมากเพื่อที่จะมี EDI

2.5.1.3 ระดับนโยบาย เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จะมีผลกระทบต่อกลยุทธ์์ของธุรกิจใน 3 ด้าน คือ ด้านกลยุทธ์ในการลดต้นทุนสินค้าให้ต่ำ เช่น การที่บริษัทใช้ระบบการซื้อและควบคุมสินค้าแบบออนไลน์ ซึ่งสามารถลดต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าได้ ด้านกลยุทธ์ในการทำสินค้าให้แตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งที่มีการใช้งานใกล้เคียงกัน เช่น มีการบริการข่าวสารแบบ 24 ชั่วโมง ตลอด 365 วัน ด้านกลยุทธ์การหาตลาดเฉพาะส่วน โดยการกันการเข้ามาใหม่ เพื่อป้องกันการแข่งขันในส่วนแบ่งตลาด เช่น การที่ผู้ขายติดตั้งซอฟต์แวร์โดยเฉพาะและเครื่องคอมพิวเตอร์ในสำนักงานลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าของตนเอง

2.5.2 ผลกระทบของ เทคโนโลยีต่อบุคคล (Impacts of Individuals at Work)

เทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อบุคคลทั้งทางด้านประโยชน์และโทษ ดังต่อไปนี้

2.5.2.1 เทคโนโลยี กับการทำงานของผู้จัดการ เทคโนโลยีเปลี่ยนบทบาทการทำงานและการตัดสินใจของผู้จัดการ ให้เป็นการตัดสินใจแบบอัตโนมัติ การตัดสินใจซ้ำๆ ไม่จำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์มากเหมือนในอดีต โดยจะใช้ข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์จากระบบคอมพิวเตอร์และนำข้อมูลนั้นมาประกอบการตัดสินใจ พนักงานระดับกลางและระดับต่ำสามารถตัดสินใจงานบางอย่างแทนผู้จัดการได้ โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วย นอกจากนี้

ผู้จัดการยังทำงานน้อยลงเพราะมีเทคโนโลยีช่วยแต่ได้งานปริมาณงานมาก อย่างไรก็ตามเทคโนโลยียังกระทบต่อตำแหน่งผู้จัดการ กล่าวคือ มีความต้องการผู้จัดการที่สามารถใช้เทคโนโลยีได้

ในด้านความพึงพอใจ ผู้จัดการอาจไม่พอใจเท่าไรนักแม้ว่าเทคโนโลยีจะนำมาซึ่งงานที่ทำให้เกิดรายได้แต่ความพอใจในงานอาจน้อยลง เนื่องจากระบบสารสนเทศที่ทำงานบนพื้นฐานของคอมพิวเตอร์ (Computer-Based Information System: CBIS) ลดความสามารถของผู้จัดการลง

2.5.2.2 ผลต่อคนทำงาน อาจกระทบในเรื่องต่อไปนี้

1) ด้านความพึงพอใจ จะมีระบบคอมพิวเตอร์คอยสนับสนุน (support) และตัดสินใจแทนอาจทำให้รู้สึกดีที่งานดูง่ายขึ้น แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงในการที่ต้องเรียนรู้ เทคโนโลยี ใหม่ ๆ ก็สามารถสร้างความกังวลใจได้

2) ผลด้านจิตใจ จะมีความรู้สึกโดดเดี่ยวและขาดมนุษยสัมพันธ์มากขึ้น เนื่องจากมีอินเตอร์เน็ตเข้ามาแทนที่การสื่อสารและการทำงานในรูปแบบเดิม

3) ความกังวลในข่าวสารที่มากเกินไป อาจมีความผิดหวังจากคุณภาพของข่าวสารที่ได้รับบนเว็บไซต์ เช่น เมื่อค้นหาข้อมูล (Search) จากเว็บไซต์ข้อมูลอาจถูกดึงออกมาจากหลาย ๆ แหล่งเพื่อแสดงผล แต่ข้อมูลที่นำมาแสดงนั้นอาจมีมากเกินไปและไม่ตรงประเด็น

2.5.2.3 ผลต่อสุขภาพและความปลอดภัย ถ้าใช้คอมพิวเตอร์เป็นเวลานานหลายชั่วโมงอาจทำให้เกิดความตึงเครียดต่อร่างกาย การนั่งทำงานในท่าเดิมซ้ำ ๆ ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ เช่น หลัง ผายตา เหน็ด ข้อมือ จังหวะการเดินของหัวใจ ดังนั้นควรเลือกใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่รองรับสรีระของร่างกาย ส่วนในด้านความปลอดภัยนั้น ถ้าพนักงานคอมพิวเตอร์เป็นผู้หญิงและต้องทำงานกะดึก กลับบ้านดึกก็อาจก่อให้เกิดอันตรายได้

2.5.2.4 ในด้านอาชีพและการแข่งขัน ถ้ามีความรู้ด้าน เทคโนโลยี โอกาสได้งานก็จะสูงขึ้น คุณวุฒิของงาน ตลอดจนการอบรมเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีเพิ่มเติมก็ส่งผลต่อผู้สมัครงานด้วยเช่นกัน (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2555 : เว็บไซต์)

เมื่อมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาบ่มบ่มส่งผลต่อทัศนคติพนักงาน ซึ่งพนักงานแต่ละคนอาจจะมีทัศนคติที่ดีต่อระบบการทำงาน หรือเทคโนโลยีที่รับเข้ามาซึ่งอาจจะคิดว่ามีความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น แต่พนักงานบางคนที่ไม่ชำนาญในด้านเทคโนโลยีนั้น อาจ会有ความเห็นที่ขัดแย้ง เกิดทัศนคติที่ไม่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมพนักงานที่จะเกิดขึ้นได้

2.6 การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย

ลักษณะการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย (ธนาคารกรุงไทย, 2555 : เว็บไซต์)

2.6.1 บริการด้านบัญชี (Your Account)

- 2.6.1.1 เช็ดยอดเงินคงเหลือในบัญชีเงินฝาก เงินกู้
- 2.6.1.2 เช็ครายการเคลื่อนไหวในบัญชี
- 2.6.1.3 เรียกดู Statement ย้อนหลัง
- 2.6.1.4 อายัดสมุดบัญชี
- 2.6.1.5 ตั้งชื่อแทนบัญชี

2.6.2 บริการโอนเงิน (Funds Transfer)

- 2.6.2.1 โอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองได้ไม่จำกัดวงเงิน (บัญชีธนาคารกรุงไทย)
- 2.6.2.2 โอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่น
- 2.6.2.3 โอนเงินไปต่างธนาคาร ได้แก่ บมจ.ธนาคารกรุงเทพ บมจ.ธนาคารกสิกรไทย บมจ.ธนาคารทหารไทย บมจ.ธนาคารไทยพาณิชย์ บมจ.ธนาคารนครหลวง บมจ.ธนาคารยู โอ พี บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และ บมจ.ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ไทย
- 2.6.2.4 กำหนดการโอนล่วงหน้า/การโอนซ้ำอัตโนมัติ
- 2.6.2.5 เรียกดูประวัติการทำรายการ โอนเงินย้อนหลัง 12 เดือน

2.6.3 บริการชำระค่าสินค้า/บริการ

- 2.6.3.1 สาธารณูปโภค บัตรเครดิต สินเชื่อ คีลซิ่ง โทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์มือถือ เค็มเงินมือถือ อินเทอร์เน็ตลงทะเบียนเรียน ลงทะเบียนกวดวิชา ภาษีมูลค่าเพิ่ม ประกันชีวิตประกันภัย สินค้าขายตรง สหกรณ์ บริษัท หน่วยงานราชการรัฐวิสาหกิจ สถานศึกษา ฯลฯ
- 2.6.3.2 การกำหนดวันชำระเงินล่วงหน้าซ้ำอัตโนมัติ
- 2.6.3.3 เรียกดูประวัติการทำรายการชำระเงินย้อนหลัง 12 เดือน

2.6.4 บริการด้านเช็คและบัตร (Cheque & Card)

- 2.6.4.1 เรียกดูสถานะเช็ค
- 2.6.4.2 อายัดเช็ค
- 2.6.4.3 สอบถามรายการอายัดเช็ค
- 2.6.4.4 อายัดบัตร ATM
- 2.6.4.5 เรียกดู Statement บัตรกรุงไทย VISA DEBIT

2.6.5 การตั้งค่าส่วนตัว (Personalization)

- 2.6.5.1 การกำหนดวงเงินการทำรายการของแต่ละบัญชี
- 2.6.5.2 การเพิ่มบัญชีผู้รับโอน
- 2.6.5.3 การเพิ่มรายชื่อหน่วยงาน/บริการที่ต้องการชำระเงิน
- 2.6.5.4 การตั้งชื่อแทนบัญชีเงินฝาก บัญชีผู้รับโอน รายการที่ต้องการชำระ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิชดา เกรียมชัยศิริ (2542) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยเลือกพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 727 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และ t-test ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายนั้นมีประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในตัวแปรเพศ อายุ ลักษณะงาน และระยะเวลาการใช้ระบบเครือข่าย สำหรับลักษณะทางประชากรแตกต่างกันของผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในตัวแปรอายุ อาชีพ ลักษณะงาน ระยะเวลาในการใช้ระบบเครือข่าย อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่รับผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.368 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งหมายความว่า หากมีการเปิดรับข่าวสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากก็จะมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากตามไปด้วย

ศิริพร ตรีระแสง (2550) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพหลังการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์การของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ รวม 12 สาขา จำนวน 341 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ยร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ คือ ถูกค่าที่มาใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่

เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างกับธนาคารเป็นเวลานานกว่า 10 ปี ในการประเมินผลประสิทธิภาพภายหลังการปรับเปลี่ยนโครงสร้างขององค์การจากความคิดเห็นของลูกจ้างผู้มารับบริการ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงปัจจัยสำคัญ 4 ประการ คือ 1) รูปแบบการให้บริการของธนาคาร 2) คุณภาพการให้บริการของธนาคาร 3) ความรวดเร็วในการให้บริการ 4) ระดับความประทับใจการให้บริการของธนาคาร โดยลูกจ้างแสดงความคิดเห็นตามปัจจัยทั้ง 4 ประการว่าดีขึ้นกว่าเดิม สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อประสิทธิภาพของการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร จากความคิดเห็นของลูกจ้างพบว่า ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อประสิทธิภาพของการปรับเปลี่ยนองค์กร โดยพบว่า ปัจจัยภายในที่มีความสำคัญเรียงจากมากไปน้อยดังนี้ คือ ปัจจัยด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้ ปัจจัยด้านการปรับปรุงอาคารสถานที่ และปัจจัยด้านการบริการของพนักงาน ความสำคัญ สำหรับปัจจัยภายนอก คือ การพัฒนาและประชาสัมพันธ์ของธนาคารอื่นก็เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อประสิทธิภาพของการเปลี่ยนแปลงองค์กรเช่นเดียวกัน

วาสนา แสงมณี (2548) ศึกษาเรื่อง ทักษะของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อการประเมินผลการตรวจสอบโดยใช้ระบบสารสนเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่สังกัดในสำนักงานใหญ่ จำนวน 356 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สำหรับเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแปรทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างที่เป็นรายคู่ ใช้ Least Significant Difference (LSD) และสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Science) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อัตราเงินเดือน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการประเมินผลการตรวจสอบระบบสารสนเทศ ไม่แตกต่างกัน ความรู้ความสามารถด้านเทคนิค พบว่าพนักงานส่วนใหญ่สามารถแก้ไขปัญหาเมื่อเครื่องคอมพิวเตอร์ขัดข้องหรือมีความรู้ทางด้าน Operating System (OS) และความเข้าใจสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมของเครื่องคอมพิวเตอร์ได้อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความรู้ความสามารถทางด้านโปรแกรมของพนักงาน พบว่า มีความสามารถวิเคราะห์และพัฒนา ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจที่มีต่อผลการประเมินการตรวจสอบระบบสารสนเทศอยู่ในเกณฑ์พอใจ จากงานวิจัยนี้ทำให้ทราบว่า ทักษะนั้นมีทั้งด้านบวกด้านลบและด้านที่ไม่แสดงความคิดเห็น ถ้าหากว่าพนักงานมีทัศนคติด้านบวกย่อมส่งผลดีต่อองค์การในการให้ความร่วมมือปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ถ้าทัศนคติด้านลบก็จะส่งผลให้พนักงานไม่ให้ความ

ร่วมมือในการปฏิบัติงาน เกิดการต่อต้าน หรือลาออกไปในที่สุด ดังนั้นจึงควรมีการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมพนักงาน

กรกฎ บิริฐฐีสวัสดิ์ (2548) ศึกษาถึงความคิดเห็นของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ (สำนักงานใหญ่) ในฐานะผู้ใช้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สังกัด สำนักงานใหญ่ จำนวน 350 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การผันแปร และการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ โดยการกำหนดค่าสำคัญทางนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในธนาคาร ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และความตระหนักในความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารต่อระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สังกัดสำนักงานใหญ่ในฐานะผู้ใช้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการรับรู้ข้อมูลข่าวสารธนาคาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และประสิทธิภาพการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานในฐานะผู้ใช้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จากงานวิจัยพบว่า พนักงานมีการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ดี พนักงานมีความมั่นใจว่าระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้นช่วยลดระยะเวลาในการให้บริการลงได้ช่วยให้ธนาคารสามารถให้บริการลูกค้าได้มากและช่วยขยายฐานลูกค้าของธนาคารได้มากขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของพนักงานก่อให้เกิดความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น สามารถนำมาปรับใช้กับธนาคารกรุงไทย ได้

ชัยโรจน์ เจริญตระกูลยิ่ง (2546) ศึกษาเรื่อง ความรู้ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของพนักงานต่อการใช้ระบบ Lotus Notes : กรณีศึกษา ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) จำนวน 311 คน สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามสถิติ Chi-Square จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจในระบบ Lotus Notes ระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อการใช้ระบบในด้านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ในระดับมาก และระดับปานกลางสำหรับการดูข้อมูลและประกาศข่าวสารประชาสัมพันธ์ของธนาคาร ส่วนในด้านพฤติกรรมพนักงานส่วนใหญ่เข้ามาใช้งานระบบ Lotus Notes ในช่วงเวลาก่อน 9.00 น. มีจำนวนการใช้งานจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) มากที่สุด

ศุมิตรา เปลี่ยนสุภาพ (2550) ศึกษาเรื่องการรับรู้และทัศนคติของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อโครงการมาตรฐานการให้บริการของสาขา (Good Customer

Service) กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานธนาคารกรุงเทพ สาขาในเขตภาคนครหลวง 1-6 จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทำการวิจัย ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับโครงการมาตรฐานการให้บริการของสาขานั้นพนักงานรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการจากผู้จัดการสาขามากที่สุด รองลงมาได้แก่ จากการอบรมของฝ่ายฝึกอบรม

วัชรวิ มนัสสนิพ (2545) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรม การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเข้าร่วมดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท Work at home Solution ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ แบบวัดผลครั้งเดียว เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มใช้ t-test Chi square และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One way ANOVA) ใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและใช้โปรแกรม SPSS ในการประมวลผล ผลการวิจัยพบว่า ในด้านประชากรศาสตร์ และสังคมเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ไม่น้อยกว่า 6,000 บาทต่อเดือน ในเรื่องการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเฉลี่ยรวมจากทุกสื่ออยู่ในระดับน้อย และสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

วรรณวิมล ชูศูนย์ (2551) ศึกษาเรื่องทัศนคติของลูกค้าต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองราชบุรี โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา จากลูกค้าผู้ที่เป็นสมาชิกบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้แบบสอบถาม จำนวน 250 ชุด การวิเคราะห์โดยข้อมูลใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า ในด้านความรู้ความเข้าใจ ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จากการที่พนักงานธนาคารแนะนำมากที่สุด บริการที่ใช้มากที่สุด คือ การสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี รองลงมาคือการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปยังบัญชีบุคคลอื่น และสอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง ในด้านความรู้ถึงความคิดเห็น ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ส่วน คือ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ พนักงาน และลักษณะทางกายภาพ และสุดท้ายด้านพฤติกรรมพบว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพราะสะดวกในการใช้บริการตลอด

24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ โดยสถานที่ที่ใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่ คือ สถานที่ทำงานและมีปริมาณการใช้ที่เพิ่มขึ้น รวมถึงจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้วย

ธีระพันธ์ ทวีแก้ว (2551) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการปรับตัวของพนักงานหลังการปรับเปลี่ยนองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด (มหาชน) และธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) โดยได้ทำการศึกษา และเปรียบเทียบพฤติกรรมการปรับตัวของพนักงานหลังปรับเปลี่ยนองค์กรจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยใช้วิธีการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ แบบสำรวจ กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานธนาคารดีบีเอส ไทยท努 จำกัด(มหาชน) และพนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) เฉพาะสำนักงานใหญ่ จำนวน 290 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามค่าความเชื่อมั่น .810 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test และ เปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 50 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 71.7 และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 42.4 และอัตราเงินเดือนอยู่ที่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน เป็นร้อยละ 46.6 มีพฤติกรรมการปรับตัวของพนักงานหลังการปรับเปลี่ยนองค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พนักงานให้การสนับสนุนการปรับเปลี่ยนองค์กรเป็นอันดับแรก รองลงมาคือความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน และให้การยอมรับเป็นอันดับสุดท้าย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการปรับตัวหลังปรับเปลี่ยนองค์กรไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอัตราเงินเดือน พบว่ามีพฤติกรรมปรับตัวหลังปรับเปลี่ยนองค์กรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเมื่อเทียบกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารได้มีการนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ย่อมส่งผลถึงพฤติกรรมพนักงานที่ไม่ชำนาญในด้านการใช้เทคโนโลยีอาจเกิดทัศนคติที่ไม่ได้ดี จึงไม่ค่อยแนะนำให้ลูกค้าใช้บริการ แต่พนักงานก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการทำงานเพื่อให้เกิดความชำนาญเพื่อความอยู่รอดขององค์กร

อลยา วุฒิวิวัฒนกุล (2544) ศึกษา เรื่องความพึงพอใจในการทำงานและพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการธนาคารออมสิน สำนักพหลโยธิน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 102 คน เป็นพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ สำนักพหลโยธิน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 9.0 ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจใน

การทำงานโดยรวมอยู่ระดับปานกลาง และมีพฤติกรรมการให้บริการโดยรวมระดับสูง สำหรับเพศที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุ ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานที่ธนาคาร เงินเดือน การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และสถานภาพการสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการทำงานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสุดท้าย พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการให้บริการ ($r = 0.407$)

