

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 4 สาขา จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และสำหรับองค์กรธุรกิจที่เลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 4 ราย และองค์กรธุรกิจที่ไม่ใช้บริการ จำนวน 4 ราย ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งแยกนำเสนอเป็น 3 หัวข้อย่อยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าส่วนบุคคลผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้าส่วนบุคคลในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

4.2 ผลการวิเคราะห์การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งแยกนำเสนอเป็น 3 หัวข้อย่อยดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ขององค์กรธุรกิจผู้ใช้และไม่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกให้และไม่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาขององค์กรธุรกิจผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าส่วนบุคคลธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ได้แยกนำเสนอเป็น 5 หัวข้อย่อยดังนี้

##### 4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

###### 1. เพศของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย กล่าวคือเป็นเพศหญิงจำนวน 216 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.00 และเพศชายจำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.1

###### 2. อายุของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

จากการวิเคราะห์พบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีอายุเฉลี่ยประมาณ 31 ปี กล่าวคือเป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 35 ปี จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.00 และรองลงมาเป็นผู้มีอายุระหว่าง 31 - 35 ปี จำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.50 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.80 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.30 และเป็นผู้มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับดังแสดงผลในตาราง 4.1

###### 3. ระดับการศึกษาผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.50 จบระดับปวส./ อนุปริญญา มีจำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.50 และมัธยมศึกษา/ปวช จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับดังแสดงผลในตาราง 4.1

###### 4. อาชีพของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มากกว่าอาชีพอื่นกล่าวคือมีจำนวน 199 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.80 รองลงมาเป็นนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.00 มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.50 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.1

### 5 รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 18,675 บาท กล่าวคือมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.50 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.80 รายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.30 และเป็นผู้มีรายได้เกิน 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.50 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.1

ตาราง 4.1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	จำนวนผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	
	จำนวน 400 ราย	ร้อยละ
<b>1. เพศของผู้ใช้บริการ</b>		
ชาย	184	46.00
หญิง	216	54.00
<b>2. อายุของผู้ใช้บริการ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	67	16.80
21 – 25 ปี	49	12.30
26 – 30 ปี	14	3.50
31 – 35 ปี	118	29.50
มากกว่า 35 ปีขึ้นไป (อายุเฉลี่ย 30.98 ปี)	152	38.00

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	จำนวนผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	
	จำนวน 400ราย	ร้อยละ
<b>3. ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ</b>		
มัธยมศึกษา / ปวช	8	2.00
ปวส./ อนุปริญญา	38	9.50
ปริญญาตรี	244	61.00
สูงกว่าปริญญาตรี	110	27.50
<b>4. อาชีพ</b>		
นักเรียน / นักศึกษา	92	23.00
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	199	49.80
พนักงานบริษัทเอกชน	39	9.80
เจ้าของธุรกิจ / ธุรกิจส่วนตัว	70	17.50
<b>5. รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	123	30.80
10,001 – 20,000 บาท	69	17.30
20,001 – 30,000 บาท	146	36.50
มากกว่า 30,000 บาท	62	15.50
( รายได้เฉลี่ย 18,675 บาท )		

#### 4.1.2 พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าส่วนบุคคลแยกนำเสนอ 7 หัวข้อย่อยดังนี้

##### 1. ระยะเวลาที่ลูกค้าส่วนบุคคลใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ต่อเนื่องกันมาเป็นระยะเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 4 ปี กล่าวคือเป็นลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการมากกว่า 4 ปีขึ้นไปจำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.50 เป็นผู้มีระยะเวลาการใช้ 3 ปี จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.80 เป็นผู้มีระยะเวลาการใช้ 2 ปี จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.80 เป็นผู้มีระยะเวลาการใช้ 4 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.80 และเป็นผู้มีระยะเวลาการใช้บริการต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.2

##### 2. การรู้จักบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาก่อนของลูกค้าส่วนบุคคล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่ตอบว่าเคยได้ยิน และรู้จักการให้บริการในรูปแบบของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาก่อนแล้วจำนวน 387 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.75 ส่วนผู้ที่ไม่รู้จักการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาก่อนมีเพียง จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.25 เท่านั้น ดังแสดงผลในตาราง 4.2

##### 3. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้าส่วนบุคคลรู้จักบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์รู้จักการบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จากการแนะนำของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมารู้จักจาก โปสเตอร์ / แผ่นพับ ร้อยละ 59.75 รู้จักจากโทรทัศน์ ร้อยละ 6.25 รู้จักจากหนังสือพิมพ์และรู้จักจากวิทยุ ร้อยละ 4.50 และ 2.25 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.2

##### 4. ประเภทของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้าส่วนบุคคลนิยมเลือกใช้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าลูกค้าส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) นิยมเลือกใช้บริการ ATM มากที่สุดถึงร้อยละ 100.00 รองลงมาคือนิยมการใช้บริการ Internet Banking ร้อยละ 65.75 นิยมใช้ Telephone Banking ร้อยละ 24.00 และนิยมใช้บริการ E-Commerce ร้อยละ 11.50 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.2

### 5. จุดเด่นของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกค้ำส่วนบุคคลเลือกใช้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจุดเด่นที่ทำให้ถูกค้ำส่วนบุคคลเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มากที่สุดเป็นเพราะสามารถให้บริการได้ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 98.00 รองลงมาได้แก่การมีจุดให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีเป็นจำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 93.50 เนื่องจากเป็นบริการที่เกิดความคล่องตัวทางการเงิน คิดเป็นร้อยละ 81.50 สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุกประเภท คิดเป็นร้อยละ 78.75 เป็นเพราะต้องการใช้บริการเพื่อผ่านบัญชีเงินเดือน คิดเป็นร้อยละ 67.50 เนื่องจากเจ้าหน้าที่ธนาคารให้คำแนะนำ และมีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 58.75 เนื่องจากมีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และเนื่องจากกามีอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษในช่วงส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 8.25 ดังแสดงผลในตาราง 4.2

### 6. ธุรกรรมของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกค้ำส่วนบุคคลนิยมใช้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบในตาราง 4.2 พบว่าถูกค้ำส่วนบุคคลทุกรายใช้บริการในการโอนเงินสดคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาได้แก่ใช้บริการ โอนเงินระหว่างบัญชี คิดเป็นร้อยละ 93.75 ใช้บริการเรียกดูรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี คิดเป็นร้อยละ 59.75 ใช้บริการเพื่อลงทะเบียนเรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 23.00 ใช้บริการสั่งซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 15.50 ใช้บริการสอบถามสถานะเช็ค / อาย์เช็ค คิดเป็นร้อยละ 9.75 ใช้บริการสอบถามอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 9.75 และใช้บริการ E-Commerce คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