มนต์ชัย เรืองอุไร (2553) ศึกษาถึง การปรับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานภายหลังการเปลี่ยนแปลงเป็นบริษัทมหาชน : กรณีศึกษา บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ พนักงานบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ระดับ 1-9 จำนวน 375 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ จากผลการศึกษาพบว่า 1) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เพศชาย อายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาการปฏิบัติงาน 11-15 ปี อัตราเงินเดือน 20,000-30,000 บาท และตำแหน่งระดับ 6-7 2) การปรับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่าพนักงานมีการปรับเปลี่ยนด้านจิตสำนึกในการให้บริการเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ความรับผิดชอบในหน้าที่ การงาน การทำงานเป็นทีม การตระหนักถึงผลประโยชน์ส่วนรวมขององค์กรและความรู้ความสามารถในงาน ตามลำดับ 3) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า พนักงานบริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) เพศต่างกัน มีการปรับพฤติกรรมการทำงานในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพนักงาน ที่มีอายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ระดับตำแหน่งต่างกัน และอัตราเงินเดือนต่างกัน มีการปรับพฤติกรรมการทำงานในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ชนิษฐา ชุนโป (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยงานวิจัยนี้มีกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ทั่วประเทศที่มีระดับการศึกษานุปริญญาขึ้นไป และเป็นสมาชิกธนาคารทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 425 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น 0.89 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน Factor Analysis t-test F-test และ Multiple Regression โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารไทยพาณิชย์ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ เชื้อชาติ สถานภาพการสมรส ระดับ

การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ) และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เพียงด้านเดียว สำหรับบริการที่เป็นที่นิยมในธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี รองลงมาคือ บริการชำระค่าสินค้าหรือบริการ และบริการโอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองตามลำดับ

มณฑนา ปฏิทัศน์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ ทักษะ เจตคติ และปัญหาในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้แก่พนักงานธนาคารจำนวน 308 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติที (t-test) และความแปรปรวนทางเดียว (F-test) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความรู้ ในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาความรู้ในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ตามเพศ สังกัด อายุ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน พนักงานมีทักษะในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาทักษะในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ตามเพศ สังกัด อายุ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน สำหรับอายุและระยะเวลาในการปฏิบัติงานนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พนักงานมีเจตคติในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเจตคติในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ตามเพศ สังกัด อายุ และระยะเวลาในการปฏิบัติงานพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน

กันวรัฐ ชีระวิทย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย Chi-Square F-test และเปรียบเทียบรายคู่ของสหสัมพันธ์ จากลูกค้าจำนวน 400 คน พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในเรื่องการโอนเงินระหว่างบัญชีมากที่สุด รองลงมาคือ การชำระค่าสินค้าหรือบริการและการตรวจสอบระบบการบัญชีย้อนหลัง ตามลำดับ แต่มีความรู้ในเรื่องการโอนเงินไปต่างประเทศน้อยที่สุด ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะในเรื่องความสะดวกในการใช้บริการ รองลงมาคือ การประหยัดเวลา และความง่ายในการใช้บริการ ตามลำดับ สำหรับปัญหาที่ลูกค้าต้องการให้มีการแก้ไขคือ การประชาสัมพันธ์วิธีการใช้บริการให้ลูกค้ามีความรู้ ความเข้าใจในการใช้บริการมากขึ้น รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่นในความปลอดภัยของข้อมูลจากการใช้บริการ

บุญชรรัตน์ ทองหอม (2548) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการบัวหลวงไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือลูกค้า

ผู้มารับบริการ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือการแจกแจงจำนวน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ใช้วิธี Least Significant Difference (LSD) และสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการบัวหลวงโอบกั๋งของธนาคารกรุงเทพ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 26-33 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 20,000-30,000 บาท พฤติกรรมการใช้บริการส่วนใหญ่ มีจำนวนครั้งเฉลี่ย 2 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาที่ใช้ 18.00-24.00 น. สถานที่ใช้บริการคือที่ร้าน บริการที่ใช้บ่อยคือ สอบถามยอดเงินคงเหลือ และเหตุผลของการสมัครใช้บริการคือ สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ 5 ด้านคือ ด้านคุณลักษณะทั่วไป ด้านเงื่อนไขการบริการ ด้านค่าธรรมเนียม ด้านบริการพิเศษ และด้านบริการเสริม ผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับดี ยกเว้นด้านค่าธรรมเนียมที่โอนเงินเข้าบัญชีธนาคารกรุงเทพของบุคคลอื่น ภายในเขตเดียวกัน และด้านค่าธรรมเนียมโอนเงินข้ามเขตเข้าบัญชีธนาคารกรุงเทพตนเอง อยู่ในระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

บทที่ ทองเขียนพันธ์ (2547) ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาทัศนคติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า T-test และ F-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรอิสระเพศ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ส่วนตัวแปรอิสระอายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นในองค์กรและรายได้ต่อเดือนนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของพนักงานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต และทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

ทิพย์สุตา หมั่นหาญ (2547) ได้ทำการศึกษา วิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตทั้ง 7 แห่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 ตัวอย่าง และเก็บธนาคารละ 50 ตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตจากธนาคารกรุงเทพ ระยะเวลาใช้บริการ 1-2 ปี ทำรายการในการบริการผ่าน

อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้งต่อเดือน บริการส่วนใหญ่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าไปใช้บริการได้แก่ บริการสอบถามยอดเงินคงเหลือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการให้บริการ ตามลำดับ

Moutaz (2005) ได้ทำการศึกษา เรื่องการรับรู้และความเข้าใจในระบบการรักษาความปลอดภัยของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงระบบความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต จากกลุ่มตัวอย่าง 100 ราย ที่ตอบแบบสอบถามผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของสถาบันการเงินต่าง ๆ ในซาราวโคซ่า ฟตริดา และผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน จากการวิเคราะห์พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อันได้แก่ ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามกับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ระดับความสะดวกสบายที่ได้รับ ความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยจากการศึกษาดังกล่าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อย ระดับการศึกษาต่ำ และผู้มีรายได้ต่อเดือนน้อย จะตอบว่าไม่ได้รับความสะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ขณะเดียวกันยังมีความรู้สึกไม่ปลอดภัยที่จะทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบดังกล่าว ในขณะที่เดียวกันกลับพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อย ระดับการศึกษาสูง และผู้มีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างมากนั้น จะแสดงความคิดเห็นถึงการทำธุรกรรมผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ว่า ทำให้เกิดความสะดวกสบายอย่างมาก และมีความปลอดภัยสูง เนื่องจากไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตนเองที่สถาบันการเงิน

Lymperopoulos and Chaniotakis (2004) ศึกษาถึงเรื่องการรับรู้และเข้าใจในธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของพนักงานธนาคารในประเทศกรีซ โดยมีการระบุถึงผลของการนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้นั้นส่งผลดีต่อธนาคารมากมาย จากการแจกแบบสอบถามพนักงานธนาคารจำนวนทั้งสิ้น 180 สาขา 527 คน สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการสำรวจแบบสอบถามพบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 9 ปี ตำแหน่งผู้จัดการสาขา การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประจำสำนักงานสาขาขนาดใหญ่ โดยพนักงานมีความคิดเห็นว่าการนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้นั้นส่งผลให้เกิด การลดจำนวนรายลูกค้าที่มาใช้บริการ ลดต้นทุนการทำรายการ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างกลยุทธ์ด้านความแตกต่าง ลดจำนวนพนักงาน การช่วยในการแข่งขันกับธนาคารต่างชาติ การแข่งขันด้านราคา บริการที่แตกต่าง และลดความเสี่ยงของพนักงานสาขาในการให้บริการ โดยเรียงตามลำดับ ซึ่งล้วนเป็นประโยชน์ต่อการหากมีการนำมาใช้อย่างแพร่หลายในอนาคต

Gerrard and Cunningham (2003) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเผยแพร่ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ต่อลูกค้าชาวสิงคโปร์ โดยศึกษาจากประชากรจำนวน 240 คน ในย่านเศรษฐกิจของประเทศสิงคโปร์พบว่า จำนวนผู้ใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใน 240 คนนั้น มี 111 คนใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 29 ปี และการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 72 คน รายได้น้อยกว่า 3,000 สิงคโปร์ดอลลาร์ต่อเดือนมีเชื้อชาติจีน และส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สำหรับผู้ที่ไม่ใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อายุไม่เกิน 29 ปี มี 62 คน การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 104 คน มีเชื้อชาติจีน 95 คน และเป็นเพศชาย 66 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผลการวิจัยพบว่า การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศสิงคโปร์ที่มีรูปแบบการให้บริการด้วยตนเอง การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แทนที่ระบบการให้บริการธนาคารแบบดั้งเดิมนั้น ควรจะเข้าใจถึงสาเหตุซึ่งทำให้ลูกค้ายอมรับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้น จึงจะช่วยให้ธนาคารสามารถปรับปรุงการให้บริการลูกค้าได้สอดคล้องกับเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้านั้น ประกอบไปด้วย ความสามารถในการเข้าถึงการให้บริการ การเก็บรักษาความลับของลูกค้าและความปลอดภัยในข้อมูล ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความง่ายในการทำความเข้าใจกับระบบการให้บริการ,และความสามารถในการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ได้อย่างสมบูรณ์

Bussakorn and Fink (2005) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การยอมรับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์สำหรับประเทศกำลังพัฒนา ในประเทศไทยจากการแจกแบบสอบถาม 506 คนพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 64 มีอายุต่ำกว่า 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.5, อายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 46.6 การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 8.5 การศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 67.2, การศึกษาระดับปริญญาโทคิดเป็นร้อยละ 24.3 และการศึกษาระดับปริญญาเอก ร้อยละ 0.2 รายได้ส่วนใหญ่อยู่วระหว่าง 15,000-30,000 บาทส่วนใหญ่ลูกค้ามีประสบการณ์การใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 3 ปี และมีความรู้ในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ t-test และ ANOVA โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งสามารถใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังพบว่า การจัดทำเว็บไซต์ของธนาคารและการรับรู้ต่อประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่สุด นอกเหนือจากปัจจัยภายใน (รายได้ การศึกษา และอาชีพ) และภายนอก (ประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ต และประสบการณ์การใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น

Ndubisi and Sinti (2006) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะดิจิทัลของลูกค้าคุณลักษณะ และการยอมรับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศมาเลเซีย จากการแจกแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 382 ฉบับ

พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และใช้อินเตอร์เน็ตโดยเฉลี่ย 1-2 ชั่วโมงต่อวันสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) โดยได้ทำการศึกษาดังความสำคัญของระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในมาเลเซียในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ความยุ่งยากในการใช้งาน และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในด้านต่าง ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญในการนำระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการให้บริการ โดยพบว่า หัตถ์คดีของลูกค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือการที่ธนาคารนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ที่ครบถ้วนไว้ในเว็บไซต์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารให้แก่ลูกค้าซึ่งทำให้ง่ายต่อการเข้าถึงนับเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

ดังนั้น ปัจจัยหรือตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมพนักงานธนาคาร จากการสังเคราะห์งานวิจัย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.2 ดังนี้

ตามตารางที่ 2.2 การสังเคราะห์งานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์การคัดเลือกตัวแปร คือ ต้องมีผู้วิจัย/ศึกษาอย่างน้อย 3 เรื่อง นอกจากนี้หากตัวแปรใดที่สำคัญในงานวิจัยถึงแม้มีผู้ศึกษาไม่ครบ 3 เรื่อง แต่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยก็นำมาศึกษาด้วย โดยมีรายละเอียดแต่ละปัจจัย/ตัวแปร ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านบุคลิกลักษณะพนักงาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพการทำงาน ตำแหน่งและสถานภาพ 2) ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ ความรู้ความเข้าใจซึ่งรวมถึงความรู้ด้านระบบงาน ความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ต และการเปิดรับข่าวสารและบริการ 3) ปัจจัยด้านทัศนคติ ได้แก่ คุณลักษณะทั่วไปของบริการ ด้านเงื่อนไขการบริการ ด้านบริการพิเศษ ด้านค่าธรรมเนียมและด้านการจัดการความเสี่ยง และพฤติกรรมพนักงานซึ่งเป็นตัวแปรตามนั้น มีนักวิจัยเพียง 3 ท่านที่ศึกษาเหมือนกัน คือ ช่วงเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้งาน สถานที่ใช้งานและการให้การสนับสนุน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิจัยทุกงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในงานวิจัย ยกเว้นงานวิจัยของ Nelson และ Queenie (2006) เท่านั้นที่ไม่ได้ใช้สถิตินี้แต่ใช้เพียงการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) ในการทำวิจัยส่วนสถิติอ้างอิงหรือสถิติอนุมาน (Inference Statistics) นั้นส่วนใหญ่ใช้สถิติการแจกแจงแบบที (t-test) การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) นอกจากนั้นยังพบว่ายังมีเพียงงานวิจัยของ บัญชรรัตน์ ทองหอม (2548) เท่านั้นที่ใช้สถิติ Least Significant Difference (LSD) ในการทำวิจัย ดังตารางที่ 2.3

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์ การวิจัยเพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี เพื่อให้เป็นไปตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 วิธีการดำเนินการวิจัย
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการทำการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ประชากรโดยรวมจาก พนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี ทั้งหมดที่ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์กับลูกค้าจำนวน 164 คน ประกอบด้วยพนักงานแต่ละสาขา จำนวน 16 สาขา

3.1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายตามสัดส่วนของพนักงาน โดยกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี จำนวน 16 สาขา เนื่องจากมีจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงเลือกใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก (Lottery Method) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 116 คน ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n - ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ประชากรที่ใช้ศึกษา 164 จำนวน (คน)

e = กำหนดความเชื่อมั่น (95%)

แทนค่าจากสูตร จะได้

$$n = \frac{164}{1 + (164 \times 0.05^2)}$$

n - 116 คน

ตารางที่ 3.1 จำนวนและสัดส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวนสาขา (ณ วันที่ 18 พฤษภาคม 2555)

สาขา	จำนวนประชากร	สัดส่วน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ถนนช้างคู	16	70%	11
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	7	70%	5
โขงเจียม	11	70%	8
เดชอุดม	15	70%	11
เทศบาลโตดส์ เดชอุดม	5	70%	4
ตลาดบึงชี อุบลราชธานี	7	70%	5
สี่แยกกิโลศูนย์	10	70%	7
อุบลราชธานี	17	70%	12
บุญทวี	10	70%	7
ชิงเจริญปาร์ค	7	70%	5
อุบลวัดคู อุบลราชธานี	6	70%	4
ถนนอุปราช	10	70%	7
เทศบาลโตดส์ พิบูลมังสาหาร	6	70%	4
บึงชี วารินชำราบ	6	70%	4
วารินชำราบ	16	70%	11
ถนนสรรพสิทธิ์	15	70%	11
รวม	164		116

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษา แนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงานของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่ง และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในธนาคาร มีลักษณะ เป็นการตรวจสอบรายการ (Check List) และคำถามปลายเปิด (Open Ended)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจ และการรับรู้

(1) แบบสอบถามที่เกี่ยวกับความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและ อินทราเน็ต เพื่อให้ทราบถึงความรู้ความสามารถของพนักงานในการใช้อินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

(2) แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและบริการของพนักงาน เพื่อทราบถึง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร ข้อความและบริการต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ตของ พนักงานในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

(3) แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของบริการ เพื่อทราบถึงการรับรู้ คุณประโยชน์ของบริการ เช่น ความสะดวกสบาย ลดต้นทุนดำเนินการ และความปลอดภัย เป็นต้น ในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

(4) แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมพนักงาน เมื่อมี การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมพนักงานในการใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ โดยแบบสอบถามเป็นลักษณะการตรวจสอบรายการ (Check List) และ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง/บ่อยมาก	5
เห็นด้วย/บ่อย	4
ไม่แน่ใจ/ปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย/น้อย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/น้อยมาก	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับ ออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณา (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น จึงสามารถกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญได้ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยมาก

การแปลความหมาย การทดสอบสมมติฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของ

Hinkle D.E. (1998) ดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (r) ระดับความสัมพันธ์

0.90 – 1.00 มีความสัมพันธ์กันระดับสูงมาก

0.70 – 0.90 มีความสัมพันธ์กันระดับสูง

0.50 – 0.70 มีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง

0.30 – 0.50 มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำ

0.00 – 0.30 มีความสัมพันธ์กันระดับต่ำมาก

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้โอกาสผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงเกี่ยวกับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

3.3 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.3.1 ศึกษาทฤษฎี เอกสาร บทความ วารสาร ตำรา สื่ออิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ออกแบบแผนระเบียบวิธีการวิจัย ได้แก่ กำหนดประชากรเป้าหมาย เครื่องมือวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ตัวแปรในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอข้อมูล เป็นต้น แล้วนำมา ตัดแปลงและปรับปรุงให้เหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการศึกษาวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมพนักงานในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

3.3.2 ศึกษาวิธีสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขต กำหนดตัวแปร กลุ่มประชากร ออกแบบการเก็บข้อมูล ออกแบบเครื่องมือวิจัย วางแผนการวิเคราะห์งานวิจัย และเนื้อหาของแบบทดสอบจะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายของงานวิจัยยิ่งขึ้น

3.3.3 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างและพัฒนาเครื่องมือในการทำวิจัย คือ แบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3.3.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Concurrence: IOC) ในการพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม โดยพิจารณาค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยผู้วิจัยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหาดังต่อไปนี้ (รัช กฤตมณี, 2550)

3.3.4.1 เป็นผู้มีความรู้ทางการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าในสาขาการบริหารธุรกิจ

3.3.4.2 เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี และระดับรองผู้จัดการสาขาขึ้นไป

3.3.5 นำแบบสอบถามที่ได้ในขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงแก้ไข ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

3.3.6 ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

3.3.7 การทดสอบแบบสอบถาม

3.3.7.1 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) โดยนำมาทดสอบตามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (ชานินทร์ สิตปีجارุ, 2552)