### 7. ความถี่ในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าถูกค้ำส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ กล่าวคือมีการใช้บริการ 3- 4 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.20 รองลงมาที่มีการใช้บริการ 1- 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.50 และมีการใช้บริการมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์เป็นจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.30 ดังแสดงผลในตาราง 4.2

ตาราง 4.2 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้ำส่วนบุคคล

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้ำส่วนบุคคล	จำนวนผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	
	จำนวน 400 ราย	ร้อยละ
<b>1. ระยะเวลาที่ลูกค้ำส่วนบุคคลใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์</b>		
ต่ำกว่า 1 ปี	9	2.30
2 ปี	35	8.80
3 ปี	71	17.80
4 ปี	15	3.80
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป (ระยะเวลาเฉลี่ย 3.755 ปี)	270	67.50
<b>2. การรู้จักบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มาก่อนของลูกค้ำ</b>		
รู้จัก	387	96.75
ไม่รู้จัก	13	3.25
<b>3. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ลูกค้ำส่วนบุคคลรู้จักบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
พนักงานธนาคารแนะนำ	400	100.00
โปสเตอร์ / แผ่นพับ	239	59.75
โทรทัศน์	25	6.25
หนังสือพิมพ์	18	4.50
วิทยุ	9	2.25

ตาราง 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้ำส่วนบุคคล	จำนวนผู้ให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	
	จำนวน 400 ราย	ร้อยละ
<b>4. ประเภทของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้ำ ส่วนบุคคลนิยมเลือกใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
ATM	400	100.00
Internet Banking	263	65.75
Telephone Banking	96	24.00
E-Commerce	46	11.50
<b>5. จุดเด่นของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้ำส่วน บุคคลเลือกใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
สามารถใช้บริการได้ 24 ชั่วโมง	392	98.00
จุดให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนมาก	374	93.50
ทำให้เกิดความคล่องตัวทางการเงิน	326	81.50
สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ทุก ประเภท	315	78.75
การผ่านบัญชีเงินเดือน	270	67.50
เจ้าหน้าที่ธนาคารแนะนำและมีการ ประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ	235	58.75
ขั้นตอนการใช้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน	60	15.00
การมีอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษในช่วง ส่งเสริมการขาย	33	8.25
<b>6. ธุรกรรมของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่ลูกค้ำส่วน บุคคลนิยมใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
บริการถอนเงิน	400	100.00
บริการ โอนเงินระหว่างบัญชี	375	93.75
เรียกดูรายการเคลื่อนไหวทางบัญชี	239	59.75



ตาราง 4.2 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าส่วนบุคคล	จำนวนผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
บริการลงทะเบียนเรียนหนังสือ	92	23.00
บริการสั่งซื้อสินค้า	62	15.50
บริการสอบถามสถานะเช็ค / อายัด	39	9.75
บริการสอบถามอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	39	9.75
E-Commerce	15	3.75
<b>7. ความถี่ในการใช้ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์</b>		
1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	178	44.50
3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	205	51.20
มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์	17	4.30
(ความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ย 2.65 ครั้งต่อสัปดาห์)		

#### 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีทั้งหมด 7 ประการ ซึ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ได้แยกนำเสนอปัจจัยเป็น 8 หัวข้อดังต่อไปนี้

##### 1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านผลิตภัณฑ์ (ประเภทของผลิตภัณฑ์)พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 รายการ มีคะแนนเฉลี่ยรวมกัน 3.73 กล่าวคืออันดับที่ 1 เป็นคะแนนเฉลี่ยของ บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถใช้บริการทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีคะแนนเฉลี่ย 4.76 รองลงมาอันดับที่ 2 คือบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว และประหยัดเวลามากกว่าการไปใช้บริการที่ธนาคาร มีคะแนนเฉลี่ย 3.74 อันดับที่ 3 คือบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นบริการที่ทำความเข้าใจในการใช้ได้ง่ายไม่สลับซับซ้อนแต่อย่างใด มีคะแนนเฉลี่ย 3.66 อันดับที่ 4 คือบริการที่ทำความเข้าใจในการใช้ได้ง่ายไม่สลับซับซ้อน มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 และอันดับที่ 5 คือธนาคารมีการประชาสัมพันธ์แนะนำเชิญชวนให้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อย่างต่อเนื่อง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.3

ตาราง 4.3 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้บริการทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง	1,560 (312x5)	320 (80x4)	24 (8x3)	- (0x2)	- (0x1)	1,904	4.76	1
-รูปแบบบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีหลากหลายให้เลือก	200 (40x5)	896 (224x4)	384 (128x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,496	3.74	2
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลามากกว่าการไปใช้บริการที่ธนาคาร	440 (88x5)	384 (96x4)	624 (208x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,464	3.66	3
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นบริการที่ทำความเข้าใจในการใช้ได้ง่าย ไม่สลับซับซ้อน	160 (32x5)	320 (80x4)	816 (272x3)	32 (16x2)	- (0x1)	1,328	3.32	4
-ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์แนะนำเชิญชวนอย่างต่อเนื่อง	0 (0x5)	480 (120x4)	672 (224x3)	112 (56x2)	- (0x1)	1,264	3.16	5
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์							3.73	

## 2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านราคา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ทางด้านราคา พบว่าปัจจัยด้านราคาทั้ง 2 รายการมีคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45 กล่าวคืออันดับหนึ่งเป็นคะแนนเฉลี่ยของการที่ไม่มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมรายปีในส่วนของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บางประเภท (Internet Banking, Telephone Banking, E-Commerce) ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และรองลงมาเป็นคะแนนเฉลี่ยของการคิดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและมีค่าใช้บริการที่ต่ำกว่าการเดินทางไปใช้บริการที่ธนาคาร มีคะแนนเฉลี่ย 3.26 ดังแสดงผลในตาราง 4.4

ตาราง 4.4 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านราคา	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
-ไม่มีการคิดค่าธรรมเนียมรายปีในบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บางประเภท(Internet Banking, Telephone Banking, E-Commerce)	120 (24x5)	864 (216x4)	456 (152x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,456	3.64	1
-มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและมีค่าใช้บริการที่ต่ำกว่าบริการที่ธนาคาร	40 (8x5)	352 (88x4)	912 (304x3)	- (0x2)	- (0x1)	1,304	3.26	2
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางด้านราคา							3.45	

### 3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสถานที่การให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านสถานที่ให้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด คือ จุดบริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนมาก และกระจายอยู่ทุกหนทุกแห่งทำให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.68 และปัจจัยด้านจุดให้บริการมีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีคะแนนเฉลี่ย 3.82 ดังแสดงผลในตาราง 4.5

ตาราง 4.5 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่การให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านสถานที่การให้บริการ								
-มีจุดให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนมาก และกระจายอยู่ทุกหนทุกแห่ง ทำให้สะดวกในการใช้บริการ	1,560 (312x5)	224 (56x4)	72 (24x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,872	4.68	1
-จุดให้บริการมีสถานที่จอดรถเพียงพอ	160 (32x5)	1,088 (272x4)	264 (88x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,528	3.82	2
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางด้านสถานที่การให้บริการ							4.25	

#### 4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การนำเสนอความคุ้มครองพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทบัตรเอทีเอ็ม มีคะแนนเฉลี่ย 4.90 รองลงมาคือ มีพนักงานธนาคารแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์ธนาคารอยู่เสมอ มีคะแนนเฉลี่ย 3.57 และอันดับที่สามคือ มีการจัดรายการส่งเสริมการให้บริการด้วยอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษของผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเสมอ มีคะแนนเฉลี่ย 3.20 ดังแสดงผลในตาราง 4.6

ตาราง 4.6 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด								
-การนำเสนอความคุ้มครองพิเศษสำหรับผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภทบัตรเอทีเอ็ม	1,840 (368x5)	96 (24x4)	24 (8x3)	- (0x2)	- (0x1)	1,960	4.90	1
-มีพนักงานธนาคารแนะนำการให้บริการผลิตภัณฑ์ธนาคารอยู่เสมอ	120 (24x5)	768 (192x4)	504 (168x3)	36 (16x2)	- (0x1)	1,428	3.57	2
-มีการจัดรายการส่งเสริมการให้บริการด้วยอัตราค่าธรรมเนียมพิเศษของผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าเสมอ	- (0x5)	384 (96x4)	864 (288x3)	32 (16x2)	- (0x1)	1,280	3.20	3
-มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ สม่ำเสมอ	0 (0x5)	320 (80x4)	792 (264x3)	112 (56x2)	- (0x1)	1,224	3.06	4
-มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่ำเสมอ ทันสมัย	0 (0x5)	256 (64x4)	840 (280x3)	112 (56x2)	- (0x1)	1,208	3.02	5
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด							3.55	

### 5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจของลูกค้ำส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านบุคลากร พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ พนักงานแต่งกายเหมาะสม บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.58 รองลงมาคือ พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์ และไว้ใจได้ มีคะแนนเฉลี่ย 3.46 และอันดับที่สามคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.44 ดังแสดงผลในตาราง 4.7

ตาราง 4.7 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
-พนักงานแต่งกายเหมาะสม บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	- (0x5)	960 (240x4)	456 (152x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,432	3.58	1
-พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์ และไว้ใจได้	40 (8x5)	704 (176x4)	624 (208x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,384	3.46	2
-พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	- (0x5)	736 (184x4)	624 (208x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,376	3.44	3
-พนักงานให้ความกระตือรือร้นในการอำนวยความสะดวกในการให้คำปรึกษาแนะนำในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	40 (8x5)	320 (80x4)	888 (296x3)	32 (16x2)	- (0x1)	1,280	3.20	4
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคาร							3.42	

## 6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านกระบวนการของการให้บริการ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือ มีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเช่นระบบคอมพิวเตอร์ และเป็นการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มช่องทางในการใช้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.94 รองลงมาคือ การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นไปอย่างรวดเร็ว มีคะแนนเฉลี่ย 3.52 และอันดับที่สามคือ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ มีคะแนนเฉลี่ย 3.46 ดังแสดงผลในตาราง 4.8

ตาราง 4.8 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
-มีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่นระบบคอมพิวเตอร์ ,การให้บริการทางอินเทอร์เน็ตเพื่อเพิ่มช่องทางในการใช้บริการ	120 (24x5)	1,312 (328x4)	144 (48x3)	- (0x2)	- (0x1)	1,576	3.94	1
-การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นไปอย่างรวดเร็ว	80 (16x5)	736 (184x4)	576 (192x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,408	3.52	2
-มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้	40 (8x5)	672 (168x4)	672 (224x3)	- (0x2)	- (0x1)	1,384	3.46	3
-ระเบียบขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการไม่ยุ่งยาก	0 (0x5)	352 (88x4)	864 (288x3)	48 (24x2)	- (0x1)	1,264	3.16	4
-ความรวดเร็วในการสมัครใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	0 (0x5)	288 (72x4)	936 (312x3)	32 (16x2)	- (0x1)	1,256	3.14	5
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางด้านกระบวนการของการให้บริการ							3.44	

## 7. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านอื่นๆ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านอื่นๆ พบว่า ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรกคือชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีคะแนนเฉลี่ย 3.64 รองลงมาคือธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจที่มีความน่าเชื่อถือ มีคะแนนเฉลี่ย 3.16 และอันดับที่สามคือ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) มีนโยบายที่ชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.06 ดังแสดงผลในตาราง 4.9

ตาราง 4.9 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านอื่นๆของธนาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่ สุด (1)	คะแนน รวม	คะแนน เฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านอื่นๆของธนาคาร -ชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร	40 (8x5)	992 (248x4)	408 (136x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,456	3.64	1
-ธนาคารมีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจที่มีความ น่าเชื่อถือ	40 (8x5)	224 (56x4)	984 (328x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,264	3.16	2
-ธนาคารมีนโยบายที่ชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	0 (0x5)	128 (32x4)	1,080 (360x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,224	3.06	3
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยทางด้านอื่นๆของธนาคาร							3.29	



### 8. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆพร้อมกันทั้ง 7 ปัจจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) พร้อมกันทั้ง 7 ปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือปัจจัยด้านสถานที่การให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.74 และอันดับที่สามคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ย 3.55 ดังแสดงผลในตาราง 4.10

ตาราง 4.10 แสดงระดับคะแนนการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของปัจจัยต่างๆพร้อมกันทั้ง 7 ปัจจัย