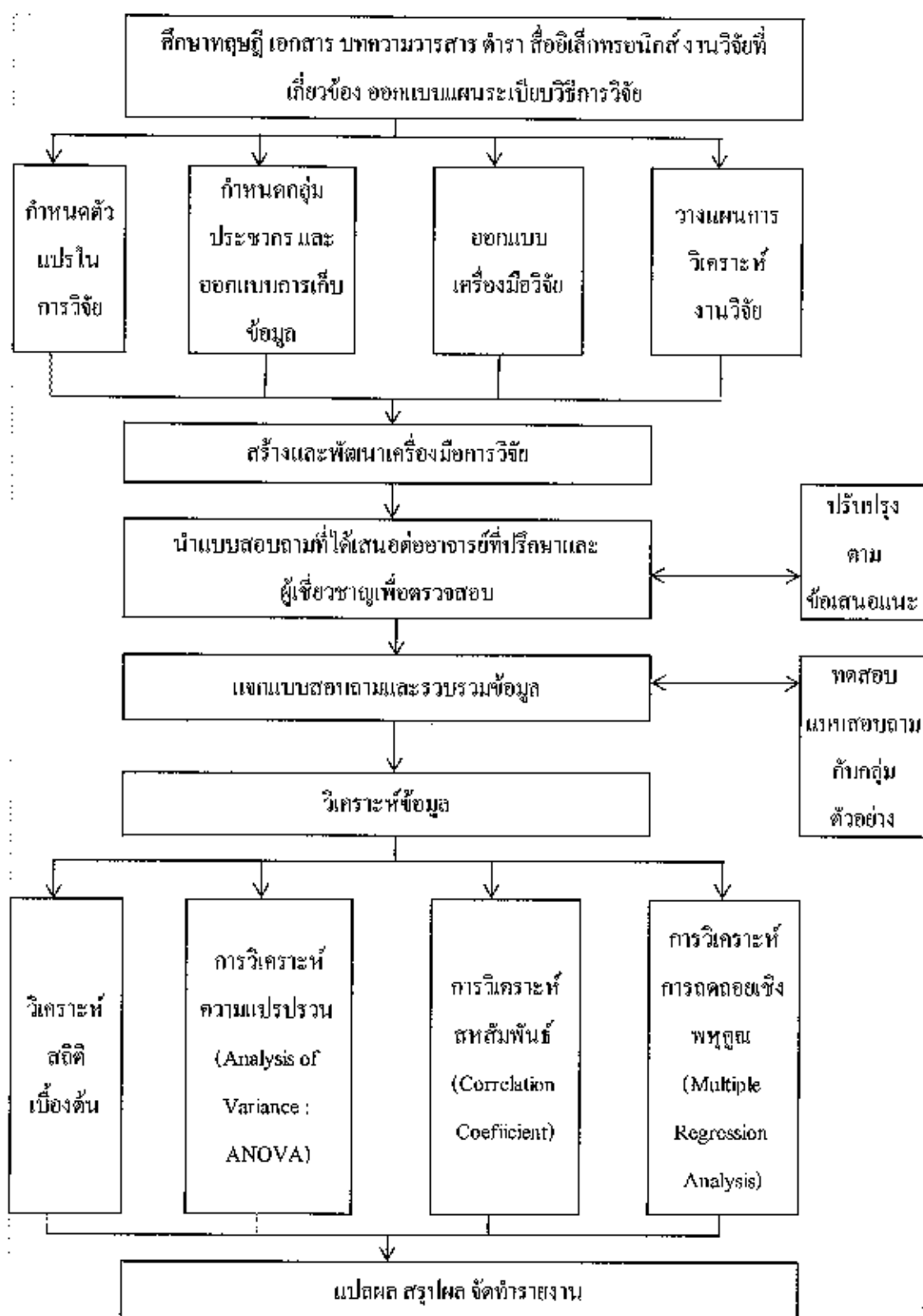
3.3.7.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha)

3.3.8 ทำการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.3.9 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเบื้องต้น

3.3.10 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และบันทึกผลการวิจัยที่ได้

3.3.11 สรุปผล แปลผล จัดทำรายงานการวิจัย



ภาพที่ 3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

3.4 การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นดังนี้

3.4.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัยชั้นควาอิสระ 3 ท่านเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) โดยการใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Concurrence: IOC) เพื่อให้มีความถูกต้องและตรงตามจุดประสงค์ในการวิจัย โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ขึ้นไป ค่า IOC ของแบบสอบถามที่คำนวณได้คือ 2.905 (เอกสารแนบตามภาคผนวก)

3.4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่า แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ได้จริง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบกับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษา (Pre-Test) จำนวน 30 คน ใช้วิธีการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยใช้สูตรของ Pearson Product Moment Correlation Coefficient และการหาความเชื่อมั่นรวมโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha) ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.9578 (เอกสารแนบตามภาคผนวก) แสดงว่าค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก เนื่องจากค่าที่ได้เกินในวงและมีค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งหมายความว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้เป็นอย่างดี

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการค้นหาข้อมูล ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ การใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้รวบรวมจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง โดยดำเนินการดังนี้

3.5.1.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง พร้อมกับตรวจสอบเอกสารเตรียมเก็บข้อมูลด้วยตนเองที่ธนาคารกรุงไทย สาขาต่าง ๆ 16 สาขา สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี

3.5.1.2 ขอนหนังสือราชการจากคณะกรรมการบริหารศาตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยแนบพร้อมทั้งแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามดังกล่าว

3.5.1.3 ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และเก็บรวบรวมให้ครบถ้วนระยะเวลาดำเนินการ 2 สัปดาห์

3.5.1.4 หลังจากได้แบบสอบถามกลับมาแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตนเอง จากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการเข้ารหัสและประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป แล้วจึงนำผลที่ได้มาจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่ออธิบายความหมายและแสดงผลข้อมูลที่ได้ทั้งหมด

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ การศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยวิทยานิพนธ์ รายงานการค้นคว้าอิสระ วารสารวิชาการ เอกสารของหน่วยงาน หนังสือที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยต่างๆ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 สถิติที่หาคุณภาพของแบบสอบถาม ได้แก่

สถิติที่หาคุณภาพของแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์เพื่อหาค่าดัชนี ความสอดคล้อง (IOC) เป็นรายคำถามหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach Alpha)

3.6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (ชานินทร์ สิลปีจารุ, 2552)

3.6.2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้จำแนกกลุ่ม หรือแยกประเภทในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการจำแนก และแปลความหมายของตัวแปร และใช้ในการเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างตัวแปรในกลุ่มตัวอย่าง

3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล

3.6.2.2 สถิติอ้างอิงหรือสถิติอนุมาน (Inference Statistics)

1) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) ในการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ตามปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงานที่ต่างกัน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

2) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

3) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เพื่อค้นหาปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีการอิเล็กทรอนิกส์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี นำเสนอผลการวิเคราะห์ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น (Descriptive Statistics)

4.2 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ระหว่าง ตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน (One Way ANOVA)

4.3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับตัวแปรทำนาย (Independent Variables)

4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคาร

โดยผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์ในการนำเสนอข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
P	แทน	ความน่าจะเป็น (Probability)
t	แทน	ค่าการแจกแจงแบบที (t-distribution)
F	แทน	ค่าการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
B	แทน	สัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)
Beta	แทน	สัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Coefficient)
R	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	สัมประสิทธิ์การทำนาย

S.E.	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
Gender	แทน	เพศ
Status	แทน	สถานภาพ
Age	แทน	อายุ
Position	แทน	ตำแหน่ง
Education	แทน	ระดับการศึกษา
Income	แทน	รายได้ต่อเดือน
Working	แทน	อายุการทำงาน
Knowledge	แทน	ความรู้พื้นฐาน
Exposure	แทน	การเปิดรับข่าวสาร
Benefits	แทน	การรับรู้ประโยชน์
Systems	แทน	ความรู้ความเข้าใจระบบ
Awareness	แทน	ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้
Features	แทน	ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ
Fee	แทน	ด้านค่าธรรมเนียม
Services	แทน	ด้านบริการพิเศษ
Risk	แทน	ด้านการจัดการความเสี่ยง
Attitude	แทน	ปัจจัยด้านทัศนคติ
Frequency	แทน	ความถี่ในการใช้บริการ
Sponsorship	แทน	การให้การสนับสนุน
Behavior	แทน	พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น (Descriptive Statistics)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขต
อุบลราชธานี จำนวน 116 คน เป็นดังนี้

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะพนักงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะพนักงาน จำแนกตามเพศ สถานภาพ
อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอื่นๆ

ข้อมูลด้านคุณลักษณะของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	27	23.28
หญิง	89	76.72
รวม	116	100
2. สถานภาพ		
โสด	64	55.17
สมรส	44	37.93
หม้าย	5	4.31
หย่าร้าง	3	2.59
รวม	116	100
3. อายุ		
20-30 ปี	62	53.45
31-40 ปี	6	5.17
41-50 ปี	27	23.28
50 ปีขึ้นไป	21	18.1
รวม	116	100
4. ตำแหน่ง		
เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ	11	9.48
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด	62	53.45
เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด	22	18.97
เจ้าหน้าที่อาวุโสรักษาการรองผู้จัดการบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด	4	3.45
รองผู้จัดการบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด/ผู้ช่วยผู้จัดการบริการลูกค้า	15	12.93
ผู้บริหารสาขา/ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส	2	1.72
รวม	116	100

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอื่นๆ (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะลักษณะของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. ตำแหน่ง		
เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ	11	9.48
เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด	62	53.45
เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด	22	18.97
เจ้าหน้าที่อาวุโสวิชาการรองผู้จัดการบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด	4	3.45
รองผู้จัดการบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด/ผู้ช่วย		
ผู้จัดการบริการลูกค้า	15	12.93
ผู้บริหารสาขา/ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส	2	1.72
รวม	116	100
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	5.17
ปริญญาตรี	96	82.76
ปริญญาโท	14	12.07
รวม	116	100
6. รายได้ต่อเดือน		
10,000-20,000 บาท	57	49.14
20,001-30,000 บาท	11	9.48
30,001-40,000 บาท	6	5.17
40,001-50,000 บาท	12	10.34
50,001-60,000 บาท	16	13.79
60,000 บาทขึ้นไป	14	12.07
รวม	116	100

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอื่นๆ (ต่อ)

ข้อมูลด้านคุณลักษณะของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7.อายุการทำงาน		
น้อยกว่า 1 ปี	26	22.41
1-5 ปี	36	31.03
6-10 ปี	6	5.17
11-15 ปี	3	2.59
16-20 ปี	11	9.48
21-25 ปี	24	20.69
26-30 ปี	3	2.59
30 ปีขึ้นไป	7	6.03
รวม	116	100
8. การติดตั้งการให้บริการอินเทอร์เน็ต		
มี การติดตั้งการให้บริการอินเทอร์เน็ต	100	86.21
ไม่มี การติดตั้งการให้บริการอินเทอร์เน็ต	16	13.79
รวม	116	100
9. ถ้ามี ส่วนมากใช้บริการที่		
บ้าน	38	38
ที่ทำงาน	6	6
ไม่ตอบ	56	56
รวม	100	100

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอื่นๆ (ต่อ)

ข้อมูลด้านคุณลักษณะของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10.โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ค้นหาข้อมูล	93	26.35
ดูหนัง ฟังเพลง	63	17.85
เล่นเกมด้านสังคมออนไลน์	60	17
เช็คจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	49	13.88
อ่านหนังสือออนไลน์	33	9.35
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	31	8.78
เล่นเกม	24	6.8
11. ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)		
เคย	104	89.66
ไม่เคย	12	10.34
รวม	116	100
12.ระยะเวลาใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์		
ต่ำกว่า 6 เดือน	25	21.55
6 เดือน-1 ปี	35	30.17
มากกว่า 1 ปี - 2 ปี	13	11.21
มากกว่า 2 ปี	43	37.07
รวม	116	100

จากตารางที่ 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงาน เป็นพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี จำนวน 116 คน พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง ร้อยละ 76.72 และเพศชาย ร้อยละ 23.28 สถานภาพ พบว่า สถานภาพโสดมากที่สุด ร้อยละ 55.17 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส ร้อยละ 37.93 สำหรับอายุ พบว่า ช่วงอายุ 20-30 ปี มากที่สุด ร้อยละ 53.45 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 23.28 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาดมากที่สุด ร้อยละ 53.45 รองลงมาคือ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า/ธุรกิจและ

การตลาด ร้อยละ 18.97 ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 82.76 รองลงมา คือ การศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 12.07 มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 10,000-20,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 49.14 รองลงมาคือ มีรายได้ในช่วง 50,001-60,000 บาท ร้อยละ 13.79 อายุการทำงานในช่วง 1-5 ปี มากที่สุด ร้อยละ 31.03 รองลงมาคือ น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 22.41 ในส่วนของการติดตั้งการใช้ บริการอินเทอร์เน็ต พบว่า มีการติดตั้งการใช้บริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 86.21 และส่วนมากใช้ บริการที่บ้านร้อยละ 38.00 ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้านค้นหาข้อมูลมากที่สุด ร้อยละ 26.35 รองลงมาคือ ดูหนัง ฟังเพลงร้อยละ 17.85 เคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ร้อยละ 89.66 และใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 2 ปีมากที่สุด ร้อยละ 37.07 รองลงมาคือ ใช้บริการ 6 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 30.17

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จำแนก ตามแหล่งข้อมูล สถานที่ช่วงเวลา ระยะเวลา และการแนะนำบุคคล ปრაกฏผลดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล สถานที่ ช่วงเวลา และอื่นๆ

ข้อมูลด้านคุณลักษณะบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รู้จักจากแหล่งข้อมูลใด		
พนักงานแนะนำ	40	34.48
แผ่นพับ/โปสเตอร์	8	6.9
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	1	0.86
เว็บไซต์ธนาคารกรุงไทย	46	39.66
เพื่อนคนรู้จัก/แนะนำ	13	11.21
โฆษณาผ่านตู้ ATM	4	3.45
โฆษณาทางโทรทัศน์	4	3.45
รวม	116	100

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูล สถานที่ ช่วงเวลา และอื่นๆ

ข้อมูลด้านคุณลักษณะของพนักงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. สถานที่ที่ท่านใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)		
ที่บ้าน	38	32.76
ที่ทำงาน	52	44.83
ร้านอินเทอร์เน็ต	1	0.86
มือถือ	25	21.55
รวม	116	100
3. ช่วงเวลาในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์		
0.00 - 06.00 น.	2	1.72
06.01-12.00 น.	16	13.79
12.01-18.00 น.	33	28.45
18.01-24.00 น.	65	56.03
รวม	116	100
4. ระยะเวลาในการใช้งานบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์		
1-30 นาที	89	76.72
31-60 นาที	17	14.66
1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	9	7.76
มากกว่า 2 ชั่วโมง	1	0.86
รวม	116	100
5. แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์		
แนะนำ เพราะใช้ง่าย สะดวกสบาย	91	78.45
แนะนำ ถ้าถูกค่า หรือบุคคลอื่นต้องการคำแนะนำ	25	21.55
รวม	116	100

จากตารางที่ 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี พบว่า ส่วนมากรู้จักจากแหล่งข้อมูล

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ธนาคารกรุงไทยร้อยละ 39.66 รองลงมาคือ พนักงานแนะนำ ร้อยละ 34.48 ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำงานมากที่สุด ร้อยละ 44.83 รองลงมาคือ ที่บ้าน ร้อยละ 32.76 พนักงานกรุงไทยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มาก ที่สุด ร้อยละ 56.03 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 28.45 โดยใช้เวลา 1-30 นาที มาก ที่สุด ร้อยละ 76.72 รองลงมาคือ 31-60 นาที ร้อยละ 14.66 ในส่วนของการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) พบว่า แนะนำ เพราะใช้ง่าย สะดวกสบายมากที่สุด ร้อยละ 78.45และ แนะนำ ถ้าถูกคำ หรือบุคคลอื่นต้องการคำแนะนำ ร้อยละ 21.55

4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายละเอียดปรากฏผล ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญจำแนกรายด้าน

ความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้รายด้าน	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1. ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและ อินทราเน็ต	4.08	0.44	มาก
2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการ	3.80	0.81	มาก
3. การรับรู้ประโยชน์ของบริการ	4.23	0.52	มากที่สุด
4. ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ	3.72	0.74	มาก
ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รวม	3.96	0.45	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ในด้านการรับรู้ประโยชน์ของบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.23 ระดับความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ลำดับต่อมา คือ ด้านความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ตมีความสำคัญระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการ มีความสำคัญระดับมาก เช่นเดียวกัน ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 และลำดับสุดท้าย คือ ด้านความรู้

ความเข้าใจใน การใช้งานระบบบริการมีความสำคัญระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ด้านความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต

1. ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1.1 ท่านมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (จอ Convenient)	4.15	0.55	มาก
1.2 ท่านรู้และเข้าใจระบบการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (จอ Convenient) เป็นอย่างดี	4.06	0.59	มาก
1.3 ท่านสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ในการปฏิบัติงานจากระบบอินเทอร์เน็ต (จอ Convenient) ของธนาคารได้เป็นอย่างดี	4.18	0.50	มาก
1.4 เมื่อท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยในการปฏิบัติงาน ท่านสามารถสืบค้นข้อมูลได้จากระบบอินเทอร์เน็ต (จอ Convenient) ของธนาคารได้	4.25	0.53	มากที่สุด
1.5 อินเทอร์เน็ต (จอ Convenient) ของธนาคารมีข้อมูลเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานของท่าน โดยไม่จำเป็นต้องค้นข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น	3.78	0.90	มาก
รวม	4.08	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.78 – 4.25 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.50 -0.90 เมื่อพิจารณาข้อแล้วพบว่า พนักงานกรุงไทย ให้ความสำคัญกับเมื่อท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยในการปฏิบัติงาน ท่านสามารถสืบค้นข้อมูลได้จากระบบอินเทอร์เน็ต (จอ Convenient) ของธนาคาร ได้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.53 ระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านสามารถค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานจากระบบอินเทอร์เน็ต (จอ Convenient) ของธนาคารได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

0.50 ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนข้อที่มีผลการประเมินน้อยที่สุด คือ อินทราเน็ต (จอ Convenient) ของธนาคารมีข้อมูลเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานของท่าน โดยไม่จำเป็นต้องค้นข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น มีค่าเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 ระดับความสำคัญมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการ

2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
2.1 อินทราเน็ตโฮมเพจของธนาคาร	4.32	0.95	มากที่สุด
2.2 E-mail	4.30	0.87	มากที่สุด
2.3 กระดานข่าว (Web board)	3.52	1.24	มาก
2.4 หนังสือเวียนและคำสั่ง	3.49	1.16	มาก
2.5 ระเบียบการธนาคาร	3.37	1.12	ปานกลาง
รวม	3.80	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.37 – 4.32 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.87 - 0.95 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า พนักงานกรุงไทย ให้ความสำคัญกับอินทราเน็ตโฮมเพจของธนาคาร ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95 รองลงมาคือ E-mail มีค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 ส่วนข้อที่น้อยสุด คือ ระเบียบการธนาคาร มีค่าเฉลี่ย 3.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12 โดยมีระดับความสำคัญปานกลางตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของบริการ

3. การรับรู้ประโยชน์ของบริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
3.1 ลดต้นทุนในการดำเนินการ	4.43	0.55	มากที่สุด
3.2 สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร	4.50	0.57	มากที่สุด
3.3 สร้างความได้เปรียบด้านนวัตกรรม	4.36	0.68	มากที่สุด
3.4 ลดจำนวนคิวทำรายการหน้าเคาน์เตอร์	4.28	0.82	มากที่สุด
3.5 เพิ่มปริมาณการขายผลิตภัณฑ์	4.10	0.80	มาก
3.6 เพิ่มคุณภาพการให้บริการมากขึ้น	4.22	0.76	มากที่สุด
3.7 ลดจำนวนพนักงานในการให้บริการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับธนาคาร	3.89	0.91	มาก
3.8 อื่น ๆ	4.36	0.81	มากที่สุด
3.9 สร้างความแตกต่างทางด้านการบริการ	4.33	0.77	มากที่สุด
3.1 สร้างความได้เปรียบด้านราคา	4.09	0.80	มาก
3.11 ลดความเสี่ยงจากการดำเนินงาน	4.01	0.82	มาก
รวม	4.23	0.52	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ของบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.89 – 4.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.55 - 0.91 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า พนักงานกรุงไทย ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรได้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 รองลงมา คือ ลดต้นทุนในการดำเนินการ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนข้อที่ค่าน้อยที่สุด คือ ลดจำนวนพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 ในระดับความสำคัญมาก