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยต่างๆทั้ง 7 ปัจจัย								
1. ปัจจัยด้านสถานที่การให้บริการ - จุดบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีจำนวนมาก สะดวกต่อการให้บริการ	860 (172x5)	656 (164x4)	168 (56x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,700	4.25	1
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ - บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้บริการทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมง	475 (95x5)	480(120 x4)	504 (168x3)	34 (17x2)	- (0x1)	1,493	3.73	2
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด - บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บางประเภท เช่นเมื่อเริ่มมีการนำเสนอความคุ้มครองพิเศษ	390 (78x5)	364 (91x4)	606 (224x3)	58 (29x2)	- (0x1)	1,418	3.55	3
4. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ - มีอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มช่องทางการให้บริการ	50 (10x5)	672 (168x4)	636 (212x3)	20 (10x2)	- (0x1)	1,382	3.46	4
5. ปัจจัยด้านราคา - ไม่มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมรายปีบางประเภทเช่น Internet Banking	80 (16x5)	608 (152x4)	684 (228x3)	8 (4x2)	- (0x1)	1,380	3.45	5
6. ปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคาร - พนักงานแต่งกายสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส	20 (4x5)	680 (170x4)	648 (216x3)	20 (10x2)	- (0x1)	1,368	3.42	6
7. ปัจจัยด้านอื่นๆของธนาคาร - ชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร	25 (5x5)	448 (112x4)	825 (275x3)	16 (8x2)	- (0x1)	1,314	3.29	7

All rights reserved

#### 4.1.4 การหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการกับประเภทธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการกับประเภทของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ในตาราง 4.11 สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพศของผู้ใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการทุกเพศและทุกคนนิยมใช้ ATM กล่าวคือ
  - ลูกค้าผู้ใช้บริการเพศชายทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 74.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 13.00 เลือกใช้ E-Commerce และร้อยละ 9.00 เลือกใช้ Telephone Banking ตามลำดับ
  - ลูกค้าผู้ใช้บริการเพศหญิงทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 59.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 19.00 เลือกใช้ Telephone Banking และร้อยละ 4.00 เลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ
2. อายุของผู้ใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการทุกกลุ่มทุกอายุทุกคนนิยมใช้ ATM กล่าวคือ
  - ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปีทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM และ Internet Banking ร้อยละ 13.00 เลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ โดยไม่มีใครเลือกใช้ Telephone Banking เลยแม้แต่คนเดียว
  - ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุ 21-25 ปี ทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 34.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 17.00 เลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ โดยไม่มีใครเลือกใช้ Telephone Banking เลยแม้แต่คนเดียว
  - ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุ 26-30 ปี ทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 8.00 เลือกใช้ Internet Banking โดยไม่มีใครใช้ Telephone Banking และ E-Commerce เลยแม้แต่คนเดียว
  - ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุ 31-35 ปีทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 75.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 31.00 เลือกใช้ Telephone Banking และร้อยละ 7.00 เลือกใช้ บริการ E-Commerce ตามลำดับ
  - ผู้ใช้บริการกลุ่มอายุมากกว่า 35 ปีทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 62.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 12.00 เลือกใช้ Telephone Banking และร้อยละ 5.00 เลือกใช้บริการ E-Commerce ตามลำดับ
3. ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการทุกระดับการศึกษาทุกคนนิยมใช้ ATM กล่าวคือ

- ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา /ปวช ทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM โดยไม่มีใครเลือกใช้ Telephone Banking , E-Commerce และ Internet Banking เลยแม้แต่คนเดียว

- ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปวส/อนุปริญญาทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 60.00 เลือกใช้บริการ Internet Banking โดยไม่มีใครใช้บริการ Telephone Banking และ E-Commerce เลยแม้แต่คนเดียว

- ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 60.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 10.00 เลือกใช้ E-Commerce และร้อยละ 6.00 เลือกใช้ Telephone Banking ตามลำดับ

- ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 86.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 34.00 เลือกใช้ Telephone Banking และร้อยละ 15.00 เลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ

4. อาชีพของผู้ใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการทุกกลุ่มทุกอาชีพทุกคนนิยมใช้ ATM กล่าวคือ

- ลูกค้ายู๋ใช้บริการที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษาทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 91.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 19.00 เลือกใช้ E-Commerce โดยไม่มีใครเลือกใช้ Telephone Banking เลยแม้แต่คนเดียว

- ลูกค้ายู๋ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 100.00 ) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 56.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 16.00 เลือกใช้ Telephone Banking โดยไม่มีใครเลือกใช้ E-Commerce เลยแม้แต่คนเดียว

- ลูกค้ายู๋ใช้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM โดยไม่มีใครเลือกใช้ Telephone Banking ,E-Commerce และInternet Banking เลยแม้แต่คนเดียว

- ลูกค้ายู๋ใช้บริการที่มีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 80.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 30.00 เลือกใช้ Telephone Banking และร้อยละ 20.00 เลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ

5. ระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการทุกระดับรายได้ทุกคนนิยมใช้ ATM กล่าวคือ

- ลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาททุกคน (ร้อยละ 100.00 ) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 60.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 14.00 เลือกใช้ E-Commerce โดยไม่มีใครเลือกใช้ Telephone Banking เลยแม้แต่คนเดียว

- ลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาททุกคน (ร้อยละ 100.00 ) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 78.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 34.00 เลือกใช้ Telephone Banking โดยไม่มีใครเลือกใช้ E-Commerce เลยแม้แต่คนเดียว

- ลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาททุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 56.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 17.00 เลือกใช้ Telephone Banking และร้อยละ 5.00 เลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ

- ลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาททุกคน (ร้อยละ 100.00 ) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 88.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 25.00 เลือกใช้ E-Commerce และร้อยละ 13.00 เลือกใช้ Telephone Banking ตามลำดับ

6. ระยะเวลาที่ลูกค้าผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการกับธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)พบว่า  
ผู้ใช้บริการทุกคนนิยมใช้ ATM กล่าวคือ

- ลูกค้าผู้ใช้บริการกับธนาคารต่ำกว่า 1 ปี ทุกคน (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM โดยไม่มีใครเลือกใช้บริการ Internet Banking, E-Commerce, Telephone Banking เลยแม้แต่คนเดียว

- ลูกค้าผู้ใช้บริการกับธนาคาร 2 ปี ทุกคนร้อยละ (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 69.00 เลือกใช้ Internet Banking และไม่มีใครเลือกใช้ E-Commerce และ Telephone Banking เลยแม้แต่คนเดียว

- ลูกค้าผู้ใช้บริการกับธนาคาร 3 ปี ทุกคนร้อยละ (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 79.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 23.00 เลือก E-Commerce และร้อยละ 11.00 เลือกใช้ Telephone Banking ตามลำดับ

- ลูกค้าผู้ใช้บริการกับธนาคาร 4 ปี ทุกคนร้อยละ (ร้อยละ 100.00) เลือกใช้ ATM ร้อยละ 94.00 เลือกใช้ Telephone Banking ร้อยละ 32.00 เลือกใช้ Internet Banking และ ร้อยละ 16.00 เลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ

- ลูกค้าผู้ใช้บริการกับธนาคารมากกว่า 5 ปีทุกคนร้อยละ (ร้อยละ 100.00)เลือกใช้ ATM ร้อยละ 74.00 เลือกใช้ Internet Banking ร้อยละ 7.00 เลือกใช้ Telephone Banking และไม่มีใครเลือกใช้ E-Commerce ตามลำดับ

ตาราง 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์กับประเภท  
ของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	ประเภทของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์							
	ATM		Telephone Banking		E-Commerce		Internet Banking	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>1. เพศของผู้ใช้บริการ</b>								
ชาย	184	100.00	16	9.00	24	13.00	136	74.00
หญิง	216	100.00	40	19.00	8	4.00	128	59.00
<b>2. อายุของผู้ใช้บริการ</b>								
ต่ำกว่า 20 ปี	64	100.00	-	-	8	13.00	64	100.00
21 – 25 ปี	48	100.00	-	-	8	17.00	16	34.00
26 – 30 ปี	16	100.00	-	-	-	-	8	50.00
31 – 35 ปี	128	100.00	40	31.00	8	7.00	96	75.00
มากกว่า 35 ปีขึ้นไป	144	100.00	16	12.00	8	5.00	88	62.00
<b>3. ระดับการศึกษา</b>								
มัธยมศึกษา / ปวช.	8	100.00	-	-	-	-	-	-
ปวส / ออนุปริญญา	40	100.00	-	-	-	-	24	60.00
ปริญญาตรี	240	100.00	16	6.00	24	10.00	144	60.00
สูงกว่าปริญญาตรี	112	100.00	16	14.00	16	15.00	96	86.00
<b>4. อาชีพ</b>								
นักเรียน / นักศึกษา	88						70	91.00
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	200						112	56.00
พนักงานบริษัทเอกชน	32						-	-
เจ้าของธุรกิจ	80						64	80.00
<b>5. รายได้ต่อเดือน</b>								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	120						72	60.00
10,000 – 20,000 บาท	72						56	78.00
20,001 – 30,000 บาท	144						80	56.00
มากกว่า 30,000 บาท	64						56	88.00
<b>6. ระยะเวลาที่ใช้บริการกับ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)</b>								
ต่ำกว่า 1 ปี	35						24	69.00
2 ปี	71						56	79.00
3 ปี	51						16	32.00
4 ปี	234						168	72.00
มากกว่า 4 ปีขึ้นไป								

รวม. ๕๗๒. ๑. ๑๗๓๑

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### 4.1.5 ปัญหาในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าส่วนบุคคลของธนาคารกรุงไทย

##### จำกัด (มหาชน)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าส่วนบุคคลที่พบมี 10 ประการ ได้แก่ระบบอัตโนมัติด้านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารมีปัญหาบ่อยมากเช่น ตู้เอทีเอ็มเสียบ่อย ,ปัญหาการตัดบัญชีแต่ตู้เอทีเอ็มไม่จ่ายเงินหรือเงินตู้ไม่พอจ่ายมีจำนวนสูงสุดคือร้อยละ 89.80 รองลงมาได้แก่เวลาสมัครใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ บางประเภทจะสมัครใช้ได้เฉพาะที่สาขาที่มีบัญชีเท่านั้น ไม่สามารถสมัครต่างสาขาได้ มีจำนวนร้อยละ 78.80 พนักงานธนาคารมีความรู้ความเข้าใจในการตอบปัญหาาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ชัดเจนมีจำนวนร้อยละ 71.50 ธนาคารให้ระบบบัญชีที่ใช้ร่วมกับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บางประเภทได้น้อยเกินไปมีจำนวนร้อยละ 39.50 ไม่มั่นใจหากเกิดผิดพลาดในระบบของคอมพิวเตอร์มีจำนวนร้อยละ 21.80 ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆในการให้บริการทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 21.00 มีบุคคลอื่นนำรหัสส่วนตัวของลูกค้าในระบบไปใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาตมีจำนวนร้อยละ 14.20 ประเภทของการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีไม่หลากหลายพอมีจำนวนร้อยละ 8.80 การใช้บริการต่างๆยุ่งยากและคำอธิบายยากแก่การเข้าใจมีจำนวนร้อยละ 4.50 และอัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสูงกว่าธนาคารอื่นมีจำนวนร้อยละ 2.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.12

ตาราง 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของลูกค้าส่วนบุคคลในการใช้บริการธนาคาร  
อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของลูกค้าส่วนบุคคล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ระบบอัตโนมัติด้านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารมี ปัญหาบ่อยมาก	359	89.80
2. เวลาสมัครใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บางประเภทจะ สมัครใช้ได้เฉพาะที่สาขาที่มีบัญชีเท่านั้นไม่สามารถสมัคร ต่างสาขาได้	315	78.80
3. พนักงานธนาคารมีความรู้ความเข้าใจในการตอบปัญหา ระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ชัดเจน	286	71.50
4. ธนาคารให้ระบุบัญชีที่ใช้ร่วมกับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ บางประเภทได้น้อยเกินไป	158	39.50
5. ไม่มั่นใจหากเกิดข้อผิดพลาดในระบบของคอมพิวเตอร์ เช่น ความผิดพลาด และความไม่ปลอดภัยในการโอนเงิน ด้านอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง	87	21.80
6. ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆในการให้ บริการทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	84	21.00
7. มีบุคคลอื่นนำรหัสส่วนตัวของท่านในระบบไปใช้งานโดย ไม่ได้รับอนุญาต	57	14.20
8. ประเภทของการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีไม่ หลากหลายพอ	35	8.80
9. การใช้บริการต่างๆ ยุ่งยาก และคำอธิบายยากแก่การเข้าใจ	18	4.50
10. อัตราค่าธรรมเนียมในการใช้บริการสูงกว่าธนาคารอื่น	8	2.00

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

๑/๓๔  
332-12  
ท 368 ๒/  
เลขหมู่.....  
สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## 4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์สามารถแยกนำเสนอเป็น 5 หัวดังนี้

### 4.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจประกอบด้วย

#### 1. ผลการวิเคราะห์ประเภทของกิจการขององค์กรธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทของกิจการขององค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่าส่วนใหญ่เป็นกิจการประเภทให้บริการมากที่สุด จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนองค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการประเภท Corporate Banking เป็นประเภทการผลิต จำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นกิจการประเภทให้บริการและการค้าส่งอย่างละ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.13

#### 2. รูปแบบกิจการของลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบกิจการขององค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่าเป็นรูปแบบกิจการประเภทบริษัทจำกัดทั้งหมด 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนรูปแบบกิจการขององค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking เป็นรูปแบบกิจการประเภทบริษัทจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.00 และเป็นรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัดจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.13

#### 3. จำนวนแรงงานของลูกค้าองค์กรธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนแรงงานของลูกค้าองค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่ามีจำนวนแรงงานของธุรกิจมากกว่า 150 คน จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนองค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่ามีจำนวนแรงงานของธุรกิจไม่เกิน 50 คน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.00 และเกิน 150 คน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.13