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ ด้านความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ

4. ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความสำคัญ
4.1 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบยอดบัญชีผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	3.8	0.96	มาก
4.2 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการลงทะเบียนหมายเลขบัญชีโดยใช้รหัส (TOP) ผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	3.84	0.96	มาก
4.3 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบระบบบัญชีย้อนหลัง (Statement) ผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	3.76	0.94	มาก
4.4 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการโอนเงินระหว่างบัญชีผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	3.8	0.93	มาก
4.5 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าหรือบริการ	3.72	0.97	มาก
4.6 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับซื้อขายหน่วยลงทุน	3.32	1.13	ปานกลาง
4.7 ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม	3.69	0.88	มาก
4.8 ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) โอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองและชำระค่าสินค้าและบริการ โดยไม่จำเป็นต้องเงินสดตลอด 24 ชั่วโมง	3.66	0.96	มาก
4.9 บัญชีที่ขอใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ต้องเป็นบัญชีบุคคลธรรมดาเท่านั้น	3.62	0.91	มาก
4.10 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเดิม	3.99	0.8	มาก
รวม	3.72	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการอยู่ในระดับปานกลาง – มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.32 – 3.99 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.80 – 1.13 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า พนักงานกรุงไทย ให้ความสำคัญกับ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเดิม ได้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 รองลงมาคือ ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการลงทะเบียนหมายเลขบัญชีโดยใช้รหัส (TOP) ผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.96 ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนข้อที่น้อยที่สุด คือ ท่านมีความรู้เกี่ยวกับสินเชื่อขยหน่วยลงทุน มีค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.13 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง

4.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายละเอียดสรุปจากผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติจำแนกตามรายด้าน

ปัจจัยด้านทัศนคติจำแนกตามรายด้าน	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1. ทัศนคติที่มีต่อค่านูณลักษณะทั่วไปของบริการ	4.12	0.50	มาก
2. ทัศนคติที่มีต่อด้านค่าธรรมเนียม	3.27	0.71	ปานกลาง
3. ทัศนคติด้านบริการพิเศษ	4.17	0.58	มาก
4. ทัศนคติที่มีต่อด้านจัดการความเสี่ยง	3.73	0.63	มาก
รวม	3.82	0.41	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ของพนักงานธนาคารกรุงไทย โดยภาพรวม อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ในด้านบริการพิเศษ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 ลำดับต่อมามีคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อค่านูณลักษณะทั่วไปของบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ด้านทัศนคติที่มีต่อด้านจัดการความเสี่ยง ค่าเฉลี่ย 3.73

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 และลำดับสุดท้าย คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อด้านค่าธรรมเนียม ค่าเฉลี่ย 3.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ

1. ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1.1 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านใช้บริการของธนาคารได้รวดเร็วขึ้น	4.34	0.56	มากที่สุด
1.2 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านใช้บริการธนาคารสะดวกขึ้น เช่น ในเรื่องของสถานที่และประหยัดเวลา	4.34	0.56	มากที่สุด
1.3 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.15	0.77	มาก
1.4 การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เสริมสร้างภาพลักษณ์ท่านให้เป็นคนทันสมัย	4.38	0.63	มากที่สุด
1.5 เว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัยดึงดูดให้เข้าเยี่ยมชมบริการ	4.16	0.6	มาก
1.6 การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มาให้บริการลูกค้าทำให้ธนาคารลดค่าใช้จ่าย เช่น พนักงาน กระดาษ ฯลฯ	4.26	0.71	มากที่สุด
1.7 การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มาใช้ทำให้การดำเนินงานของธนาคารในหลาย ๆ ด้านเจริญขึ้น	4.15	0.69	มาก
1.8 การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (KTB Online) ส่งผลให้ลดงานและเพิ่มคุณภาพในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น	4.09	0.76	มาก

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (ต่อ)

1. ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1.9 ท่านไม่เชื่อมั่นต่อระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เมื่อเทียบกับการใช้งานระบบ PD Teller	3.46	1.12	มาก
1.10 ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์(KTB Online) ช่วยให้มีเวลาในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น	3.89	0.85	มาก
รวม	4.12	0.5	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยทัศนคติด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.46 – 4.38 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.56 – 1.12 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทย ให้ความสำคัญกับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เสริมสร้างภาพลักษณ์ท่านให้เป็นคนทันสมัยได้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 ส่วนข้อที่มีค่านี้น้อยที่สุด คือ ท่านไม่เชื่อมั่นต่อระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เมื่อเทียบกับการใช้งานระบบ PD Teller มีค่าเฉลี่ย 3.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.12

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติด้านค่าธรรมเนียม

2. ด้านค่าธรรมเนียม	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
2.1 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น	2.73	1.10	ปานกลาง
2.2 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เก็บค่าธรรมเนียมการให้บริการที่สมเหตุสมผล	3.81	0.74	มาก
รวม	3.27	0.71	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยทัศนคติ ด้านค่าธรรมเนียม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 2.73 – 3.81 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.74 – 1.10 พบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทยให้ความสำคัญกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เก็บค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่สมเหตุสมผล มีค่าเฉลี่ย 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ที่ระดับความสำคัญ มาก ส่วนข้อที่มีผลการประเมินน้อยที่สุด คือ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ย 2.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.10 ที่ระดับความสำคัญ ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านบริการพิเศษ

ด้านบริการพิเศษ	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความสำคัญ
3.1 ท่านมีความพอใจต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ที่มีให้เลือกใช้หลากหลาย	4.13	0.61	มาก
3.2 ท่านพอใจต่อบริการการแจ้งผลทาง SMS ของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	4.22	0.70	มากที่สุด
รวม	4.17	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ด้านบริการพิเศษ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 4.13 – 4.22 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.61 – 0.70 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทย ให้ความสำคัญกับท่านพอใจต่อบริการการแจ้งผลทาง SMS ของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ได้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 ที่ระดับความสำคัญ มากที่สุดส่วนข้อที่น้อยที่สุดคือ ท่านมีความพอใจต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ที่มีให้เลือกใช้หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 ที่ระดับความสำคัญมาก

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านจัดการความเสี่ยง

ด้านจัดการความเสี่ยง	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความสำคัญ
4.1 ท่านมั่นใจในการให้บริการโดยพนักงานมากกว่าการใช้บริการผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	3.74	0.91	มาก
4.2 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) สามารถให้บริการท่านได้โดยไม่มีข้อผิดพลาด	3.50	0.89	มาก
4.3 บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีระบบให้บริการที่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ	3.96	0.73	มาก
รวม	3.73	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านจัดการความเสี่ยง อยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.50 – 3.96 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.73 – 0.91 เมื่อพิจารณาผลการประเมินรายชื่อแล้วพบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทย ให้ความสำคัญกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีระบบให้บริการที่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 ส่วนข้อที่น้อยที่สุด คือ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) สามารถให้บริการท่านได้โดยไม่มีข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ย 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 ตามลำดับ

4.1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมพนักงานในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายละเอียดปรากฏผลดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม

พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
1 ความดีในการใช้บริการ	2.9	1.04	ปานกลาง
2 การให้การสนับสนุน	3.74	0.62	มาก
รวม	3.32	0.66	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KWB Online) ของพนักงานธนาคารกรุงไทย โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า ในด้านการให้การสนับสนุน มีค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ที่ระดับความสำคัญ มาก และด้านความดีในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 ที่ระดับความสำคัญ ปานกลาง

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความดีในการใช้บริการ

1. ความดีในการใช้บริการ	$\bar{X}$	SD	ระดับการใช้บริการ
1.1 บริการสอบถามยอดข้อมูลยอดเงินคงเหลือ	3.45	1.23	มาก
1.2 บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองภายในธนาคาร	3.5	1.16	มาก
1.3 บริการ โอนเงินภายในธนาคารไปยังบัญชีบุคคลอื่น	3.26	1.18	ปานกลาง
1.4 บริการ โอนเงินต่างธนาคารไปยังบัญชีตนเองและบุคคลอื่น	2.85	1.4	ปานกลาง
1.5 บริการ โอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ	2.85	1.36	ปานกลาง
1.6 บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี	3.22	1.36	ปานกลาง
1.7 การจัดการบัญชี/โอนเงิน/ชำระค่าบริการอัตโนมัติ	2.82	1.37	ปานกลาง
1.8 บริการอายัดเช็ค/อายัดบัญชี/อายัดบัตรATM	2.00	1.43	น้อย
1.9 บริการซื้อขายกองทุน	2.12	1.41	น้อย
รวม	2.9	1.04	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านความถี่ในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 2.00 - 3.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 1.16 – 1.43 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทยใช้บริการมากที่สุด กับบริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองภายในธนาคาร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.16 รองลงมา คือ บริการสอบถามข้อมูลยอดเงินคงเหลือ มีค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.23 ส่วนข้อที่น้อยที่สุด คือ บริการอาัยค์เช็ค/อาัยค์บัญชี/อาัยค์บัตรATM มีค่าเฉลี่ย 2.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.43

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการให้การสนับสนุน

2. การให้การสนับสนุน	$\bar{X}$	SD	ระดับการสนับสนุน
2.1 ท่านมักจะให้เพื่อนพนักงานทำรายการผ่านระบบ PD Teller มากกว่าการทำรายการด้วยตนเองผ่านระบบ KTB Online	3.42	1.13	มาก
2.2 ท่านมักจะแนะนำให้ลูกค้าทำการสมัคร KTB Online ผ่านตู้ ATM มากกว่าทำรายการให้ลูกค้าด้วยตนเอง	3.75	1	มาก
2.3 ท่านมักทำธุรกรรมผ่านระบบ KTB Online เนื่องจากค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่ถูกกว่าการทำธุรกรรมผ่านระบบ PD Teller	4.03	0.84	มาก
รวม	3.74	0.62	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการให้การสนับสนุน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.42 – 4.03 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.84 – 1.13 เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทย ให้ความสำคัญกับทำธุรกรรมผ่านระบบ KTB Online เนื่องจากค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่ถูกกว่าการทำธุรกรรมผ่านระบบ PD Teller มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 ส่วนข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ การให้เพื่อนพนักงานทำรายการผ่านระบบ PD Teller มากกว่าการทำรายการด้วยตนเองผ่านระบบ KTB Online มีค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.13 ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ระหว่าง
ตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน (One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของพนักงานที่แตกต่างกันส่งผลถึงพฤติกรรม
การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ที่แตกต่างกัน สามารถตั้งเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.1 พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม
ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม
แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตาม
คุณลักษณะพนักงานด้านเพศ

ระดับพฤติกรรมการใช้ธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	Mean	SD	t	Sig
ชาย	27	3.177	0.72682	1.248	0.671
หญิง	89	3.3583	0.64064		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-test) ของพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศ ผลการวิเคราะห์พบว่า
ค่าสถิติ t-test = 1.248 sig = 0.671 แสดงว่า พฤติกรรมของพนักงานในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
โดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.2 พนักงานที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้าน
ความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านเพศ

ระดับพฤติกรรมการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	Mean	SD	t	Sig
หญิง	89	2.9338	1.02641	0.701	0.756
ชาย	27	2.7737	1.08756		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-test) ของพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศ ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสถิติ $t\text{-test} = 0.701$ $\text{sig} = 0.756$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ของพนักงานเมื่อจำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.3 พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานธนาคารกรุงไทย
จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านเพศ

ระดับพฤติกรรมการใช้ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (คน)	Mean	SD	t	Sig
หญิง	89	3.7828	0.59692	1.504	0.34
ชาย	27	3.5802	0.66405		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผลการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-test) ของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างเพศ ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $t\text{-test} = 1.504$ $\text{sig} = 0.34$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานเมื่อจำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.4 พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตาม
คุณลักษณะพนักงานด้านสถานภาพ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	0.254	2	0.127	0.285	0.752
Within Groups	50.28	113	0.445		
Total	50.533	115			

Levene Statistic = 2.327

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.285$ $sig = 0.752$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานเมื่อจำแนกตามสถานภาพ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.5 พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีสถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีสถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนก
ตามคุณลักษณะพนักงานด้านสถานภาพ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	2.348	2	1.174	1.090	0.340
Within Groups	121.646	113	1.077		
Total	123.993	115			

Levene Statistic = 1.581
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานระหว่างสถานภาพที่
แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 1.090$ $sig = 0.340$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานเมื่อจำแนกตามสถานภาพ ไม่มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.6 พนักงานที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีสถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการ
ให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีสถานภาพต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการ
ให้การสนับสนุน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานธนาคารกรุงไทย
จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านสถานภาพ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	0.583	2	0.292	0.765	0.468
Within Groups	43.087	113	0.381		
Total	43.670	115			

Levene Statistic = 2.225
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.765$ sig = 0.468 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานเมื่อจำแนกตามสถานภาพไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.7 พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตาม
คุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	0.811	3	0.270	0.609	0.611
Within Groups	49.723	112	0.444		
Total	50.533	115			

Levene Statistic = 1.274

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานระหว่างกลุ่มอายุที่
แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.609$ sig = 0.611 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ไม่มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตามมติฐานย่อยข้อที่ 1.8 พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้าน
ความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้าน
ความถี่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนก
ตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	0.428	3	0.143	0.129	0.943
Within Groups	123.565	112	1.103		
Total	123.993	115			

Levene Statistic = 0.690
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานระหว่างกลุ่มอายุที่
แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.129$ $sig = 0.943$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ไม่มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.9 พนักงานที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การ
สนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การ
สนับสนุน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานธนาคารกรุงไทย
จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	1.872	3	0.624	1.672	0.177
Within Groups	41.799	112	0.373		
Total	43.670	115			

Levene Statistic = 0.738
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานระหว่างกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 1.672$ $sig = 0.177$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.10 พนักงานที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตาม
คุณลักษณะพนักงานด้านตำแหน่ง

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	0.942	5	0.188	0.418	0.836
Within Groups	49.592	110	0.451		
Total	50.533	115			

Levene Statistic = 2.130

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานระหว่างตำแหน่งที่
แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.418$ $sig = 0.836$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานเมื่อจำแนกตามตำแหน่ง ไม่มีความแตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.11 พนักงานที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการ
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีตำแหน่งต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใน
ด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีตำแหน่งต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใน
ด้านความถี่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการถือของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนก
ตามคุณลักษณะพนักงานด้านตำแหน่ง

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	3.695	5	0.739	0.676	0.643
Within Groups	120.298	110	1.094		
Total	123.993	115			

Levene Statistic = 1.296

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการถือของพนักงานระหว่างตำแหน่งที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.676$ $sig = 0.643$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการถือของพนักงานเมื่อจำแนกตามตำแหน่ง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.12 พนักงานที่มีตำแหน่งแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีตำแหน่งต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีตำแหน่งต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานธนาคารกรุงไทย
จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านตำแหน่ง

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	1.316	5	0.263	0.683	0.637
Within Groups	42.355	110	0.385		
Total	43.670	115			

Levene Statistic = 0.577
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานระหว่างตำแหน่งที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.683$ $sig = 0.637$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานเมื่อจำแนกตามตำแหน่งไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.13 พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรม การใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตาม
คุณลักษณะพนักงานด้านระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	1.092	2	0.546	1.248	0.291
Within Groups	49.441	113	0.438		
Total	50.533	115			

Levene Statistic = 1.540

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรม การใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมของพนักงานระหว่างระดับการศึกษาที่
แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 1.248$ $sig = 0.291$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมของพนักงานเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่าง
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.14 พนักงานที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีระดับการศึกษาค้างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนก
ตามคุณลักษณะพนักงานด้านระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	3.637	2	1.819	1.707	0.186
Within Groups	120.356	113	1.065		
Total	123.993	115			

Levene Statistic = 0.181
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานระหว่างระดับการศึกษา
ที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 1.707$ sig = 0.186 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ไม่มีความ
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.15 พนักงานที่มีระดับการศึกษามแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีระดับการศึกษามต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใน
ด้านการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีระดับการศึกษามต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใน
ด้านการให้การสนับสนุน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานธนาคารกรุงไทย
จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	0.263	2	0.131	0.342	0.711
Within Groups	43.408	113	0.384		
Total	43.670	115			

Levene Statistic = 0.844
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.342$ sig = 0.711 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.16 พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตาม
คุณลักษณะพนักงานด้านรายได้ต่อเนื่อง

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	1.352	5	0.270	0.605	0.696
Within Groups	49.181	110	0.447		
Total	50.533	115			

Levene Statistic = 1.253
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบ
ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานระหว่างรายได้ต่อเนื่องที่
แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.605$ sig = 0.696 แสดงว่า พฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมของพนักงานเมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเนื่อง ไม่มีความแตกต่าง
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.17 พนักงานที่มีรายได้ต่อเนื่องแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีรายได้ต่อเนื่องต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีรายได้ต่อเนื่องต่างกันมีพฤติกรรมใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
ในด้านความถี่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนก
ตามคุณลักษณะพนักงานด้านรายได้ต่อเดือน

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	4.150	5	0.830	0.762	0.579
Within Groups	119.843	110	1.089		
Total	123.993	115			

Levene Statistic = 0.731

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานระหว่างรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.762$ $sig = 0.579$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานเมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.18 พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานธนาคารกรุงไทย
จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านรายได้ต่อเนื่อง

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	1.326	5	0.265	0.689	0.633
Within Groups	42.345	110	0.385		
Total	43.670	115			

Levene Statistic = 0.697

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานระหว่างรายได้ต่อเนื่องที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสถิติ $F = 0.689$ sig = 0.633 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุนของพนักงานเมื่อจำแนกตามรายได้ต่อเนื่อง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.19 พนักงานที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนกตาม
คุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	5.927	7	0.847	2.050	0.055
Within Groups	44.606	108	0.413		
Total	50.533	115			

Levene Statistic = 0.766
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมของพนักงานระหว่างกลุ่มอายุการทำงานที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 2.050$ $sig = 0.055$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมของพนักงานเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุการทำงาน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.20 พนักงานที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำแนก
ตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	13.424	7	1.918	1.873	0.081
Within Groups	110.570	108	1.024		
Total	123.993	115			

Levene Statistic = 0.919

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จกตารางที่ 4.35 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานระหว่างกลุ่มอายุการทำงานที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 1.873$ $sig = 0.081$ แสดงว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ของพนักงานเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุการทำงาน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยข้อที่ 1.21 พนักงานที่มีอายุการทำงานแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_0 : พนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงานที่มีอายุการทำงานต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมการใช้
ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุนของพนักงานธนาคารกรุงไทย
จำแนกตามคุณลักษณะพนักงานด้านกลุ่มอายุการทำงาน

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	MS	F	Sig
Between Groups	1.603	7	0.229	0.588	0.764
Within Groups	42.067	108	0.390		
Total	43.670	115			

Levene Statistic = 0.645

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่าผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุนของพนักงานระหว่างกลุ่มอายุการทำงานที่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ $F = 0.588$ $sig = 0.764$ แสดงว่าพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุนของพนักงานเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุการทำงาน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับตัวแปรทำนาย (Independent Variables)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยความรู้ ความเข้าใจและ การรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัด สำนักงานเขตอุบลราชธานี โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปรากฏดังแสดงในตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาวิทยาลัย
(Independent Variables)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Gender	0.23	0.424	1.00	0.198	0.391	0.239	-0.043	0.288	0.359	-0.006	-0.206	-0.116
2. Status	1.52	0.625		1.00	0.765	0.464	-0.005	0.643	0.670	0.103	0.097	-0.013
3. Age	2.06	1.225			1.00	0.649	-0.026	0.881	0.898	0.135	0.076	-0.049
4. Position	2.62	1.221				1.00	0.139	0.799	0.694	0.216	0.068	-0.065
5. Education	2.07	0.411					1.00	0.073	0.038	-0.056	-0.038	-0.042
6. Income	2.66	1.929						1.00	0.920	0.187	0.164	-0.062
7. Working	3.48	2.282							1.00	0.203	0.176	0.029
8. Awareness	3.9599	0.44812								1.00	0.630	0.525
9. Attitude	3.8246	0.41409									1.00	0.541
10. Behavior	3.3161	0.66289										1.00

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (ตัวแปรตาม) กับตัวแปรต้น อันได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ตำแหน่งงาน ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุการทำงาน ตัวแปรความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ และทัศนคติ ผลปรากฏว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง -0.056 ถึง 0.920 ตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน แต่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทัศนคติในระดับปานกลาง ($r = 0.541$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (Hinkle, D.E, 1998) รองลงมาคือตัวแปรความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในระดับปานกลาง ($r = 0.525$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน พบว่า อายุการทำงานมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนในระดับสูงมาก ($r = 0.920$) ถัดมาคือ อายุมีความสัมพันธ์กับอายุการทำงาน ($r = 0.898$) อายุมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือน ($r = 0.881$) ตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือน ($r = 0.799$) และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับเพศ ($r = 0.765$) ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุการทำงานกับรายได้ต่อเดือน อายุกับอายุการทำงาน อายุกับรายได้ต่อเดือน ตำแหน่งกับรายได้ต่อเดือน สถานภาพกับเพศ ดังนั้น เพื่อป้องกันการเกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นซึ่งกันและกัน (Multicollinearity) อันจะส่งผลให้ค่าที่คำนวณได้มีความเบี่ยงเบนไปจากค่าที่แท้จริง ผู้วิจัยจึงเลือกเพียงตัวแปรต้นเพียงตัวเดียวที่เหมาะสม ซึ่งสัมพันธ์กับตัวแปรตามสูงที่สุด และสามารถทดแทนตัวแปรต้นตัวอื่นได้ ผู้วิจัยจึงเลือก รายได้ต่อเดือน เพราะรายได้ต่อเดือนย่อมมาจากอายุ ตำแหน่งงาน และอายุการทำงาน เพื่อใช้ในการคำนวณสถิติที่เกี่ยวข้องต่อไป

4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

4.4.1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.624 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) มีเท่ากับ 0.389

หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 3 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ร้อยละ 38.90 โดยมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.53225 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

R	R Square (R ²)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.624	0.389	0.355	0.53225

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ระหว่าง พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวม กับปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ ผลปรากฏว่า ค่า $F = 11.564$ Sig. = 0.00 หมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ทำให้ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในลำดับถัดไป ดังแสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	19.655	6	3.276	11.564	0.00**
Residual	30.878	109	0.283		
Total	50.533	115			

- a. Predictors: (Constant) อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้รวม ทัศนคติรวม
- b. Dependent Variable: พฤติกรรมรวม

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวม ผลปรากฏว่า มีปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม หมายความว่า ถ้าพนักงานมีทัศนคติ เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม เพิ่มขึ้น (Beta = 0.375) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หากพนักงานธนาคารกรุงไทย มีความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมเพิ่มขึ้น (Beta = 0.330) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และถ้าหากพนักงานมีรายได้ต่อเดือน เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมลดลง (Beta = -0.358) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	VIF
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-0.876	0.604		-1.451	0.15	
เพศ (Sex)	-0.016	0.133	-0.01	-0.121	0.90	1.30
อายุ (Age)	0.107	0.092	0.198	1.170	0.24	5.11
ระดับการศึกษา (Education)	0.036	0.124	0.022	0.288	0.77	1.53
รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.123	0.057	-0.358	-2.159	0.033*	4.91
ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ (Awareness)	0.489	0.145	0.330	3.371	0.00**	1.71
ทัศนคติ (Attitude)	0.600	0.162	0.375	3.701	0.00**	1.83
R = 0.624 R ² = 0.389						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ ดังนี้

สมการทำนายรูปคะแนนดิบ

$$\text{Behavior} = -0.876 + 0.600^{**} (\text{Attitude}) + 0.489^{**} (\text{Awareness}) - 0.123^{*} (\text{Income})$$

สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{\text{Behavior}} = 0.375^{**} \text{Attitude} + 0.330^{**} \text{Awareness} - 0.358^{*} \text{Income}$$

4.4.2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ อันประกอบไปด้วย ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารและบริการ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ ความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ และปัจจัย ด้านทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.644 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.414 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 3 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ร้อยละ 41.40 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.5211 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

R	R Square (R^2)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.644	0.414	0.382	0.52110

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ระหว่างพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม กับปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ได้แก่ ความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารและบริการ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ และความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติ ผลปรากฏว่า ค่า $F = 12.849$ Sig. = 0.00 หมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ทำให้ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในลำดับถัดไป ดังแสดงในตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	20.935	6	3.489	12.849	0.00**
Residual	29.599	109	0.272		
Total	50.533	115			

a. Predictors: (Constant) รายได้ต่อเดือน ความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารและบริการ การรับรู้ประโยชน์ของบริการความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ ทัศนคติรวม

b. Dependent Variable: พฤติกรรมรวม

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ อัน ได้แก่ ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารและบริการ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ และความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม ผลปรากฏว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ในเรื่อง การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefit) และความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) และปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ถ้าพนักงานมีทัศนคติในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมเพิ่มขึ้น (Beta = 0.361) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 นอกจากนี้หากพนักงานมีความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ ในเรื่อง การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefit) เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้งานการอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม เพิ่มขึ้น (Beta = 0.200) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และหากมีความรู้ ความเข้าใจ ในการใช้งานระบบบริการ (System) เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้งานการอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม เพิ่มขึ้น (Beta = 0.263) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า หากพนักงานมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้งานการอิเล็กทรอนิกส์ลดลง (Beta = -0.162) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมในการใช้งานการอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-0.408	0.533		-0.765	0.446	
รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.056	0.026	-0.162	-2.107	0.037*	1.099
ความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ต (Knowledge)	-0.112	0.141	-0.074	-0.79	0.431	1.649
การเปิดรับข่าวสารและบริการ (Exposure)	0.044	0.066	0.054	0.669	0.505	1.215
การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefit)	0.254	0.115	0.200	2.205	0.03*	1.538
ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System)	0.235	0.079	0.263	2.994	0.00**	1.437
ทัศนคติรวม (Attitude)	0.577	0.167	0.361	3.455	0.00**	2.027
R = 0.644 , R ² = 0.414						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ดังนี้

สมการทำนายรูปคะแนนดิบ

$$\text{Behavior} = -0.408 + 0.577^{**}(\text{Attitude}) + 0.235^{**}(\text{System}) + 0.254^{*}(\text{Benefit}) - 0.056^{*}(\text{Income})$$

สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{\text{Behavior}} = 0.361^{**} \text{Attitude} + 0.263^{**} \text{System} + 0.200^{*} \text{Benefit} - 0.162^{*} \text{Income}$$

4.4.3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ชำนาญ ได้แก่ รายได้ต่อเดือนปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน ประกอบไปด้วย ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Features) ด้านค่าธรรมเนียม (Fee) ด้านบริการพิเศษ (Services) และ ด้านจัดการความเสี่ยง (Risk) พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.623 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R²) เท่ากับ 0.389 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 4 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ร้อยละ 38.90 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.53237 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

R	R Square (R ²)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.623	0.389	0.355	0.53237

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ระหว่าง พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม กับปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน ประกอบไปด้วย ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ ด้านค่าธรรมเนียม ด้านบริการพิเศษ และ ด้านจัดการความเสี่ยง ผลปรากฏว่า ค่า $F = 11.550$ Sig. = 0.00 หมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ทำให้ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์หาคอลอยพหุคูณในลำดับถัดไป ดังแสดงใน ตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	19.641	6	3.273	11.550	0.00**
Residual	30.893	109	0.283		
Total	50.533	115			

- a. Predictors: (Constant) รายได้ต่อเดือน ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รวม ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการด้านค่าธรรมเนียม ด้านบริการพิเศษ ด้านจัดการความเสี่ยง
- b. Dependent Variable: พฤติกรรมรวม

ผลการวิเคราะห์คอลอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติ อันประกอบไปด้วย ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Features) ด้านค่าธรรมเนียม (Fee) ด้านบริการพิเศษ (Services) และ ด้านจัดการความเสี่ยง (Risk) พบว่า ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ถ้าพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมเพิ่มขึ้น ($Beta = 0.306$) นอกจากนี้ยังพบว่า ทัศนคติในด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ถ้าพนักงานมีทัศนคติด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น ($Beta = 0.217$) และถ้าหากพนักงานมีทัศนคติด้านค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น ($Beta = 0.174$) นอกจากนี้ยังพบว่า รายได้ต่อ

เดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม ถ้าพนักงานรายได้ต่เดือนเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมลดลง (Beta = -0.180) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์หาคออยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติรายด้านกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวม

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-0.742	0.508		-1.461	0.147	
รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.062	0.026	-0.180	-2.349	0.02*	1.047
ความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้รวม (Awareness)	0.453	0.154	0.306	2.938	0.00**	1.933
ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Features)	0.290	0.139	0.217	2.090	0.04*	1.928
ด้านค่าธรรมเนียม (Fee)	0.164	0.073	0.174	2.236	0.03*	1.083
ด้านบริการพิเศษ (Services)	0.076	0.105	0.066	0.718	0.474	1.511
ด้านจัดการความเสี่ยง (Risk)	0.103	0.093	0.099	1.112	0.269	1.407
R = 0.623 , R ² = 0.389						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ ดังนี้

สมการทำนายรูปกะแนนลิป

Behavior = -0.742 + 0.453** (Awareness) + 0.290* (Feature) + 0.164* (Fee) - 0.062*(Income)

สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{Behavior} = 0.306^{**} Awaracses + 0.217^{*} Feature + 0.174^{*} Foo - 0.180^{*} Income$$

4.4.4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการในระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.542 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R²) เท่ากับ 0.294 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 3 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการได้ร้อยละ 29.40 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.89598 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังแสดงในตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ

R	R Square (R ²)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.542	0.294	0.255	0.89598

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ระหว่าง พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ กับปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ ผลปรากฏว่า ค่า F = 7.576 Sig. = 0.00 หมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ทำให้ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในลำดับถัดไป ดังแสดงในตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	36.490	6	6.082	7.576	0.00**
Residual	87.503	109	0.803		
Total	123.993	115			

a. Predictors: (Constant) เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ รวมทัศนคติรวม

b. Dependent Variable: พฤติกรรมด้านความถี่

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ ผลปรากฏว่า มีเพียงปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ถ้าพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการเพิ่มขึ้น (Beta = 0.470)ดังตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-2.601	1.017		-2.559	0.01**	
เพศ (Sex)	0.001	0.224	0	0.004	1.00	1.295
อายุ (Age)	0.058	0.154	0.069	0.378	0.71	5.113
ระดับการศึกษา (Education)	0.103	0.208	0.041	0.496	0.62	1.053
รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.118	0.096	-0.219	-1.227	0.22	4.914
ความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ (Awareness)	1.090	0.244	0.470	4.464	0.00**	1.714
ทัศนคติ (Attitude)	0.304	0.273	0.121	1.114	0.27	1.828
R = 0.542 , R ² = 0.294						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการได้ ดังนี้

สมการทำนายรูปคะแนนดิบ

$$\text{Frequency} = -2.601 + 1.090^{**} (\text{Awareness})$$

สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{\text{Frequency}} = 0.470^{**} \text{Awareness}$$

4.4.5 ผลวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ อันประกอบไปด้วย ความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (Knowledge) การเปิดรับข่าวสารและบริการ (Exposure) การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefits) และความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.576 และสัมประสิทธิ์การถดถอย (R²) เท่ากับ 0.331 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 4 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ ได้ร้อยละ 33.10 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.87210 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ

R	R Square (R ²)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.576	0.331	0.295	0.87210

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ระหว่าง พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ กับ ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ อันประกอบไปด้วย ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (Knowledge) การเปิดรับข่าวสารและบริการ (Exposure) การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefits) และความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) และปัจจัยด้านทัศนคติ ผลปรากฏว่า ค่า $F = 9.005$ Sig. = 0.00 หมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ทำให้ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในลำดับถัดไป ดังตารางที่ 4.51

ตารางที่ 4.51 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้านและปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความดีในการใช้บริการ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	41.093	6	6.849	9.005	0.00**
Residual	82.900	109	0.761		
Total	123.993	115			

a. Predictors: (Constant) รายได้ต่อเดือน ความรู้ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและ อินเทอร์เน็ตการเปิดรับข่าวสารและบริการ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ ความรู้ความเข้าใจในการ ใช้งานระบบบริการ ทัศนคติรวม

b. Dependent Variable: พฤติกรรมด้านความดี

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้าน ความรู้ ความเข้าใจและ การรับรู้ อันประกอบไปด้วย ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ต และอินเทอร์เน็ต (Knowledge) การเปิดรับข่าวสารและบริการ (Exposure) การรับรู้ประโยชน์ของ บริการ (Benefits) และความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) กับพฤติกรรมการใช้ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความดีในการใช้บริการ ผลการวิเคราะห์ ปรากฏว่า มีเพียงปัจจัยด้าน ความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ ในด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (Systems) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความดีในการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ถ้าพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ในด้านความรู้ความเข้าใจในการ ใช้งานระบบบริการ (Systems) เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความดี ในการใช้บริการเพิ่มขึ้น (Beta = 0.389) ดังตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-1.615	0.893		-1.809	0.07	
รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.065	0.044	-0.120	-1.462	0.15	1.099
ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (Knowledge)	-0.093	0.237	-0.039	-0.392	0.70	1.649
การเปิดรับข่าวสารและบริการ (Exposure)	0.148	0.111	0.115	1.338	0.18	1.215
การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefit)	0.280	0.193	0.141	1.453	0.15	1.538
ความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (Systems)	0.546	0.132	0.389	4.148	0.00**	1.437
ทัศนคติ (Attitude)	0.335	0.280	0.134	1.199	0.23	2.027
R = 0.576 , R ² = 0.331						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ ได้ดังนี้

สมการทำนายรูปคะแนนดิบ

$$Frequency = -1.615 + 0.546^{**}(System)$$

สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{Frequency} = 0.389^{**} Z_{System}$$

4.4.6 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.555 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.308 หมายความว่า ตัวแปรต้น สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุนได้ร้อยละ 30.80 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.52637 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน

R	R Square (R^2)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.555	0.308	0.270	0.52637

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ระหว่าง พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน กับ ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ ผลปรากฏว่า ค่า $F = 8.103$, Sig. = 0.00 หมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ทำให้ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในลำดับถัดไป ดังแสดงในตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	13.470	6	2.245	8.103	0.00**
Residual	30.200	109	0.277		
Total	43.670	115			

- a. Predictors: (Constant) เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รวม ทัศนคติรวม
- b. Dependent Variable: พฤติกรรมด้านการให้การสนับสนุน

ผลการวิเคราะห์ผลถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน ผลปรากฏว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน และปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ถ้าพนักงานมีทัศนคติเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน เพิ่มขึ้น ($Beta = 0.602$) และถ้าหากพนักงานมีรายได้ต่อเดือน เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุนลดลง ($Beta = -0.402$) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0.849	0.597		1.421	0.16	
เพศ (Sex)	-0.033	0.132	-0.023	-0.25	0.80	1.295
อายุ (Age)	0.156	0.091	0.31	1.724	0.09	5.113
ระดับการศึกษา (Education)	-0.032	0.122	-0.021	-0.261	0.795	1.053
รายได้ต่อเดือน (Income)	-0.128	0.056	-0.402	-2.278	0.03*	4.914
ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ (Awareness)	-0.112	0.143	-0.082	-0.782	0.44	1.714
ทัศนคติ (Attitude)	0.896	0.16	0.602	5.588	0.00**	1.828
R = 0.555 , R ² = 0.308						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน ได้ ดังนี้

สมการทำนายรูปคะแนนดิบ

Sponsorship = 0.849 + 0.896** (Attitude) – 0.128* (Income)

สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{Sponsorship} = 0.602^{**} Z_{Attitude} - 0.402^{*} Z_{Income}$$

4.4.7 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.572 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.327 หมายความว่า ตัวแปรต้น สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน ได้ร้อยละ 32.70 มี ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.51940 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในการให้การสนับสนุน

R	R Square (R^2)	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.572	0.327	0.290	0.51940

- a. Predictors: (Constant) : รายได้ต่อเดือน ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รวม คุณลักษณะทั่วไปของบริการ ด้านค่าธรรมเนียม ด้านบริการพิเศษ ด้านจัดการความเสี่ยง
- b. Dependent Variable: พฤติกรรมด้านการให้การสนับสนุน

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ระหว่าง พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน กับ ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน ผลปรากฏว่า ค่า $F = 8.813$ Sig. = 0.00 หมายความว่า มีอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่ทำให้ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จึงทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในลำดับถัดไป ดังตารางที่ 4.47

ตารางที่ 4.57 การวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	14.265	6	2.377	8.813	0.00**
Residual	29.406	109	0.270		
Total	43.670	115			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน อันได้แก่ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Features) ด้านค่าธรรมเนียม (Fee) ด้านบริการพิเศษ (Services) ด้านจัดการความเสี่ยง (Risk) กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน ผลปรากฏว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ และ ค่าธรรมเนียม ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ถ้าพนักงานมีทัศนคติด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน เพิ่มขึ้น (Beta = 0.382) และถ้าหากพนักงานมีทัศนคติด้านค่าธรรมเนียมเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน เพิ่มขึ้น (Beta = 0.306) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติรายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig	VIF
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	0.737	0.496		1.486	0.14	
รายได้ต่อเดือน	-0.038	0.026	-0.120	-1.495	0.14	1.047
ความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้	-0.187	0.150	-0.136	-1.244	0.22	1.933
ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Features)	0.474	0.135	0.382	3.504	0.00**	1.928
ด้านค่าธรรมเนียม (Fee)	0.268	0.071	0.306	3.746	0.00**	1.083
ด้านบริการพิเศษ (Services)	0.209	0.103	0.197	2.034	0.04	1.511
ด้านจัดการความเสี่ยง (Risk)	0.037	0.091	0.039	0.413	0.68	1.407
R = 0.572 , R ₂ = 0.327						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน ได้ ดังนี้