#### 4. ระยะเวลาการประกอบกิจการของลูกค้าองค์กรธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลองค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่ามีระยะเวลาที่ประกอบกิจการของธุรกิจมากกว่า 10 ปีขึ้นไป เป็นจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนองค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking มีระยะเวลาที่ประกอบกิจการอยู่ในช่วง 3- 6 ปี และมากกว่า 10 ปี เป็นจำนวน 2 ราย เท่ากันคิดเป็นร้อยละ 50.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.13

#### 5. จำนวนสาขาของกิจการของลูกค้าองค์กรธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนสาขาของกิจการของลูกค้าองค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่ามีจำนวนสาขาของธุรกิจมากกว่า 10 สาขาขึ้นไป ทั้งหมดจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนองค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking มีจำนวนสาขาของธุรกิจน้อยกว่า 10 สาขา เป็นจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.13

#### 6. ผลการวิเคราะห์ประเภทของธุรกรรมของ Corporate Banking ที่ลูกค้าประเภทองค์กรธุรกิจใช้บริการกับธนาคาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทของธุรกรรมขององค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ที่ลูกค้าองค์กรธุรกิจเลือกใช้บริการพบว่า ทุกรายจะใช้บริการด้านบัญชีเงินฝาก . เบิกเงินเกินบัญชี .ตัวสัญญาใช้เงิน และหนังสือค้ำประกัน คิดเป็นร้อยละ 100.00 แต่ไม่มีการใช้บริการธุรกิจต่างประเทศเลยแม้แต่รายเดียว ส่วนองค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking มีการใช้บริการด้านบัญชีเงินฝากมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ เบิกเงินเกินบัญชี คิดเป็นร้อยละ 75.00 ใช้ตัวสัญญาใช้เงิน และหนังสือค้ำประกันเท่ากันคือคิดเป็นร้อยละ 50.00 แต่มีการใช้ธุรกิจต่างประเทศจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามลำดับ ดังแสดงผลในตาราง 4.13

#### 7. เวลาที่องค์กรธุรกิจใช้บริการกับธนาคาร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระยะเวลาที่องค์กรธุรกิจใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่าทุกรายจะเคยใช้บริการกับธนาคารมาแล้วมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนองค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate

Banking แต่เป็นลูกค้าของธนาคารมากกว่า 5 ปี มีจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 75.00 ที่เหลือ 1 ราย หรือร้อยละ 25.00 เป็นลูกค้าเป็นเวลา 5 ปีเท่านั้น ดังแสดงผลในตาราง 4.13

#### 8. รู้จักบริการประเภท Corporate Banking

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้องค์กรธุรกิจรู้จักใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking พบว่าทุกรายรู้จักหรือทราบการให้บริการดังกล่าวจากพนักงานธนาคารและแผ่นพับ/โปสเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 100.00 เช่นเดียวกันนี้องค์กรธุรกิจที่มีได้เป็นลูกค้าแต่ก็มีอีก 1 ราย ที่รู้จักจากโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 25.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.13

ตาราง 4.13 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้ำองค์กรธุรกิจที่ใช้บริการและไม่ได้ใช้บริการธนาคาร

## อิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking

ข้อมูลทั่วไปขององค์กรธุรกิจ	องค์กรธุรกิจที่ใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ Corporate Banking		องค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ Corporate Banking	
	จำนวน 4 ราย	ร้อยละ	จำนวน 4 ราย	ร้อยละ
	<b>1. ประเภทกิจการของธุรกิจ</b>			
กิจการการให้บริการ	4	100.00	1	25.00
กิจการการผลิต	-	-	2	50.00
กิจการค้าส่ง	-	-	1	25.00
<b>2. ลักษณะรูปแบบกิจการของ ธุรกิจ</b>				
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	-	-	1	25.00
บริษัทจำกัด	4	100.00	3	75.00
<b>3. จำนวนสาขาขององค์กรธุรกิจ</b>				
2-5 สาขา	-	-	4	100.00
6-10 สาขา	-	-	-	-
มากกว่า 10 สาขา ขึ้นไป	4	100.00	-	-
<b>4. จำนวนแรงงานขององค์กร ธุรกิจ</b>				
ไม่เกิน 50 คน	-	-	3	75.00
ไม่เกิน 100 คน	-	-	-	-
ไม่เกิน 150 คน	4	100.00	-	-
มากกว่า 150 คน	-	-	-	-
<b>5. ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ ขององค์กรธุรกิจ</b>				
3-6 ปี	-	-	2	50.00
7-9 ปี	-	-	-	-
มากกว่า 10 ปี ขึ้นไป	4	100.00	2	50.00

ตาราง 4.13 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปขององค์กรธุรกิจ	องค์กรธุรกิจที่ใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ Corporate Bank		องค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ Corporate Bank	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>6. ระยะเวลาที่ธุรกิจใช้บริการกับธนาคาร</b>				
5 ปี	-	-	1	25.00
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	4	100.00	3	75.00
<b>7. รู้จักบริการ Corporate Banking จากสื่อประชาสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>				
พนักงานธนาคารแนะนำ	4	100.00	4	100.00
โปสเตอร์ / แผ่นพับ	4	100.00	4	100.00
โทรทัศน์	-	-	1	25.00
<b>8. ประเภทของธุรกรรมของธุรกิจที่ใช้บริการกับธนาคาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>				
เงินฝาก	4	100.00	4	100.00
เบิกเงินเกินบัญชี	4	100.00	3	75.00
ตัวสัญญาใช้เงิน	4	100.00	2	50.00
ธุรกิจต่างประเทศ	-	-	1	25.00
หนังสือค้ำประกัน	4	100.00	2	50.00

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์สามารถแยกนำเสนอเป็น 8 หัวข้อดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ในด้านผลิตภัณฑ์พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด อันดับแรกคือรูปแบบของการให้บริการมีหลากหลายตรงกับความต้องการ, บริการสามารถใช้ได้ตลอดเวลาของธุรกิจและประหยัดเวลามากกว่าไปใช้บริการที่ธนาคาร และทำให้เกิดความคล่องตัวในการตรวจสอบสภาพทางการเงิน อันดับสองคือทำให้ประหยัดงบประมาณค่าจ้างบุคลากรช่วยงาน และอันดับสามคือสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการบัญชีและการเงินได้ ดังแสดงในตาราง 4.14

ตาราง 4.14 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร

## ธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
-รูปแบบบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีหลากหลายให้เลือกตรงกับความต้องการ	15 (3x5)	4 (1x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	19	4.75	1
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์สามารถใช้บริการได้ตลอดเวลาการทำงานของธุรกิจ	15 (3x5)	4 (1x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	19	4.75	1
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลามากกว่าการไปใช้บริการที่ธนาคาร	15 (3x5)	4 (1x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	19	4.75	1
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความคล่องตัวในการตรวจสอบสภาพทางการเงิน	15 (3x5)	4 (1x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	19	4.75	1
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ประหยัดงบประมาณค่าจ้างบุคลากรช่วยงาน	10 (2x5)	8 (2x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	18	4.50	2
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขีดความสามารถในการจัดการบัญชีและการเงินได้	5 (1x5)	12 (3x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	17	4.25	3
-การบริการมีการพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบของการบริการอย่างต่อเนื่อง	- (0x5)	16 (4x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	16	4.00	4
-การบริการเป็นช่องทางใหม่ในระบบบริหารทางการเงินของธนาคารและของธุรกิจ	- (0x5)	16 (4x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	16	4.00	5
-การใช้บริการมีความปลอดภัยหลายระดับทำให้น่าเชื่อถือในการทำธุรกรรมทางการเงิน	- (0x5)	12 (3x4)	3 (1x3)	- (0x2)	- (0x1)	15	3.75	6
-บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นบริการที่ทำความเข้าใจในการใช้ได้ง่าย	- (0x5)	- (0x4)	12 (4x3)	- (0x2)	- (0x1)	12	3.00	7
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์							4.25	

## 2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านราคา

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจ ในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ในด้านราคาพบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกคือมีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เหมาะสม และไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมรายปีเพิ่มมีคะแนนเฉลี่ย 3.25 เท่ากัน ดังแสดงในตาราง 4.15

ตาราง 4.15 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านราคา								
-มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เหมาะสม	- (0x5)	4 (1x4)	9 (3x3)	- (0x2)	- (0x1)	13	3.25	1
-ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมรายปีเพิ่ม	- (0x5)	4 (1x4)	9 (3x3)	- (0x2)	- (0x1)	13	3.25	1
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านราคา							3.25	

## 3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจ ในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ในด้านสถานที่ พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคือสถานที่ทำงานสามารถใช้บริการได้โดยไม่ต้องมาที่ธนาคาร โดยมีคะแนนเฉลี่ย 3.40 ดังแสดงในตาราง 4.16

ตาราง 4.16 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านสถานที่								
-สถานที่ทำงานสามารถใช้บริการได้โดยไม่ต้องมาที่ธนาคาร	- (0x5)	16 (4x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	16	4.00	1
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ							4.00	

#### 4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือก ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ในด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด คือมีพนักงานธนาคารแนะนำการใช้บริการผลิตภัณฑ์ธนาคารอยู่เสมอ มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 รองลงมาได้แก่มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วนสม่ำเสมอทันสมัย และมีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งตีพิมพ์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.25 เท่ากัน ดังแสดงในตาราง 4.17

ตาราง 4.17 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเภท Corporate Banking

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด								
-มีพนักงานธนาคารแนะนำการใช้บริการผลิตภัณฑ์ธนาคารอยู่เสมอ	- (0x5)	8 (2x4)	6 (2x3)	- (0x2)	- (0x1)	14	3.50	1
-มีการให้ข้อมูลข่าวสารครบถ้วน สม่าเสมอทันสมัย	- (0x5)	4 (1x4)	9 (3x3)	- (0x2)	- (0x1)	13	3.25	2
-มีการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งตีพิมพ์ สม่าเสมอ	- (0x5)	8 (2x4)	3 (1x3)	2 (1x2)	- (0x1)	13	3.25	3
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด							3.33	

#### 5. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคาร

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจ ในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ในด้านบุคลากรของธนาคารพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือพนักงานให้ความกระตือรือร้นในการอำนวยความสะดวกในการให้คำปรึกษาแนะนำ รวมทั้งพนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์และไว้ใจได้ มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีคะแนนเฉลี่ย 3.50 ดังแสดงในตาราง 4.18



ตาราง 4.18 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจของ  
องค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเภท Corporate Banking

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่ สุด (1)	คะแนน รวม	คะแนน เฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านบุคลากร								
-พนักงานให้ความกระตือรือร้นในการ อำนวยความสะดวกในการให้คำปรึกษา แนะนำในการใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์	- (0x5)	12 (3x4)	3 (1x3)	- (0x2)	- (0x1)	15	3.75	1
-พนักงานมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ และ ไวใจได้	- (0x5)	12 (3x4)	3 (1x3)	- (0x2)	- (0x1)	15	3.75	1
-พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ	- (0x5)	8 (2x4)	6 (2x3)	- (0x2)	- (0x1)	14	3.50	2
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคาร							3.67	

#### 6. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้  
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ในด้านกระบวนการของการให้บริการ  
พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือมีการใช้  
เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้มี  
คะแนนเฉลี่ย 4.25 รองลงมาคือระเบียบขั้นตอนต่างๆ ในการใช้บริการไม่ยุ่งยาก มีคะแนนเฉลี่ย  
3.25 ดังแสดงในตาราง 4.19

ตาราง 4.19 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการที่มีผลต่อการตัด  
สินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate  
Banking

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่ สุด (1)	คะแนน รวม	คะแนน เฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการ								
-มีการใช้เครื่องมืออุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ ทันสมัย	5 (1x5)	12 (3x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	17	4.25	1
-มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แมยำ เชื่อถือได้	5 (1x5)	12 (3x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	17	4.25	1
-ระเบียบขั้นตอนต่างๆในการใช้บริการไม่ ยุ่งยาก	- (0x5)	4 (1x4)	9 (3x3)	- (0x2)	- (0x1)	13	3.25	2
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ							3.92	

## 7. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านอื่นๆของธนาคาร

การวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือก ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Bankingในด้านอื่นๆของธนาคาร พบว่าปัจจัยด้านอื่นๆที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ ชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 รองลงมาคือธนาคารมีนโยบายที่ชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีคะแนนเฉลี่ย 3.25 ดังแสดงในตาราง 4.20

ตาราง 4.20 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านอื่นๆของธนาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ปัจจัยด้านอื่นๆ								
ชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร	- (0x5)	12 (3x4)	3 (1x3)	- (0x2)	- (0x1)	15	3.75	1
ธนาคารมีนโยบายที่ชัดเจนในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	- (0x5)	4 (1x4)	9 (3x3)	- (0x2)	- (0x1)	13	3.25	2
ระดับคะแนนเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านอื่นๆของธนาคาร							3.50	

3. สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆพร้อมกันทั้ง 7 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในเดือนที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประเภท Corporate Banking

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประเภท Corporate Banking พร้อมกัน 7 ปัจจัย พบว่าปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ คือ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 รองลงมาอันดับที่สองคือปัจจัยด้านบุคลากร มีคะแนนเฉลี่ย 3.75 ส่วนอันดับที่สามได้แก่ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆ (ชื่อเสียงด้านความมั่นคงของธนาคาร) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.50 ดังแสดงผลในตาราง 4.21

ตาราง 4.21 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ปัจจัยต่างๆ

ระดับคะแนนการตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	คะแนนรวม	คะแนนเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยต่างๆทั้ง 7 ปัจจัย								
1.ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ - สถานที่ทำงานสามารถให้บริการได้โดยไม่ต้องมาที่ธนาคาร	- (0x5)	16 (4x4)	- (0x3)	- (0x2)	- (0x1)	16	4.0	1
2.ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ - รูปแบบบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีหลากหลายให้เลือกตรงกับความต้องการ	5 (1x5)	8 (2x4)	3 (1x3)	- (0x2)	- (0x1)	16	4.00	1
3.ปัจจัยด้านบุคลากร - พนักงานให้ความกระตือรือร้นในการอำนวยความสะดวกในการให้คำปรึกษาแนะนำในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	- (0x5)	12 (3x4)	3 (1x3)	- (0x2)	- (0x1)	15	3.75	2
4.ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ - มีอุปกรณ์เครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มช่องทางการใช้บริการ	- (0x5)	8 (2x4)	6 (2x3)	- (0x2)	- (0x1)	14	3.50	3
5.ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด - มีพนักงานธนาคารแนะนำการใช้บริการผลิตภัณฑ์ธนาคารอยู่เสมอ	- (0x5)	8 (2x4)	6 (2x3)	- (0x2)	- (0x1)	14	3.50	3
6.ปัจจัยด้านอื่นๆ - ชื่อเสียงทางด้านความมั่นคงของธนาคาร	- (0x5)	8 (2x4)	6 (2x3)	- (0x2)	- (0x1)	14	3.50	3
7.ปัจจัยด้านราคา - ไม่มีการคิดอัตราค่าธรรมเนียมรายปีเพิ่ม	- (0x5)	4 (1x4)	9 (3x3)	- (0x2)	- (0x1)	13	3.25	4

#### 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท

##### Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ขององค์กรธุรกิจ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาที่องค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Bank ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่พบมากที่สุดถึงร้อยละ 75.00 ได้แก่ ธนาคารให้ระบบบัญชีที่ใช้ร่วมกับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บางประเภทได้น้อยเกินไปและปัญหาความยุ่งยากในการเข้า Web site ของธนาคารรวมถึงความล่าช้าในการส่งผ่านระบบข้อมูล รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 50.00 ได้แก่การไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคารและพนักงานธนาคารมีความรู้ความเข้าใจในการตอบปัญหาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ชัดเจน ส่วนอันดับที่สามได้แก่การใช้บริการต่างๆยุ่งยากแก่ความเข้าใจ ธนาคารขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และบุคคลอื่นนำรหัสส่วนตัวไปใช้ในงานที่ไม่ได้รับอนุญาต คิดเป็นร้อยละ 25.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.22

ตาราง 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาขององค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ปัญหาที่พบในการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ธนาคารให้ระบบบัญชีที่ใช้ร่วมกับธนาคารอิเล็กทรอนิกส์บางประเภทได้น้อยเกินไป	3	75.00
2. ปัญหาความยุ่งยากในการเข้า Web Site ของธนาคารและความล่าช้าในการส่งผ่านระบบข้อมูล	3	75.00
3. ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจากธนาคาร	2	50.00
4. พนักงานธนาคารมีความรู้ความเข้าใจในการตอบปัญหาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ไม่ชัดเจน	2	50.00
5. การใช้บริการอย่างต่างๆ ยุ่งยาก และคำอธิบายยากแก่การเข้าใจ	1	25.00
6. ขาดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในการให้บริการทางธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	1	25.00
7. มีบุคคลอื่นนำรหัสส่วนตัวของท่านในระบบไปใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาต	1	25.00

#### 4.2.4 ข้อมูลความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่ไม่ได้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

##### ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประเภท Corporate Banking

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีได้ใช้บริการ Corporate Banking ในตาราง 4.23 พบว่า องค์กรธุรกิจร้อยละ 75.00 สนใจที่อยากจะใช้บริการและต้องการให้ธนาคารแนะนำขั้นตอนในการใช้ให้ส่วนองค์กรธุรกิจที่ไม่สนใจและไม่คิดที่จะใช้บริการมีเพียงร้อยละ 25.00 เท่านั้น

ตาราง 4.23 แสดงความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีได้ใช้บริการ Corporate Banking

ข้อมูลความต้องการขององค์กรธุรกิจ	ความถี่	ร้อยละ
สนใจและต้องการให้ธนาคารแนะนำขั้นตอนการใช้บริการ	3	75.00
ไม่สนใจและไม่คิดจะบริการ	1	25.00
รวม	4	100.00

#### 4.2.5 ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจที่ไม่เลือกใช้บริการธนาคาร

##### อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ประเภท Corporate Banking

จากการผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าจำนวนแรงงานและจำนวนสาขา ของธุรกิจตลอดจนขนาดและประเภทของธุรกิจ มีส่วนในการที่นิติบุคคลจะไม่เลือกใช้บริการมากที่สุด รวมถึงเป็นบริการที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจที่มีความพร้อมเท่านั้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 100.00 นอกจากนี้ การใช้บริการดังกล่าวปัจจุบันยังมีผู้ใช้กันน้อย รวมถึงอัตราค่าบริการที่สูงไม่คุ้มกับรายได้ของธุรกิจ อีกทั้งอาจมีขั้นตอนยุ่งยากในการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ดังแสดงผลในตาราง 4.24

ตาราง 4.24 ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจที่ไม่เลือกใช้บริการธนาคาร

อิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ปัจจัยที่มีผลต่อการไม่เลือกใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
จำนวนแรงงานและจำนวนสาขาในองค์กรมีส่วนในการเลือกใช้บริการเนื่องจากมีจำนวนแรงงานน้อย	4	100.00
ขนาดของธุรกิจและประเภทของธุรกิจมีส่วนในการเลือกใช้บริการเนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็ก	4	100.00
บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท(Corporate Banking) เป็นเพียงช่องทางหนึ่งในการบริการสำหรับผู้ที่มีความพร้อม	4	100.00
การบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท (Corporate Banking) มีผู้ใช้ บริการน้อย	2	50.00
อัตราค่าบริการรายเดือนที่สูงของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท(Corporate Banking)	2	50.00
ระบบบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท(Corporate Banking) มีความยุ่งยากในการใช้	2	50.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