สมการทำนายรูปคะแนนดิบ

$$\text{Sponsorship} = 0.737 + 0.474^{**} (\text{Feature}) - 0.268^{**} (\text{Fee})$$

สมการทำนายในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{\text{Sponsorship}} = 0.382^{**} Z_{\text{Feature}} + 0.306^{**} Z_{\text{Fee}}$$

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะที่เกี่ยวกับการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคาร

4.5.1 ด้านระบบงาน KTB Online

4.5.1.1 การคิดค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างธนาคาร ไม่ควรมีการเก็บค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างธนาคาร เนื่องจากลูกค้าเป็นผู้ทำธุรกรรมด้วยตนเอง แต่เนื่องจากการทำรายการข้ามธนาคารจำเป็นต้องมีค่าธรรมเนียมในการเชื่อมต่อระบบทั้ง 2 ธนาคารจึงมีการเก็บค่าธรรมเนียมกับลูกค้า แต่อาจจะอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าเหมือนเช่นการถอนเงินผ่านตู้ ATM (Automatic Teller Machine) ให้มีการยกเว้นค่าธรรมเนียม 4 รายการแรกของเดือนได้

4.5.1.2 ควรมีการปรับปรุงระบบให้มีคุณภาพ ไม่ให้เกิดการขัดข้องบ่อยเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรม KTB Online ที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลจนกระทั่งเกิดการใช้ซ้ำและบอกต่อ

4.5.1.3 การสมัครใช้บริการ KTB Online ควรสมัครได้ด้วยตนเอง โดยไม่ควรต้องทำการยืนยันการทำธุรกรรมที่ธนาคารอีกครั้ง นอกจากนี้ควรปรับปรุงระบบให้มีความปลอดภัยในการใช้บริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการทำธุรกรรมทางการเงิน

4.5.1.4 ระบบ KTB Online ควรเชื่อมโยงกับ ระบบ KTB Net Bank เพื่อความสะดวกในการทำธุรกรรม

4.5.1.5 ควรมีการแจ้งเตือนการทำธุรกรรมผ่านข้อความในมือถือ ทุกจำนวนเงินในรายการที่ทำ ไม่เพียงเฉพาะรายการที่มากกว่า 500 บาท

4.5.2 ด้านพนักงานให้บริการ

4.5.2.1 การแนะนำการให้บริการ ควรมีการแนะนำขั้นตอน วิธีการทำรายการให้กับลูกค้าอย่างละเอียด เนื่องจากการทำธุรกรรมด้วยตนเอง ลูกค้าอาจเกิดความสับสน และไม่เข้าใจได้

4.5.2.2 ธนาคารควรมีการจัดอบรมและให้ข้อมูล ความรู้ แก่พนักงานในการให้บริการมากขึ้น

4.5.2.3 พนักงานที่ให้บริการทุกคนควรให้บริการ KTB Online เพื่อที่จะสามารถแนะนำให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

4.5.2.4 การทำธุรกรรมประเภทนี้ ยังไม่มากเท่าที่ควร จึงอาจส่งผลให้พนักงานไม่มีความรู้ ความสามารถ และแนะนำลูกค้าได้ไม่ดีเพียงพอ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัด สำนักงานเขตอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ พนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี จำนวน 116 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีการจับสลาก (Lottery Method) และการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในกรณีที่ทราบจำนวนพนักงานที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถที่จะสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี ผู้วิจัยขอสรุป ดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้น (Descriptive Statistics)

ปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี

5.1.1.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน

คุณลักษณะพนักงาน เป็นพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี จำนวน 116 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 76.72 สถานภาพโสด ร้อยละ 55.17 ช่วงอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 53.45 ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด ร้อยละ 53.45 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 82.76 มีรายได้ในช่วง 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 49.14 มีอายุการทำงานในช่วง 1-5 ปี ร้อยละ 31.03 มีการติดตั้งการให้บริการอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 86.21 ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้านค้นหาข้อมูลมากที่สุด ร้อยละ 26.35 พนักงานเคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ร้อยละ 89.66 ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 2 ปีมากที่สุด ร้อยละ 37.07

5.1.1.2 ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ของพนักงานธนาคารกรุงไทย เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกตัวแปรอยู่ในระดับมาก โดยมีตัวแปรในด้านการรับรู้ประโยชน์ของบริการ ในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร และ ผลต้นทุนในการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต ในเรื่อง เมื่อมีปัญหาหรือข้อสงสัยในการปฏิบัติงาน สามารถสืบค้นข้อมูลได้จากระบบอินเทอร์เน็ต (ขอ Convenience) ของธนาคารได้ ด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการบริการ มีการเปิดรับข่าวสารและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต โคมเพจของธนาคาร มากที่สุด รองลงมาคือ E-mail และ ด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ เห็นด้วยมากที่สุดกับการที่บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเดิม ตามลำดับ

5.1.1.3 ปัจจัยด้านทัศนคติ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ของพนักงานธนาคารกรุงไทย เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ตัวแปรอยู่ในระดับมาก โดยมีตัวแปรในด้านบริการพิเศษซึ่งมีความพอใจต่อบริการแจ้งผลทาง SMS ของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านทัศนคติที่มีต่อด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ ในเรื่องการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เสริมสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นคนทันสมัย และด้านทัศนคติที่มีต่อด้านจัดการความเสี่ยงในการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีระนาบให้บริการที่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ มากที่สุด ส่วนด้านทัศนคติที่มีต่อด้านค่าธรรมเนียมในเรื่องบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่สมเหตุสมผลนั้นพบว่าตัวแปรอยู่ในระดับปานกลาง

5.1.1.4 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ในส่วนในช่วงเวลาในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) พบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเวลา 18.01-24.00 น. มากที่สุด ร้อยละ 56.03 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 28.45 ระยะเวลาในการใช้งานบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) พบว่า ใช้เวลา 1-30 นาที มากที่สุด ร้อยละ 76.72 รองลงมาคือ 31-60 นาที ร้อยละ 14.66 สถานที่ที่ท่านใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) พบว่า ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำงานมากที่สุด ร้อยละ 44.83 รองลงมาคือ ที่บ้าน ร้อยละ 32.76

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกพิจารณาในด้านคุณลักษณะพนักงาน สรุปได้ว่า เพศชาย มีพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.56 และเพศหญิง มีพฤติกรรมใช้ธนาคาร

อิเล็กทรอนิกส์ที่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.31 คุณวุฒิการศึกษาของพนักงานธนาคารกรุงไทย ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 ระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.83 และระดับปริญญาโท มีพฤติกรรมใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่มีถึงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00

พฤติกรรมพนักงานในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ด้านความถี่ในการใช้บริการ เมื่อพิจารณาผลการประเมินรายชื่อแล้วพบว่า พนักงานกรุงไทยใช้บริการมากที่สุด คือการบริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองภายในธนาคาร ได้มีค่าน้ำหนักสูงสุดรองลงมาคือ บริการสอบถามข้อมูลยอดเงินคงเหลือ บริการ โอนเงินภายในธนาคาร ไปยังบัญชีบุคคลอื่น บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชีบริการ โอนเงินต่างธนาคาร ไปยังบัญชีตนเองและบุคคลอื่น บริการ โอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ การจัดการบัญชี/โอนเงิน/ชำระค่าบริการอัตโนมัติ สำหรับการให้บริการน้อยที่สุดคือ บริการซื้อขายกองทุน และ บริการอายัดเช็ค/อายัดบัญชี/อายัดบัตร ATM ตามลำดับ

พฤติกรรมพนักงานในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ด้านการให้การสนับสนุน เมื่อพิจารณาผลการประเมินรายชื่อแล้วพบว่า พนักงานกรุงไทยให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เนื่องจากค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่ถูกกว่าการทำธุรกรรมผ่านระบบ PD Teller มีค่าน้ำหนักสูงสุด การแนะนำให้ลูกค้าทำการสมัคร KTB Online ผ่านตู้ ATM มากกว่าทำรายการให้ลูกค้าด้วยตนเอง และการให้เพื่อนพนักงานทำรายการผ่านระบบ PD Teller มากกว่าการทำรายการด้วยตนเองผ่านระบบ KTB Online ตามลำดับ

5.1.2 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ระหว่าง ตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน (One-Way ANOVA)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกพิจารณาในด้านคุณลักษณะพนักงาน สรุปได้ว่าพนักงานเมื่อมี เพศ สถานภาพ ตำแหน่ง อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอายุการทำงาน ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับตัวแปรทำนาย (Independent Variables)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน ตัวแปรความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ และตัวแปรทัศนคติ (ตัวแปรต้น) กับตัวแปรพฤติกรรมการใช้

ใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (ตัวแปรตาม) ผลปรากฏว่า พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรคุณลักษณะพนักงาน แต่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทัศนคติและตัวแปรความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ส่วนการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน พบว่า อายุการทำงานมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนในระดับสูงมาก (Hinkle D.E, 1998) ถัดมาคือ อายุมีความสัมพันธ์กับอายุการทำงาน อายุมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือน ตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือน และสถานภาพมีความสัมพันธ์กับเพศ ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

5.1.4.1 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากัน 0.624 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) มีเท่ากับ 0.389 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 3 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ร้อยละ 38.90 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.53225

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ ดังนี้

$$\hat{Z}_{\text{Behavior}} = +0.375^{**} \text{Attitude} + 0.330^{**} \text{Awareness} - 0.358^{*} \text{Income}$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า ถ้าพนักงานมีทัศนคติ (Beta = 0.375) และมีความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ (Beta = 0.330) เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และถ้าหากพนักงานมีรายได้ต่อเดือน (Beta = -0.358) เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

5.1.4.2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ อันประกอบไปด้วย ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารและบริการ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.644 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.414 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 3 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ร้อยละ 41.40 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.5211

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ ดังนี้

$$\hat{Z}_{\text{Behavior}} = 1.0361^{**} \text{Attitude} + 0.263^{**} \text{System} + 0.200^{*} \text{Benefit} - 0.162^{*} \text{Income}$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า ถ้าพนักงานมีทัศนคติ (Beta = 0.361) ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ในเรื่อง ความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) (Beta = 0.263) ในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้หากพนักงานมีการรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefit) (Beta = 0.200) เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม เพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า หากพนักงานมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ลดลง (Beta = -0.162) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

5.1.4.3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ รายด้าน กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติ รายด้าน ประกอบไปด้วย ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Features) ด้านค่าธรรมเนียม (Fee) ด้าน

บริการพิเศษ (Services) และ ด้านจัดการความเสี่ยง (Risk) พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.623 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.389 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 4 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ร้อยละ 38.90 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.53237 สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมได้ ดังนี้

$$\hat{Z}_{\text{Behavior}} = 0.306^{**} \text{Awareness} + 0.217^* \text{Feature} + 0.174^* \text{Fee} - 0.180^* \text{Income}$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า ถ้าพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ และการรับรู้ (Beta = 0.306) เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมเพิ่มขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 นอกจากนี้ยังพบว่า ถ้าพนักงานมีทัศนคติในด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Beta = 0.217) และด้านค่าธรรมเนียม (Beta = 0.174) เพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ถ้าพนักงานมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมลดลง (Beta = 0.180) ตามลำดับ

5.14.4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการในระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.542 และสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.294 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 3 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการได้ร้อยละ 29.40 มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.89598

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ได้ ดังนี้

$$\hat{Z}_{\text{Frequency}} = 0.470^{**} \text{Awareness}$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า ถ้าพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการเพิ่มขึ้น ($Beta = 0.470$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.1.4.5 ผลวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้รายด้าน และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ รายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ อันประกอบไปด้วยความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (Knowledge) การเปิดรับข่าวสารและบริการ (Exposure) การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefits) และความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการใช้บริการ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.576 และสัมประสิทธิ์การถดถอย (R^2) เท่ากับ 0.331 หมายความว่า ตัวแปรต้นทั้ง 4 กลุ่มสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการได้ร้อยละ 33.10 สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ได้ดังนี้

$$\hat{Z}_{\text{Frequency}} = 0.389^{**} \text{System}$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า ถ้าพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ในด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (Systems) เพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการเพิ่มขึ้น ($Beta = 0.389$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.1.4.6 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่าง ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติ กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในด้านการให้การสนับสนุน พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุเท่ากับ 0.555 และ

สัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) เท่ากับ 0.308 หมายความว่า ตัวแปรต้น สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน ได้ร้อยละ 30.80

สามารถเขียนสมการทำนายพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน ได้ ดังนี้

$$\hat{Z}_{\text{Sponsorship}} = 0.602^{**} \text{Attitude} - 0.402^* \text{Income}$$

จากสมการจะเห็นได้ว่า ถ้าพนักงานมีทัศนคติเพิ่มขึ้นจะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุน เพิ่มขึ้น (Beta = 0.602) และถ้าหากพนักงานมีรายได้ต่อเดือน เพิ่มขึ้น จะทำให้พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านการให้การสนับสนุนลดลง (Beta = -0.402) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย ตั้งกััดสำนักงานเขตดุสิตราชธานี มีประเด็นที่น่าสนใจและควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน พบว่า ไม่มีปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงานใดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับผลงวนวิจัย ของกรกฎ บริสุทธิ์สวัสดิ์ (2548) ซึ่ง ศึกษาถึง ความคิดเห็นของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ (สำนักงานใหญ่) ในฐานะผู้ใช้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในธนาคาร ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และความตระหนักในความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารต่อระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ตั้งกััดสำนักงานใหญ่ในฐานะผู้ใช้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่นเดียวกับ นิษดา เติร์มชัยศรี (2542) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ ตำแหน่งงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อีกทั้งงานค้นคว้าอิสระของ ชีระพันธ์ ทวีแก้ว (2551) ซึ่งศึกษาถึง พฤติกรรมการปรับตัวของพนักงานหลังการปรับเปลี่ยนองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารดีบีเอส ไทยทูล จำกัด (มหาชน) และธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคล

ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้รถหลังปรับเปลี่ยนองค์กรไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ วิทยานิพนธ์ของ นที ทองเขื่อนขันธุ์ (2547) ซึ่งศึกษาถึงทัศนคติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต พบว่า ตัวแปรอิสระอายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นในองค์กรและรายได้ต่อเดือนนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต

สาเหตุของการที่ตัวแปรด้านคุณลักษณะพนักงานของการค้นคว้าอิสระนี้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อาจเนื่องมาจากพนักงานกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มประชากรสังกัด สำนักงานเขตอุบลราชธานี อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,000 - 20,000 บาท และในปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต มาอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน พนักงานในทุกระดับการศึกษาและทุกระดับชั้นในองค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้และเข้าใจในการใช้งานในระดับดีเท่า ๆ กัน จึงอาจเป็นสาเหตุให้มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย สังกัดสำนักงานเขตอุบลราชธานี ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามตัวแปรดังกล่าว

5.2.2 จากจำนวนผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ไม่เคยใช้บริการ ถึงร้อยละ 10.34 อาจกล่าวได้ว่า ข่าวดังกล่าวเกี่ยวกับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่ข่าวดังกล่าวที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เนื่องจากธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่เรื่องที่กลุ่มตัวอย่างสนใจในบางตำแหน่งงานเช่น พนักงานที่ให้บริการหน้าเคาน์เตอร์รับฝาก-ถอน ค่าบริการ นั้นไม่มีหน้าที่ในการให้บริการการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยตรง จึงไม่ได้ศึกษาและไม่ได้มีความจำเป็นต้องใช้ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า เหตุผลหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ คือ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้ หรือสนองความต้องการของตน จึงเลือกสนใจ (Selective Attention) เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานในหน้าที่ของตน ที่ต้องรับผิดชอบ เลือกรับรู้ (Selective Perception) และเลือกจดจำ (Selective Retention) เฉพาะเรื่อง ข่าวดังกล่าวตามความสนใจตามทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้ของตนเองเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ Mary and Robbins (2010) ได้กล่าวถึงในขั้นตอนการรับรู้ ซึ่งประกอบด้วยการกระบวนการ 4 กระบวนการที่มีความต่อเนื่องกันและเกี่ยวข้องกัน

5.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ในด้านการรับรู้ประโยชน์ของบริการ พบว่า พนักงานส่วนใหญ่รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร ลดต้นทุนในการดำเนินการ สร้างความได้เปรียบด้านนวัตกรรม สร้างความได้เปรียบการแข่งขันกับธนาคารอื่น ตามลำดับ แต่ในข้อ

ลดจำนวนพนักงานในการให้บริการนั้น มีระดับต่ำเหลือน้อยกว่าทุกข้อ ซึ่งอาจเนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี จึงมีผลกระทบต่อบุคคล ทำให้องค์การต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงาน วิธีการทำงาน รวมทั้งการนำเครื่องให้บริการอัตโนมัติ ตู้ ATM (Automatic Teller Machine) ADM (Automatic Deposit Machine) หรือบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นการให้บริการด้วยตนเองของลูกค้า (Self Services) การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อพนักงานที่ให้บริการ ทั้งในด้านความพึงพอใจ การมีระบบคอมพิวเตอร์คอยสนับสนุน (support) และตัดสินใจแทนอาจทำให้รู้สึกที่งานดูง่ายขึ้น ถ้าหากบุคคลนั้นไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงในการที่ต้องเรียนรู้ เทคโนโลยี ใหม่ ๆ ก็สามารถสร้างความกังวลใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ในเรื่องผลกระทบของเทคโนโลยีต่อบุคคล (Impacts of Individuals at Work) ซึ่งได้กล่าวถึงใน สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (<http://web.ku.ac.th/>) และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Mary and Robbins (2010) ที่กล่าวว่าผู้บริหารจะพยายามปรับเปลี่ยนพนักงานในด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะ (Attitudes) ความคาดหวัง (Expectations) การรับรู้ (Perceptions) และพฤติกรรม (Behavior) เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น วิธีการปรับเปลี่ยน “คน” ที่ได้รับความนิยมในองค์การต่าง ๆ คือ การพัฒนาองค์การ ซึ่งหมายถึง การพัฒนาองค์การหรือเปลี่ยนแปลงองค์การทั้งสามด้าน คือ โครงสร้าง เทคโนโลยี และคน แต่เน้นที่การเปลี่ยนแปลงคนเป็นสำคัญ ซึ่งหากพนักงานไม่มีความชำนาญหรือไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้

5.2.4 จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ด้านความถี่ในการใช้บริการ ในการบริการสอบถามยอดข้อมูลยอดเงินคงเหลือ และบริการโอนเงินระหว่างบัญชีภายในธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขนิษฐา ขุนโป (2545) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทางอินเทอร์เน็ต กรณีของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า บริการที่เป็นที่นิยมในธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ บริการสอบถามยอดคงเหลือบัญชี และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทิพย์สุดา หมั่นหาญ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บริการส่วนใหญ่ที่เข้าไปใช้บริการ ได้แก่ บริการสอบถามยอดเงินคงเหลือและบริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองภายในธนาคาร และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรณวิมล ชูศูนย์ (2551) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ทักษะของลูกค้าต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอ เมืองราชบุรี ยังพบว่า บริการที่ใช้ลูกค้าใช้มากที่สุด คือ การใช้บริการสอบถามยอดคงเหลือบัญชี และบริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองในธนาคารเดียวกัน นั่นแสดงว่า ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในระบบของธนาคารค่อนข้างดีในระดับหนึ่ง สำหรับการ

บริการโอนเงินภายในธนาคารไปยังบัญชีบุคคลอื่น บริการ โอนเงินต่างธนาคารไปยังบัญชีตนเอง และบุคคลอื่น บริการ โอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ บริการ سحبตามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี การจัดการบัญชี/โอนเงิน/ชำระค่าบริการอัตโนมัติ มีการใช้บริการอยู่ที่ระดับปานกลาง และ การใช้บริการอาชั้เช็ค/อาชั้บัญชี/อาชั้บัตรATM บริการซื้อขายกองทุน มีระดับการใช้บริการที่ระดับน้อย การที่พนักงานมีระดับการใช้บริการในด้านการอาชั้เช็ค/บัญชี/ATM น้อย อาจเนื่องจาก ปัญหาของการสูญหายของ เช็ค/บัญชี/ATM น้อย หรือไม่มีการสูญหาย แต่สำหรับการใช้บริการด้านการซื้อขายกองทุนนั้น สาเหตุที่พนักงานมีระดับการใช้บริการน้อยอาจเป็นเพราะว่า พนักงานมีความรู้ ความเข้าใจ ในด้านการซื้อขายหน่วยลงทุน ในระดับปานกลาง จึงส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์น้อยตามไปด้วยนั่นเอง

5.2.5 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ปัจจัยด้านทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546) ได้กล่าวไว้ ความเข้าใจเป็นส่วนที่แสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ความรู้สึกสภาพอารมณ์ (Emotion and feeling) จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวก (Positive) หรือด้านลบ (Negative) ส่งผลต่อทัศนคติในการประเมินผลทัศนคติที่ดี เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา ซึ่งถ้าหากมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใด ๆ แล้วรู้สึกดี มีความคิดในแง่บวก ย่อมส่งผลต่อทัศนคติที่ดีตามมา และยังส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ที่ดีตามไปด้วยเช่นกัน

5.2.6 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและ การรับรู้ ในด้านความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) และ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefit) และ ปัจจัยด้านทัศนคติ ด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Feature) และด้านค่าธรรมเนียม (Fee) ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การทำนายร้อยละ 38.90 นั่นคือ ยังมีอีก ร้อยละ 61.10 คือปัจจัยอื่นซึ่งนอกเหนือจากปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ ปัจจัยด้าน สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ ซึ่งอาจมีผลต่อการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งควรทำการศึกษาต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศันวรัฐ ทีระวิทย์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งพบว่า ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

5.3.1.1 พนักงานมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการในด้านการศึกษาดังระเบียบการธนาคารในระดับปานกลางซึ่งน้อยกว่าการเปิดรับข่าวสารและการบริการด้านอื่น ๆ จึงควรมีการเน้นระเบียบปฏิบัติการใหม่ ๆ ที่ออกเพิ่มเติมหรือสำคัญไว้ในกระดานข่าว หนังสือเวียน และคำสั่ง หรือ E-mail เพื่อเพิ่มช่องทางการเปิดรับข่าวสารและการบริการ ให้มากขึ้น อันจะส่งผลให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

5.3.1.2 ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ พบว่า ในด้านความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ ในข้อความรู้เกี่ยวกับซื้อขายหน่วยลงทุน พนักงานมีความรู้ในด้านนี้น้อยที่สุด ธนาคารจึงควรมีการพัฒนา สื่ออบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการซื้อขายหน่วยลงทุนเพื่อให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้อย่างเต็มความสามารถ และเพิ่มศักยภาพแก่พนักงานในการบริการลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

5.3.1.3 จากปัจจัยด้านทัศนคติ ในด้านบริการพิเศษ พบว่า พนักงานให้ความสำคัญกับการแจ้งผลทาง SMS ของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด ดังนั้น ธนาคารจึงควรทำการประชาสัมพันธ์ถึงความปลอดภัยในการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่มีการให้บริการแจ้งผลการทำธุรกรรมผ่านข้อความ (SMS) หรือแม้กระทั่งการแจ้งผลการเข้าทำธุรกรรม อีกทั้งยังมีการแจ้งผลยอดเงินเข้า-ออก ทุกธุรกรรมตั้งแต่ยอดเงิน 500 บาทขึ้นไป และนอกจากนี้ธนาคารควรมีการจัดการส่งเสริมการใช้โดยการแจ้งผลการทำธุรกรรมผ่านข้อความ (SMS) ฟรี ทุกจำนวนเงินในบัญชีไม่เฉพาะรายการตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป เพื่อให้ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เกิดทัศนคติที่ดีต่อการทำธุรกรรมผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จนกระทั่งเกิดพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ตามมา

5.3.1.4 ปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ด้านรายได้ต่อเดือนมีผลต่อ พฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมในด้านลบ หากพนักงานมีรายได้ต่อเดือนเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมที่ลดลง นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ซึ่งได้แก่ คุณลักษณะทั่วไปของบริการ (Feature) และด้านค่าธรรมเนียม (Fee) มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้ ในด้านความรู้ ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ (System) และ การรับรู้ประโยชน์ของบริการ (Benefit) ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม ธนาคารจึงควรเน้นให้มีการอบรมและให้ความรู้ถึงคุณลักษณะทั่วไปของบริการในด้านต่าง ๆ รวมถึงระบบงานการให้บริการ

ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทั้งให้ทราบถึงประโยชน์ของบริการ เพื่อให้พนักงานมีความรู้อย่างลึกซึ้ง สามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพ

5.3.1.5 บริการที่เป็นที่นิยมในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด คือ เชื่อก
ยลดเงินคงเหลือ และบริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองภายในธนาคารเดียวกัน ดังนั้น การกระตุ้น
การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จึงควรมีการปรับปรุงระบบการให้บริการให้มีความ
สะดวกสบาย ใช้งานง่ายยิ่งขึ้น รูปภาพที่ทันสมัยดึงดูดการเข้าใช้บริการ และมีการโฆษณา
ประชาสัมพันธ์ในหน้าจอนี้ เพื่อกระตุ้นการให้บริการเพิ่มมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
ของพนักงานธนาคารกรุงไทย ดังกล่า สำนักงานเขตอุบลราชธานี ซึ่งในการทำวิจัยครั้งต่อไปควร
ศึกษา

5.3.2.1 ขนาดของประชากรที่ใช้ ถ้าสามารถสำรวจจากประชากรทั้งหมด จะทำ
ให้ทราบข้อมูลและข้อคิดเห็นชั้นหลากหลายจากพนักงานผู้ให้บริการมากกว่านี้จึงควรทำการศึกษา
เปรียบเทียบเพิ่มเติมในพื้นที่จังหวัดอื่น หรือภาคอื่น

5.3.2.2 ควรศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า เพื่อ
ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้า และนำไปปรับปรุง พัฒนาระบบตามพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า
ให้เกิดความสะดวกสบาย และง่ายในการใช้งานมากขึ้น

5.3.2.3 ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะพนักงาน ความรู้ ความเข้าใจและ
การรับรู้ และทัศนคติของพนักงานในระบบงานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ชนิดอื่น เช่น KTB Net Bank
เป็นต้น

5.3.2.4 ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้ธนาคาร
อิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงไทย เช่น การเปลี่ยนแปลง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม
สภาพแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

5.3.2.5 การวิจัยนี้เป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรในเพียงช่วงเวลาหนึ่ง อาจ
เปลี่ยนแปลงช่วงเวลาในการเก็บแบบสอบถาม จะทำให้ผลการวิเคราะห์งานวิจัยแตกต่างออกไปจาก
เดิม

5.3.2.6 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ธนาคาร
พาณิชย์ต่าง ๆ ที่มีการเปิดให้บริการเช่นเดียวกับธนาคารกรุงไทย เพื่อทราบข้อมูลและทิศทางใน
ภาพรวมของการให้บริการ รวมถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการบริหารจัดการและการ
ให้บริการของแต่ละองค์กร

๗

๗

๗

๗

๗

๗

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

- กรกฎ บริสุทธิ์สวัสดิ์. ความคิดเห็นของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ (สำนักงานใหญ่) ในฐานะผู้ให้บริการ ระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.
- กิตติมา สุรสนธิ. "ความรู้ทางการสื่อสาร", ใน เอกสารประกอบคำบรรยายกระบวนการวิชาทฤษฎีและวิธีการศึกษาวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, 2548.
- ชนิษฐา ชุนไป. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กรณีของ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545.
- ชนินทร ชมจินดา. การนำระบบคุณภาพมาตรฐานISO9002 มาใช้ในการปฏิบัติงาน : ศึกษากรณีผู้ช่วยผู้จัดการสาขาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.
- ชัยโรจน์ เชิดตระกูลยิ่ง. ความรู้ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของพนักงานต่อใช้ระบบ Lotus Notes กรณีศึกษา ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรจน์, 2546.
- จิตชนก ศรีไฟโรจน์. ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมการแสดงออกเกี่ยวกับสุขวิทยาส่วนบุคคลของพนักงานในโรงงานเบอเกอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.
- จิตติการ วรรณพงศ์. ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคติ ของประชาชนเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในการโฆษณาชวนเชื่อและพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้า กรณีศึกษาประชาชนในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2554.
- ณัฐพรพันธ์ เขจรนันท์. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : บริษัทวี.พี. (1991) จำกัด, 2551.
- ศลยา วุฒิวิวัฒนกุล. ความพึงพอใจในการทำงานและพฤติกรรมในการให้บริการของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ ธนาคารออมสิน สำนักงานพลโยธิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2544.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ทิพย์สุดา หมั่นหาญ. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.
- ธนาคารกรุงไทย บมจ. “ธนาคารออนไลน์”, ธนาคารยุคใหม่.
http://www.ktb.co.th/th/products_services/e-banking.jsp. ตุลาคม, 2555.
- ทวีช กรุดมณี. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของการของโรงเรียนที่บริหารโดยให้โรงเรียนเป็นฐานสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- ธันว์รัฐ ทิระวิทย์. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : บริษัท เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด, 2552.
- ธีระพันธ์ ทวีแก้ว. พฤติกรรมกรรมการปรับตัวของพนักงานหลังการปรับเปลี่ยนองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารซีบีเอส ไทยธน จำกัด (มหาชน)และธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2551.
- นที ทองเจื่อนจันทร์. การศึกษาทัศนคติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- นิชดา เจริญชัยศรี. การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์, 2542.
- นิภาวรรณ วรรณสารพ. ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติในงานให้บริการประชาชนของพนักงานรัฐวิสาหกิจ ศึกษาเฉพาะกรณี ธนาคารกรุงไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.
- บัญญัติ ทองหอม. ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการบิวหลวงไอแบงก์กิ้งของธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- บุญชม ศรีสะอาด. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2535.
- ปรมะ เทะเวที. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.
- พรทิพย์ หิมตสินธุ์. เอกสารประกอบการบรรยายกระบวนการวิชา การสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร. กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, 2549.
- ไพฑูรย์ เจริญพันธุ์. พฤติกรรมองค์กรและการบริหาร. กรุงเทพฯ : โอเคชั่นสโตร์, 2540.
- มณฑนา ปฏิทัศน์. ความรู้ ทักษะ เจตคติ และปัญหาในการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2542.
- มนต์ชัย เรืองอุไร. การปรับปรุงพฤติกรรมการทำงานของพนักงานภายใต้การเปลี่ยนแปลงเป็นบริษัทมหาชน : กรณีศึกษา บริษัท กสท.โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารบัณฑิตมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2553.
- รวิน ไชยโย. อิทธิพลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ ความสนใจ ความรู้ และส่วนประสมการตลาดที่มีต่อทัศนคติและการยอมรับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2548.
- โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์. “ผลของเทคโนโลยีสารสนเทศ”, เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์. www.shc.ac.th/. ธันวาคม, 2554.
- วรรณวิมล ชูศูนย์. ทัศนคติของลูกค้าต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.
- วัชร มนัสสินี. การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเข้าร่วมดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท Work at Home Solution. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วาสนา แสงมณี. ทัศนคติของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่มีต่อกาประเมินผลการตรวจสอบโดยใช้ระบบสารสนเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรจน์, 2548.
- ศรันทา จิตชัยโกภา. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการยอมรับนโยบายจัดระเบียบสังคมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ศิริพร ตวีระแสง. ประสิทธิภาพหลังการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2550.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด, 2545.
- . การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท เอสเอ็มเชอร์คิฟเพรส จำกัด, 2546.
- สุภมาศ ชาญธวัชชัย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางในการใช้งานธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. “ผลกระทบของ เทคโนโลยีต่อบุคคล”, เทคโนโลยีสารสนเทศ. <http://web.ku.ac.th/schoolnet/snet1/network/it/>. กุมภาพันธ์, 2555.
- สุตาตวง เรืองรุจิระ. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพรึก, 2540.
- สุพานี สฤษฏ์วานิช. พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่แนวคิด และทฤษฎี. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2552.
- สุนิดรา เปลี่ยนสุภาพ. รายงานวิจัยการรับรู้และทัศนคติของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อโครงการมาตรฐานการให้บริการของสาขา (Good Customer Service). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.
- อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- อรุณ รักธรรม. การพัฒนาองค์การ : แนวคิดและการประยุกต์ใช้ในระบบสังคมไทย. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2535.
- Bloom, S. and et al. Taxonomy of Educational objectives. New York: David McKay, 1956.
- Bussakorn, J. and Dieter, F. “Internet banking adoption strategies for a developing country: the case of Thailand”, The internet research. 15(3): 296-311, 2005.
- Constantine, L. and Ioannidis, E.C. “Branch employees’ perception towards implications of E-banking in Greece”, The International Journal of Retail & Distribution Management. 32(6): 302-311, 2004.

เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Fishbian, M. and Ajzen, S. Belief, Attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Mass: Addison-Wesley, 1975.
- Gerrard, P. and Cunningham, B. "The diffusion of Internet banking among Singapore consumer", The International Journal of Bank Marketing. 3(3): 251-258, 2003.
- Good, C.V. Dictionary of Education. New York: McGraw-Hill, 1973.
- Hinkle, D.E., Wiersma, W., and Jurs, S. G. Applied Statistics for the behavioral sciences. 4th Ed. Boston, MA: Houghton-Mifflin, 1998.
- Hussey, D.E. and Langham, M. J. Corporate Planning. The Human Factor. Oxford: Pergamon Press, 1977.
- Kotler Philips. Marketing Management Analysis Planning Implementation and control. The Millenium Edition. New Jersey: Prentice Hall, 1999.
- . Marketing Management Analysis Planning Implementation and control. 6th Ed. New Jersey: Prentice Hall, 1997.
- Leon, G.S. and Leslie, L. K. Consumer Behavior. 3rd Ed. New Jersey: Prentice Hall, 1978.
- Mary, C. and Robbins, S. P. Management. Bangkok: Pearson Education Indochaina Ltd, 2010.
- Moorhead, A. and Griffin, B. Organization Behavior: Managing People and Organizations. 4th Ed. Boston, MA: Houghton Mifflin Company, 1995.
- Montaz, A. A Study of e-banking security perceptions and customer satisfaction issue. Australia: Argosy University, 2005.
- Nelson, N. and Queenie, S. "Consumer attitudes, system's characteristics and internet banking adoption in Malaysia", Management Research News. 3(10): 261-269, 2006.
- Robbins, S. P. Organization Behavior: Concepts Controversies and Application. 10th Ed. Englewood Cliffs, New York: Prentice-Hall, Inc., 2003.
- Roger, E. M. Communication of Innovations: A Cross-Culture Approach. New York: The Free Press, 1971.
- Roger, E.M. and Svenning, L. Modernization among peasants. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1969.
- Taro, Y. Statistics an introduction analysis. 2nd ed. New York: Harper & Row Publisher, 1973.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงาน

ธนาคารกรุงไทย สังกัด สำนักงานเขตอุบลราชธานี

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาต้นคว้าอิสระ ของนักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สำหรับข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามเป็นการนำเสนอในภาพรวม จะไม่มีผลกระทบต่อท่านไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้มี 5 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านบุคลิกลักษณะพนักงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้

ตอนที่ 3 ทักษะที่มีต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์(KTB Online)

ตอนที่ 4 พฤติกรรมพนักงานในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

โปรดทวนเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่เป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านบุคลิกลักษณะพนักงาน

1. เพศ ☐ (1) ชาย ☐ (2) หญิง
2. สถานภาพ ☐ (1) โสด ☐ (2) สมรส ☐ (3) หม้าย ☐ (4) หย่าร้าง
3. อายุ ☐ (1) 20-30 ปี ☐ (2) 31-40 ปี ☐ (3) 41-50 ปี ☐ (4) 50 ปีขึ้นไป
4. ตำแหน่ง ☐ (1) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ
☐ (2) เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด
☐ (3) เจ้าหน้าที่อาวุโสบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด
☐ (4) เจ้าหน้าที่อาวุโสรักษาการรองผู้จัดการบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด
☐ (5) รองผู้จัดการบริการลูกค้า/ธุรกิจและการตลาด/ผู้ช่วยผู้จัดการบริการลูกค้า
☐ (6) ผู้บริหารสาขา/ผู้จัดการสาขา/ผู้จัดการสาขาอาวุโส

5. ระดับการศึกษา ☐ (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ (2) ปริญญาตรี
☐ (3) ปริญญาโท ☐ (4) ปริญญาเอก
6. รายได้ต่อเดือน ☐ (1) 10,000-20,000 บาท ☐ (2) 20,001-30,000 บาท
☐ (3) 30,001-40,000 บาท ☐ (4) 40,001-50,000 บาท
☐ (5) 50,001-60,000 บาท ☐ (6) 60,000 ขึ้นไป
7. อายุการทำงาน ☐ (1) น้อยกว่า 1 ปี ☐ (2) 1-5 ปี
☐ (3) 6-10 ปี ☐ (4) 11-15 ปี
☐ (5) 16-20 ปี ☐ (6) 21-25 ปี
☐ (7) 26-30 ปี ☐ (8) 30 ปีขึ้นไป
8. ที่บ้านหรือที่พักอาศัย ของท่านมีการติดตั้งการให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่
☐ (1) มี ☐ (2) ไม่มี
9. ถ้ามี ส่วนมากใช้บริการที่
10. โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้าน (โปรดกาเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่เป็นจริงของท่าน)
☐ (1) ค้นหาข้อมูล
☐ (2) ดูหนัง ฟังเพลง
☐ (3) เล่นเกม
☐ (4) อ่านหนังสือออนไลน์
☐ (5) ด้านสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook Twitter หรือ Hi5 เป็นต้น)
☐ (6) เชิงจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)
☐ (7) ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Kib Online, SCB Easy, K-Cyber หรือ Me เป็นต้น
11. ท่านเคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) หรือไม่
☐ (1) เคย ☐ (2) ไม่เคย
12. ถ้าหากท่านใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ท่านใช้มาเป็นระยะเวลานานเท่าใด
☐ (1) ต่ำกว่า 6 เดือน ☐ (2) 6 เดือน-1 ปี
☐ (3) มากกว่า 1ปี-2 ปี ☐ (4) มากกว่า 2 ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้

2.1 ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต

ข้อความ		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
13.	ท่านมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการ ใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต (จอ Conveninece)					
14.	ท่านรู้และเข้าใจระบบการใช้งาน อินเทอร์เน็ตและอินทราเน็ต (จอ Conveninece) เป็นอย่างดี					
15.	ท่านสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ในการ ปฏิบัติงานจากระบบอินทราเน็ต (จอ Conveninece) ของธนาคารได้เป็นอย่างดี					
16.	เมื่อท่านมีปัญหาหรือข้อสงสัยในการ ปฏิบัติงาน ท่านสามารถสืบค้นข้อมูลได้ จากระบบอินทราเน็ต (จอ Conveninece) ของธนาคารได้					
17.	อินทราเน็ต (จอ Conveninece) ของ ธนาคารมีข้อมูลเพียงพอสำหรับการ ปฏิบัติงานของท่านโดยไม่จำเป็นต้องค้น ข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น					

2.2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการ

ความถี่ในการใช้อินทราเน็ต (หน้าจอ Convenience) ผ่านใช้บริการจากระบบเครือข่าย อินทราเน็ตในด้านต่าง ๆ บ่อยเพียงใดใน 1 สัปดาห์ (นับเฉพาะวันทำงาน)

ข้อความ		มากกว่า 5 ครั้งต่อ สัปดาห์	สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	ไม่เคยใช้ เลย
18.	อินทราเน็ตโฮมเพจของธนาคาร					
19.	E-mail					
20.	กระดานข่าว(Webboard)					
21.	หนังสือเวียนและคำสั่ง					
22.	ระเบียบการธนาคาร					

2.3 การรับรู้ประโยชน์ของบริการ

การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มาใช้ช่วยในเรื่องต่อไปนี้

ข้อความ		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
23.	ลดต้นทุนในการดำเนินการ					
24.	สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร					
25.	สร้างความได้เปรียบด้านนวัตกรรม					
26.	ลดจำนวนคิวทำรายการหน้าเคาน์เตอร์					
27.	เพิ่มปริมาณการขายผลิตภัณฑ์					
28.	เพิ่มคุณภาพการให้บริการมากขึ้น					
29.	ลดจำนวนพนักงานในการให้บริการ					
30.	สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับ ธนาคารอื่น ๆ					
31.	สร้างความแตกต่างทางการบริการ					

	ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
32.	สร้างรายได้เปรียบด้านราคา					
33.	ลดความเสี่ยงจากการดำเนินงาน					

2.4 ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ

	ข้อความ	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
34.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบยอดบัญชีผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)					
35.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการลงทะเบียนหมายเลขบัญชีโดยใช้รหัส (TOP) ผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)					
36.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบระบบบัญชีย้อนหลัง (Statement) ผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)					
37.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการโอนเงินระหว่างบัญชีผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)					
38.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าหรือบริการ					
39.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับซื้อขายหน่วยลงทุน					
40.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวม					

	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
41.	ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) โอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองและชำระค่าสินค้าและบริการ โดยไม่จำกัดวงเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
42.	บัญชีที่ขอใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ต้องเป็นบัญชีบุคคลธรรมดาเท่านั้น					
43.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเดิม					

ตอนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

	ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ทัศนคติที่มีต่อด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ						
44.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านใช้บริการของธนาคารได้รวดเร็วขึ้น					
45.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านใช้บริการธนาคารสะดวกขึ้น เช่นในเรื่องของสถานที่และประหยัดเวลา					
46.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
47.	การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เสริมสร้างภาพลักษณ์ท่านให้เป็นคนทันสมัย					

ข้อความ		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่สนใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
48.	เว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดให้เข้าเยี่ยมชมบริการ					
49.	การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มาให้บริการลูกค้าทำให้ธนาคารลด ค่าใช้จ่าย เช่น พนักงาน กระดาษ ฯลฯ					
50.	การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)มาใช้ทำให้การดำเนินงานกิจการของ ธนาคารในหลาย ๆ ด้านเจริญขึ้น					
51.	การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (KTB Online) ส่งผลให้ลดงานและเพิ่มคุณภาพใน การให้บริการลูกค้ามากขึ้น					
52.	ท่านไม่เชื่อมั่นต่อระบบธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เมื่อเทียบกับ การใช้งานระบบ PD Teller					
ทัศนคติที่มีต่อด้านค่าธรรมเนียม						
54.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น					
55.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เก็บค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่ สมเหตุสมผล					
ด้านบริการพิเศษ						
56.	ท่านมีความพอใจต่อบริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ที่มีให้ เลือกใช้หลากหลาย					
57.	ท่านพอใจต่อบริการการแจ้งผลทาง SMS ของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)					

ข้อความ		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
ทัศนคติที่มีต่อด้านจัดการความเสี่ยง						
58.	ท่านมั่นใจในการให้บริการ โดยพนักงาน มากกว่าการใช้บริการผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)					
59.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) สามารถให้บริการท่านได้โดยไม่มีข้อผิดพลาด					
60.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีระบบให้บริการที่มีความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ					

ตอนที่ 4 พฤติกรรมพนักงานในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

61. ท่านรู้จักธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) จากแหล่งข้อมูลใด (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) พนักงานแนะนำ | ☐ (6) เพื่อนคนรู้จัก/แนะนำ |
| ☐ (2) แผ่นพับ/โปสเตอร์ | ☐ (7) โฆษณาผ่านตู้ ATM |
| ☐ (3) โฆษณาทางวิทยุ | ☐ (8) โฆษณาทางโทรทัศน์ |
| ☐ (4) โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ | ☐ (9) เว็บไซต์ธนาคารกรุงไทย |
| ☐ (5) เว็บไซต์อื่น ๆ | |

62. สถานที่ที่ท่านใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ☐ (1) ที่บ้าน | ☐ (4) มือถือ |
| ☐ (2) ที่ทำงาน | ☐ (3) ร้านอินเทอร์เน็ต |

63. ช่วงเวลาในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) 0.00 - 06.00 น. | ☐ (3) 12.01-18.00 น. |
| ☐ (2) 06.01-12.00 น. | ☐ (4) 18.01-24.00 น. |

64. ระยะเวลาในการใช้งานบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

☐ (1) 1-30 นาที

☐ (4) มากกว่า 2 ชั่วโมง

☐ (2) 31-60 นาที

☐ (3) 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง

65. ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) หรือไม่

☐ (1) แนะนำ เพราะใช้ง่าย สะดวกสบาย

☐ (3) ไม่แนะนำ เพราะ (โปรดระบุ)

☐ (2) แนะนำ ถ้าลูกค้า หรือบุคคลอื่นต้องการคำแนะนำ

ความถี่ในการใช้งานระบบบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

ข้อความ	มากกว่า 5 ครั้งต่อ สัปดาห์	สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	ไม่เคยใช้ เลย
66. บริการสอบถามข้อมูลยอดเงินคงเหลือ					
67. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเอง ภายในธนาคาร					
68. บริการ โอนเงินภายในธนาคารไปยัง บัญชีบุคคลอื่น					
69. บริการ โอนเงินต่างธนาคาร ไปยังบัญชี ตนเองและบุคคลอื่น					
70. บริการ โอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและ บริการ					
71. บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวใน บัญชี					
72. การจัดการบัญชี/โอนเงิน/ชำระ ค่าบริการอัตโนมัติ					
73. บริการอาชั้เช็ค/อาชั้คบัญชี/อาชั้คบัตร ATM					
74. บริการซื้อขายกองทุน					

ข้อความ		มากกว่า 5 ครั้งต่อ สัปดาห์	สัปดาห์ละ 4-5 ครั้ง	สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	ไม่เคยใช้ เลย
75.	ท่านมักจะให้เพื่อนพนักงานทำรายการผ่านระบบ PD Teller มากกว่าการทำรายการด้วยตนเองผ่านระบบ KTB Online					
76.	ท่านมักจะแนะนำให้ลูกค้าทำการสมัคร KTB Online ผ่านตู้ ATM มากกว่าทำรายการให้ลูกค้าด้วยตนเอง					
77.	ท่านมักทำธุรกรรมผ่านระบบ KTB Online เนื่องจากค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่ต่ำกว่าการทำธุรกรรมผ่านระบบ PD Teller					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวกับการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานธนาคาร

1.
2.
3.

ขอขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ผนวก ข**ลำดับนี้ความสอดคล้องของแบบสอบถาม**

5. ระดับการศึกษา ☐ (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ (2) ปริญญาตรี
☐ (3) ปริญญาโท ☐ (4) ปริญญาเอก
6. รายได้ต่อเดือน ☐ (1) 10,000-20,000 บาท ☐ (2) 20,001-30,000 บาท
☐ (3) 30,001-40,000 บาท ☐ (4) 40,001-50,000 บาท
☐ (5) 50,001-60,000 บาท ☐ (6) 60,000 ขึ้นไป
7. อายุการทำงาน ☐ (1) น้อยกว่า 1 ปี ☐ (2) 1-5 ปี
☐ (3) 6-10 ปี ☐ (4) 11-15 ปี
☐ (5) 16-20 ปี ☐ (6) 21-25 ปี
☐ (7) 26-30 ปี ☐ (8) 30 ปีขึ้นไป
8. ที่บ้านหรือที่พักอาศัย ของท่านมีการติดตั้งการให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือไม่
☐ (1) มี ☐ (2) ไม่มี
9. ถ้ามี ส่วนมากใช้บริการที่
10. โดยเฉลี่ยท่านใช้บริการอินเทอร์เน็ตในด้าน (โปรดลงเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่เป็นจริงของท่าน)
☐ (1) ค้นหาข้อมูล
☐ (2) ดูหนัง ฟังเพลง
☐ (3) เล่นเกม
☐ (4) อ่านหนังสือออนไลน์
☐ (5) ด้านสังคมออนไลน์ (เช่น Facebook Twitter หรือ Hi5 เป็นต้น)
☐ (6) เสิร์จจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)
☐ (7) ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น Kib Online, SCB Easy, K-Cyber หรือ Mc เป็นต้น
11. ท่านเคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) หรือไม่
☐ (1) เคย ☐ (2) ไม่เคย
12. ถ้าหากท่านใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ท่านใช้มาเป็นระยะเวลานานเท่าใด
☐ (1) ต่ำกว่า 6 เดือน ☐ (2) 6 เดือน-1 ปี
☐ (3) มากกว่า 1ปี-2 ปี ☐ (4) มากกว่า 2 ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจและการรับรู้

2.1 ความรู้ ความสามารถพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	$IOC = \frac{ER}{N}$
13.	ท่านมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (จอ Conveninece)	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
14.	ท่านรู้และเข้าใจระบบการใช้งานอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ต (จอ Conveninece) เป็นอย่างดี	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
15.	ท่านสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆ ในการปฏิบัติงานจากระบบอินเทอร์เน็ต (จอ Conveninece) ของธนาคารได้เป็นอย่างดี	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
16.	เมื่อท่านมีใญ่หาหรือข้อสงสัยในการปฏิบัติงาน ท่านสามารถสืบค้นข้อมูลได้จากระบบอินเทอร์เน็ต (จอ Conveninece) ของธนาคารได้	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
17.	อินเทอร์เน็ต (จอ Conveninece) ของธนาคารมีข้อมูลเพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานของท่านโดยไม่จำเป็นต้องค้นข้อมูลจากเว็บไซต์อื่น	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$

2.2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการบริการ

ความถี่ในการใช้อินทราเน็ต (หน้าจอ Convenience)ทำนใ้ใช้บริการจากระบบเครือข่าย อินทราเน็ตในด้านต่าง ๆ บ่อยเพียงใดใน 1 สัปดาห์ (นับเฉพาะวันทำงาน)

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	$IOC = \frac{ER}{N}$
18.	อินทราเน็ตโฮมเพจของธนาคาร	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
19.	E-mail	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
20.	กระดานข่าว(Webboard)	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
21.	หนังสือเวียนและคำสั่ง	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
22.	ระเบียบการธนาคาร	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
23.	อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$

2.3 การรับรู้ประโยชน์ของบริการ

การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มาใช้ช่วยในเรื่องต่อไปนี้

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	$IOC = \frac{ER}{N}$
24.	ลดต้นทุนในการดำเนินการ	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
25.	สร้างภาพลักษณ์ให้องค์กร	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
26.	สร้างความได้เปรียบด้านนวัตกรรม	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
27.	ลดจำนวนคิวทำรายการหน้าเคาน์เตอร์	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
28.	เพิ่มปริมาณการขายผลิตภัณฑ์	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
29.	เพิ่มคุณภาพการให้บริการมากขึ้น	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
30.	ลดจำนวนพนักงานในการให้บริการ	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	IOC = $\frac{ER}{N}$
31.	สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับธนาคารอื่น ๆ	1	1	1	3	3/3 = 1.00
32.	สร้างความแตกต่างทางด้านการบริการ	1	1	1	3	3/3 = 1.00
33.	สร้างความได้เปรียบด้านราคา	1	1	1	3	3/3 = 1.00
34.	ลดความเสี่ยงจากการดำเนินงาน	1	0	1	2	2/3 = 0.67

2.4 ความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบบริการ

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	IOC = $\frac{ER}{N}$
35.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบยอดบัญชีผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	0	1	2	2/3 = 0.67
36.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการลงทะเบียนหมายเลขบัญชีโดยใช้รหัส (TOP) ผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์(KTB Online)	1	1	1	3	3/3 = 1.00
37.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการตรวจสอบระบบบัญชีย้อนหลัง (Statement) ผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	1	1	3	3/3 = 1.00
38.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการโอนเงินระหว่างบัญชีผ่านระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	1	1	3	3/3 = 1.00
39.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับการชำระค่าสินค้าหรือบริการ	1	1	1	3	3/3 = 1.00
40.	ท่านมีความรู้เกี่ยวกับซื้อขายหน่วยลงทุน	1	1	1	3	3/3 = 1.00

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	$IOC = \frac{ER}{N}$
41.	โดยภาพรวมท่านมีความรู้เกี่ยวกับการใช้บริการผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$

ตอนที่ 3 ทักษะที่มีต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	$IOC = \frac{ER}{N}$
ทัศนคติที่มีต่อด้านคุณลักษณะทั่วไปของบริการ						
42.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านใช้บริการของธนาคารได้รวดเร็วขึ้น	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
43.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านใช้บริการธนาคารสะดวกขึ้นทั้งด้านสถานที่และเวลา	1	0	1	3	$2/3 = 0.67$
44.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์(KTB Online) ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
45.	การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เสริมสร้างภาพลักษณ์ท่านให้เป็นคนทันสมัย	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
46.	การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีขั้นตอนยุ่งยากกว่าการใช้บริการผ่านพนักงานธนาคาร	-1	0	1	0	$0/3 = 0.00$
47.	เว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจทันสมัย ดึงดูดให้เข้าเยี่ยมชมบริการ	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
48.	การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มาให้บริการลูกค้าทำให้ธนาคาร	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	IOC = $\frac{ER}{N}$
	ลดค่าใช้จ่าย เช่น พนักงาน กระดาษ ฯลฯ					
49.	การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)มาใช้ทำให้การดำเนินงานของธนาคารในหลาย ๆ ด้านเจริญขึ้น	1	1	1	3	3/3 = 1.00
50.	การนำธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ (KTB Online) ส่งผลให้ลดงานและเพิ่มคุณภาพในการให้บริการลูกค้ามากขึ้น	1	1	1	3	3/3 = 1.00
51.	ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์(KTB Online) ช่วยให้มีความเร็วในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น	1	1	1	3	3/3 = 1.00
ด้านเงื่อนไขบริการ						
53.	ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) โอนเงินระหว่างบัญชีของตนเองและชำระค่าสินค้าและบริการ โดยไม่จำกัดวงเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง	-1	-1	1	-1	-1/3 =-0.33
54.	ปัญหาที่ขอใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ต้องเป็นปัญหาฉุกเฉินธรรมดา	-1	-1	1	-1	-1/3 =-0.33
ด้านค่าธรรมเนียม						
55.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ช่วยให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าเดิม	1	1	-1	1	1/3 = 0.33
56.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ทำให้ท่านเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น	1	0	1	2	2/3 = 0.67
57.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) เก็บค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่สมเหตุสมผล	0	1	1	2	2/3 = 0.67

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	IOC = $\frac{ER}{N}$
ด้านบริกรพิเศษ						
59.	ท่านมีความพอใจต่อบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ที่มีใช้เลือกใช้หลากหลาย	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
60.	ท่านพอใจต่อบริการการแจ้งผลทาง OSMS ของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
ด้านจัดการความเสี่ยง						
61.	การบริการโดยพนักงานธนาคารสร้างความมั่นใจให้กับท่านมากกว่าบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
62.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) สามารถให้บริการท่านได้โดยไม่มีข้อผิดพลาด	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
63.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) มีระบบให้บริการที่มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ	1	1	1	3	$3/3 = 1.00$
64.	บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) ไม่มีความปลอดภัย และไม่น่าเชื่อถือในการรักษาข้อมูล	-1	-1	1	-1	$-1/3 = -0.33$

ตอนที่ 4 พฤติกรรมพนักงานในการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)

ข้อความ		ความสอดคล้อง				
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	ER	IOC = $\frac{ER}{N}$
65.	ท่านรู้จักธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) จากแหล่งข้อมูลใด	1	1	1	3	3/3 = 1.00
66.	สถานที่ที่ท่านใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	1	1	3	3/3 = 1.00
67.	ช่วงเวลาในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	0	1	2	2/3 = 0.67
68.	ระยะเวลาในการใช้งานบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online)	1	1	1	3	3/3 = 1.00
69.	ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (KTB Online) หรือไม่	1	1	1	3	3/3 = 1.00
ความถี่ในการใช้งานระบบบริการ						
70.	บริการสอบถามข้อมูลยอดเงินคงเหลือ	1	1	1	3	3/3 = 1.00
71.	บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเอง	1	0	1	2	2/3 = 0.67
72.	บริการ โอนเงินภายในธนาคาร ไปยังบัญชีบุคคลอื่น	1	1	1	3	3/3 = 1.00
73.	บริการ โอนเงินต่างธนาคาร ไปยังบัญชีตนเองและบุคคลอื่น	1	1	1	3	3/3 = 1.00
74.	บริการ โอนเงินเพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ	1	1	1	3	3/3 = 1.00
75.	บริการสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชี	1	1	1	3	3/3 = 1.00
76.	การจัดการบัญชี/โอนเงิน/ชำระค่าบริการอัตโนมัติ	1	1	1	3	3/3 = 1.00
77.	บริการอาชั้เช็ค/อาชั้ดบัญชี/อาชั้ดบัตร ATM	1	1	1	3	3/3 = 1.00

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาววินิดา เวชยันต์
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2543-2545 โรงเรียนปทุมมะณีมหาพรหม พ.ศ. 2546-2550 บัณฑิตบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2550 ปัจจุบัน ธนาคารกรุงไทย สาขามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้า แผนกบริการลูกค้า ธนาคารกรุงไทย สาขามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี