

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ทักษะดิจิทัลของลูกค้าต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในอำเภอเมืองราชบุรี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 250 ราย โดยแบ่งตามสัดส่วน คือ

สาขาราชบุรี	จำนวน	84	ราย
สาขาศรีสุริยวงศ์	จำนวน	100	ราย
สาขานนไทรเพชร	จำนวน	36	ราย
สาขานนคทาธร	จำนวน	15	ราย
สาขา(ย่อย) ศาลากลาง จ.ราชบุรี	จำนวน	15	ราย

การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4.1 – ตารางที่ 4.9)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) (ตารางที่ 4.10 – ตารางที่ 4.15)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ซึ่งแบ่งเป็น ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) และด้านกระบวนการ (ตารางที่ 4.16 – ตารางที่ 4.22)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) (ตารางที่ 4.23 – ตารางที่ 4.27)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) (ตารางที่ 4.28 – ตารางที่ 4.32)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และแนวโน้มพฤติกรรม ในบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ และจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการ (ตารางที่ 4.33 – ตารางที่ 4.62)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ราย พบว่าทั้ง 250 ราย เป็นสมาชิกบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ซึ่งเป็นไปตามกระบวนการคัดเลือกตัวอย่าง

#### ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	114	45.60
หญิง	136	54.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชายมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 45.60 และเป็นเพศหญิง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 54.40

#### ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 21 ปี	16	6.40
21-30 ปี	70	28.00
31-40 ปี	71	28.40
41-50 ปี	73	29.20
51-60 ปี	19	7.60
61 ปีขึ้นไป	1	0.40
รวม	250	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 อายุไม่เกิน 21 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	112	44.80
สมรส	125	50.00
หม้าย	4	1.60
หย่าร้าง	9	3.60
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 และสถานภาพหม้าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	19.20
ปริญญาตรี / เทียบเท่า	178	71.20
ปริญญาโท	23	9.20
สูงกว่าปริญญาโท	1	0.40
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 71.20 รองลงมามีระดับการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	32	12.80
ข้าราชการ	50	20.00
ลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน	55	22.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	95	38.00
เจ้าของกิจการ / ธุรกิจส่วนตัว	17	6.80
อื่นๆ (แม่บ้าน)	1	0.40
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมามีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 อาชีพข้าราชการ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 อาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	40	16.00
10,001 – 20,000 บาท	70	28.00
20,001 – 30,000 บาท	48	19.20
30,001 – 40,000 บาท	39	15.60
40,001 – 50,000 บาท	23	9.20
50,001 บาทขึ้นไป	30	12.00
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 70 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการใช้บริการทางเว็บไซต์ของธนาคาร

สถานภาพการใช้บริการฯ	จำนวน	ร้อยละ
เคย Log in	200	80.00
ไม่เคย Log in	43	17.20
ไม่ทราบ	7	2.80
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ไม่ทราบ หมายถึง ได้รับคำแนะนำชักชวนจากพนักงานธนาคารให้สมัครใช้บริการ

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคย Log in เพื่อใช้บริการทางเว็บไซต์ของธนาคาร จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 ไม่เคย Log in เพื่อใช้บริการทางเว็บไซต์ของธนาคาร จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และไม่ทราบ (ได้รับคำแนะนำชักชวนจากพนักงานธนาคารให้สมัครใช้บริการ) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการให้บริการต่างๆ ของธนาคารกรุงไทย

ระยะเวลาการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 ปี	86	34.40
มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	40	16.00
มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป	124	49.60
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ เก็บข้อมูล มกราคม 2551

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บริการต่างๆ ของธนาคารกรุงไทย เป็นระยะเวลา มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมาคือ ระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 และระยะเวลา มากกว่า 2 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการให้บริการ KTB Online ของธนาคารกรุงไทย

ระยะเวลาการให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 6 เดือน	112	44.80
มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	62	24.80
มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	76	30.40
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ เก็บข้อมูล มกราคม 2551

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ใช้บริการ KTB Online ของธนาคารกรุงไทย เป็นระยะเวลาไม่เกิน 6 เดือน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมาคือ ระยะเวลา มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 และระยะเวลา มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จากแหล่งข้อมูลต่างๆ

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานธนาคารแนะนำ	185	74.00
เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย	86	34.40
แผ่นพับ / โปสเตอร์	74	29.60
โฆษณาผ่านทางตู้เอทีเอ็ม	55	22.00
เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ	52	20.80
โฆษณาทางโทรทัศน์	19	7.60
เว็บไซต์อื่นๆ	9	3.60
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	7	2.80
โฆษณาทางวิทยุ	6	2.40
อื่นๆ (มหาวิทยาลัย, สหกรณ์ออมทรัพย์ กฟผ, หน่วยงานต้นสังกัด)	10	4.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จากพนักงานธนาคารแนะนำ มากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือ จากเว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 จากแผ่นพับ/โปสเตอร์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 จากโฆษณาผ่านทางตู้เอทีเอ็ม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 จากเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 จากโฆษณาทางโทรทัศน์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 จากแหล่งอื่นๆ (มหาวิทยาลัย สหกรณ์ออมทรัพย์ กฟผ. และหน่วยงานต้นสังกัด) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 จากเว็บไซต์อื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 จากโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และจากโฆษณาทางวิทยุ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตอบคำถามเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ความรู้ความเข้าใจ		
	เลือกเป็นคำตอบ	ไม่เลือกเป็นคำตอบ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี	229 (91.60)	21 (8.40)	250 (100.00)
2. สอบถามรายการเคลื่อนไหว เรียกดู Statement ย้อนหลัง	187 (74.80)	63 (25.20)	250 (100.00)
3. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น	187 (74.80)	63 (25.20)	250 (100.00)
4. บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น	136 (54.40)	114 (45.60)	250 (100.00)
5. บริการชำระค่าบริการเครดิต	102 (40.80)	148 (59.20)	250 (100.00)
6. บริการสอบถามสถานะเช็ค	43 (17.20)	207 (82.80)	250 (100.00)
7. บริการอายัดเช็ค	37 (14.80)	213 (85.20)	250 (100.00)
8. บริการสั่งซื้อเช็ค	24 (9.60)	226 (90.40)	250 (100.00)
9. บริการอายัดบัตร ATM	36 (14.40)	214 (85.60)	250 (100.00)
10. การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี	48 (19.20)	202 (80.80)	250 (100.00)
11. คำนวณโหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ	52 (20.80)	198 (79.20)	250 (100.00)
12. บริการโอนเงินระหว่างประเทศ	8 (3.20)	242 (96.80)	250 (100.00)
13. การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC	11 (4.40)	239 (95.60)	250 (100.00)
14. การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก	7 (2.80)	243 (97.20)	250 (100.00)

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน



จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทราบว่ามีบริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี มากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 91.6 รองลงมาคือ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 สอบถามรายการเคลื่อนไหวเรียกดู Statement ย้อนหลัง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 บริการอายัดเช็ค จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 บริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ตามลำดับ และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทราบว่าบริการที่ธนาคารไม่ได้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 บริการโอนเงินระหว่างประเทศ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ		
	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี	229 (91.60)	21 (8.40)	250 (100.00)
2. สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง	187 (74.80)	63 (25.20)	250 (100.00)
3. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น	187 (74.80)	63 (25.20)	250 (100.00)
4. บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น	136 (54.40)	114 (45.60)	250 (100.00)
5. บริการชำระค่าบัตรเครดิต	102 (40.80)	148 (59.20)	250 (100.00)
6. บริการสอบถามสถานะเช็ค	43 (17.20)	207 (82.80)	250 (100.00)
7. บริการอายัดเช็ค	37 (14.80)	213 (85.20)	250 (100.00)
8. บริการสั่งซื้อเช็ค	24 (9.60)	226 (90.40)	250 (100.00)
9. บริการอายัดบัตร ATM	36 (14.40)	214 (85.60)	250 (100.00)
10. การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี	48 (19.20)	202 (80.80)	250 (100.00)
11. คิววีซี โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ	52 (20.80)	198 (79.20)	250 (100.00)
12. บริการโอนเงินระหว่างประเทศ	242 (96.80)	8 (3.20)	250 (100.00)
13. การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC	239 (95.60)	11 (4.40)	250 (100.00)
14. การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก	243 (97.20)	7 (2.80)	250 (100.00)

หมายเหตุ วิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจจากตารางที่ 4.11 ตามเฉลี่ยในภาคผนวก ข

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ดังนี้ ทราบว่ามีบริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี มากที่สุด จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 91.60 รองลงมาคือ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 74.80 สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 74.40 บริการชำระค่าสินค้า/บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 54.40 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 บริการอายัดเช็ค จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.80 บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 บริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 ตามลำดับ และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการที่ธนาคารไม่ได้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 บริการโอนเงินระหว่างประเทศ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.20 การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตอบคำถามเพื่อวัดความรู้ความเข้าใจด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ความรู้ความเข้าใจ			
	ตอบ “ใช่”	ตอบ “ไม่ใช่”	ตอบ “ไม่ทราบ”	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	222 (88.80)	3 (1.20)	25 (10.00)	250 (100.00)
2. ปัจจุบันธนาคารกรุงไทยเก็บค่าสมาชิกในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	9 (3.60)	201 (80.40)	40 (16.00)	250 (100.00)
3. เมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วต้องต่ออายุสมาชิกทุกปี	9 (3.60)	167 (66.80)	74 (29.60)	250 (100.00)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความรู้ความเข้าใจด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ ทราบว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 88.80 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าสมาชิกในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 และ ทราบว่าเมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วต้องไม่ต่ออายุสมาชิกทุกปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผลการวัดความรู้ความเข้าใจด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ		
	เข้าใจถูก	ขาดความเข้าใจ	รวม
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	222 (88.80)	28 (11.20)	250 (100.00)
2. ปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าสมาชิกในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	201 (80.40)	49 (19.60)	250 (100.00)
3. เมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วไม่ต้องต่ออายุสมาชิกทุกปี	167 (66.80)	83 (33.20)	250 (100.00)

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ ทราบว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 88.80 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าสมาชิกในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 และ ทราบว่าเมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วไม่ต้องต่ออายุสมาชิกทุกปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อที่ตอบถูกต้องจากการวัดความรู้ความเข้าใจด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวนข้อที่ตอบถูกต้อง	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน	ร้อยละ
0 ข้อ	0	0
1 ข้อ	0	0
2 ข้อ	0	0
3 ข้อ	2	0.80
4 ข้อ	4	1.60
5 ข้อ	12	4.80
6 ข้อ	14	5.60
7 ข้อ	27	10.80
8 ข้อ	40	16.00
9 ข้อ	29	11.60
10 ข้อ	36	14.40
11 ข้อ	33	13.20
12 ข้อ	14	5.60
13 ข้อ	11	4.40
14 ข้อ	14	5.60
15 ข้อ	3	1.20
16 ข้อ	3	1.20
17 ข้อ	8	3.20
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100</b>
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>9.58</b>	

หมายเหตุ : คะแนนเต็ม 17 คะแนน (จากตารางที่ 4.12 และ 4.14)

ตารางที่ 4.15 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจำนวนข้อที่ตอบถูกต้องจากการวัดความรู้ความเข้าใจด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยเป็น 9.58 คะแนน จากคะแนนเต็ม 17 คะแนน

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ตารางที่ 4.16 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	แปลผล ความรู้สึก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. บริการธุรกรรมทาง การเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลาย ตรงความต้องการของท่าน	63 (25.20)	153 (61.20)	32 (12.80)	2 (0.80)	0	250 (100.00)	4.11	เห็นด้วย
2. การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความ รวดเร็ว	64 (25.60)	143 (57.20)	38 (15.20)	5 (2.00)	0	250 (100.00)	4.06	เห็นด้วย
3. มีคำแนะนำในการใช้ บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ ท่านเข้าใจอย่างชัดเจน ขณะทำรายการ	38 (15.20)	150 (60.00)	60 (24.00)	2 (0.80)	0	250 (100.00)	3.90	เห็นด้วย
<b>รวม</b>							<b>4.02</b>	<b>เห็นด้วย</b>

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.02) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลายตรงความต้องการของท่าน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.11) การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.06) มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจนขณะทำรายการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.90) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.17 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	แปลผล ความรู้สึก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้	136 (54.40)	93 (37.20)	18 (7.20)	2 (0.80)	1 (0.40)	250 (100.00)	4.44	เห็นด้วย
2. อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการโอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม	64 (25.60)	127 (50.80)	48 (19.20)	11 (4.40)	0	250 (100.00)	3.98	เห็นด้วย
<b>รวม</b>							<b>4.21</b>	<b>เห็นด้วย</b>

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.21) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.44) อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการโอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	แปลผลความรู้สึก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม	68 (27.20)	142 (56.80)	36 (14.40)	4 (1.60)	0	250 (100.00)	4.10	เห็นด้วย
2. การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขา ธนาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม	60 (24.00)	146 (58.40)	32 (12.80)	11 (4.40)	1 (0.40)	250 (100.00)	4.01	เห็นด้วย
3. การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า	112 (44.80)	118 (47.20)	17 (6.80)	3 (1.20)	0	250 (100.00)	4.36	เห็นด้วย
<b>รวม</b>							<b>4.16</b>	<b>เห็นด้วย</b>

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.16) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.36) การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.10) การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขาธนาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	แปลผล ความรู้สึก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่าน ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	46 (18.40)	112 (44.80)	68 (27.20)	19 (7.60)	5 (2.00)	250 (100.00)	3.70	เห็นด้วย
2. การประชาสัมพันธ์โดยใช้ แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่าน ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	49 (19.60)	141 (56.40)	52 (20.80)	6 (2.40)	2 (0.80)	250 (100.00)	3.92	เห็นด้วย
3. คำแนะนำของพนักงาน ธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	75 (30.00)	143 (57.20)	28 (11.20)	4 (1.60)	0	250 (100.00)	4.16	เห็นด้วย
4. เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	57 (22.80)	144 (57.60)	43 (17.20)	4 (1.60)	2 (0.80)	250 (100.00)	4.00	เห็นด้วย
5. การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่าน ตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	37 (14.80)	97 (38.80)	84 (33.60)	27 (10.80)	5 (2.00)	250 (100.00)	3.54	เห็นด้วย
6. การประชาสัมพันธ์โดยใช้ แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่าน ตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	37 (14.80)	123 (49.20)	71 (28.40)	17 (6.80)	2 (0.80)	250 (100.00)	3.70	เห็นด้วย
7. คำแนะนำของพนักงาน ธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	76 (30.40)	139 (55.60)	31 (12.40)	4 (1.60)	0	250 (100.00)	4.15	เห็นด้วย
8. เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	41 (16.40)	127 (50.80)	70 (28.00)	8 (3.20)	4 (1.60)	250 (100.00)	3.77	เห็นด้วย
<b>รวม</b>							<b>3.87</b>	<b>เห็นด้วย</b>

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.87) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปีจ้อย่อยเรียงลำดับดังนี้ คำแนะนำของพนักงานธนาคาร หน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.16) คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.15) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.00) การประชาสัมพันธ์ โดยใช้แผ่นพับ โบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.92) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.77) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online และ การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ โบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.70) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	แปลผลความรู้สึก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online	63 (25.2)	133 (53.2)	50 (20.0)	4 (1.6)	0	250 (100.0)	4.02	เห็นด้วย
2. เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้เราได้	46 (18.4)	116 (46.4)	81 (32.4)	6 (2.4)	1 (0.4)	250 (100.0)	3.80	เห็นด้วย
<b>รวม</b>							<b>3.91</b>	<b>เห็นด้วย</b>

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.91) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.02) และ เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้เราได้ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์)

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์)	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	แปลผลความรู้สึก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมบริการ	33 (13.20)	142 (56.80)	67 (26.80)	7 (2.80)	1 (0.40)	250 (100.00)	3.80	เห็นด้วย
2. สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที	48 (19.20)	159 (63.60)	41 (16.40)	2 (0.80)	0	250 (100.00)	4.01	เห็นด้วย
<b>รวม</b>							<b>3.91</b>	<b>เห็นด้วย</b>

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.91) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.01) และ การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมบริการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	แปลผล ความรู้สึก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ขั้นตอนการให้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	46 (18.40)	139 (55.60)	47 (18.80)	15 (6.00)	3 (1.20)	250 (100.00)	3.84	เห็นด้วย
2. บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ	49 (19.60)	155 (62.00)	46 (18.40)	0	0	250 (100.00)	4.01	เห็นด้วย
3. บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ	43 (17.20)	129 (51.60)	76 (30.40)	2 (0.80)	0	250 (100.00)	3.85	เห็นด้วย
4. การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ	57 (22.80)	146 (58.40)	44 (17.60)	3 (1.20)	0	250 (100.00)	4.03	เห็นด้วย
5. การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ	50 (20.00)	151 (60.40)	46 (18.40)	3 (1.20)	0	250 (100.00)	3.99	เห็นด้วย
<b>รวม</b>							<b>3.94</b>	<b>เห็นด้วย</b>

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.94) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.03)



และ การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมบริการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.01) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.99) บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.85) ขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.84) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลการเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

เหตุผลการเลือกใช้บริการฯ	จำนวน	ร้อยละ
1. สะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ	227	90.80
2. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร	192	76.80
3. ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ	143	57.20
4. ทำให้การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น	77	30.80
5. มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร	58	23.20
6. อื่นๆ (ถูกบังคับ, พนักงานแนะนำ)	7	2.80

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เนื่องจากสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 90.80 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 76.80 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20 การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 และอื่นๆ (ถูกบังคับ, พนักงานแนะนำ) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่เลือกใช้

ประเภทบริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี	224	89.60
2. สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง	172	68.80
3. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น	167	66.80
4. บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น	93	37.20
5. บริการชำระค่าบัตรเครดิต	72	28.80
6. ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ	25	10.00
7. การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี	24	9.60
8. บริการสอบถามสถานะเช็ค	14	5.60
9. บริการอายัดบัตร ATM	13	5.20
10. บริการอายัดเช็ค	10	4.00
11. บริการสั่งซื้อเช็ค	7	2.80

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) รายการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 89.60 รองลงมา คือ สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 68.80 บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.60 บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 บริการอายัดเช็ค จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และ บริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.25** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

สถานที่ใช้บริการฯ	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	134	53.60
ที่ทำงาน	161	64.40
สถานศึกษา	21	8.40
ร้านอินเทอร์เน็ต	17	6.80
อื่นๆ (ยังไม่เคยใช้)	3	1.20

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 64.40 รองลงมาคือ ที่บ้าน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 ที่สถานศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 และที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และอื่นๆ (ยังไม่เคยใช้) จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ปริมาณการใช้บริการฯ	จำนวน	ร้อยละ
เท่าเดิม	78	31.20
เพิ่มขึ้น	165	66.00
ลดลง	7	2.80
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีแนวโน้มเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เพิ่มขึ้น จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 ใช้เท่าเดิม จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.20 และใช้ลดลง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ของธนาคารกรุงไทย

การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการฯ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	212	84.80
ไม่แนะนำ	11	4.40
ไม่แน่ใจ	27	10.80
<b>รวม</b>	<b>250</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 84.80 ไม่แน่ใจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 และไม่แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

จากคำถามปลายเปิดมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะ จำนวน 37 ราย ให้คำแนะนำมากกว่า 1 ด้าน ซึ่งมีข้อเสนอแนะดังนี้

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	20	54.05
ด้านราคา	5	13.51
ด้านการส่งเสริมการตลาด	8	21.62
ด้านกระบวนการ	4	10.81

หมายเหตุ เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน จำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 37 ราย

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.05 ให้ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 21.62 มีข้อเสนอแนะด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 13.51 และข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 10.81

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ควรเพิ่มความเร็วในการเชื่อมต่อระบบ และป้องกันระบบล่ม ซึ่งเกิดบ่อยครั้ง	9	45.00
2. ควรมีคำแนะนำการใช้บริการเป็นภาษาไทยอย่างง่ายๆ เนื่องจากลูกค้าสับสนในขั้นตอนการทำรายการ	3	15.00
3. ควรเพิ่มการโอนเงินต่างธนาคารอื่นด้วย	3	15.00
4. เพิ่มหน่วยงานที่สามารถชำระค่าสินค้าและบริการอื่นๆ	2	10.00
5. บัญชีที่เปิดชื่อร่วมกัน ควรใช้บริการนี้ได้	1	5.00
6. บริการนี้ไม่ควรให้เห็นบัญชีเงินฝากประจำ	1	5.00
7. ควรดาวน์โหลดเพลงฮิตติดชาร์ตได้ทุกค่ายเพลง	1	5.00

หมายเหตุ เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน จำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 20 ราย

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในเรื่องความเร็วในการเชื่อมต่อระบบและป้องกันระบบล่ม ซึ่งเกิดบ่อยครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ ควรมีคำแนะนำการใช้บริการเป็นภาษาไทยอย่างง่ายๆ เนื่องจากลูกค้าสับสนในขั้นตอนการทำรายการ คิดเป็นร้อยละ 15 ควรเพิ่มการโอนเงินต่างธนาคารอื่นด้วย คิดเป็นร้อยละ 15 และบัญชีที่เปิดชื่อร่วมกันควรใช้บริการนี้ได้ บริการนี้ไม่ควรให้เห็นบัญชีเงินฝากประจำ ควรดาวน์โหลดเพลงฮิตติดชาร์ตได้ทุกค่ายเพลง คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านราคา

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ควรลดค่าธรรมเนียมการโอนลงอีก	3	60.00
2. ไม่ควรเก็บค่าธรรมเนียมการแจ้งผลทาง SMS	2	40.00

หมายเหตุ เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน จำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ราย

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านราคา ในเรื่องควรลดค่าธรรมเนียมโอนลงอีก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 และไม่ควรถูกเก็บค่าธรรมเนียมการแจ้งผลทาง SMS คิดเป็นร้อยละ 40

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น	7	87.50
2. ควรมีการมอบของขวัญ รางวัล หรือคะแนนสะสม ให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ	1	12.50

หมายเหตุ เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน จำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 8 ราย

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.50 และควรมีการมอบของขวัญ รางวัล หรือคะแนนสะสม ให้แก่ลูกค้าที่ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 12.50

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ

ข้อเสนอแนะ	จำนวนคน	ร้อยละ
1. ควรมีคู่มือรายละเอียดแนะนำบริการส่งให้หลังสมัครใช้บริการแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจและใช้ประโยชน์จากบริการได้อย่างเต็มที่และปลอดภัย	3	75.00
2. ควรมีระบบแก้ไขข้อผิดพลาดเกี่ยวกับการทำรายการได้ทันทีในระบบอินเทอร์เน็ต	1	25.00

หมายเหตุ เป็นคำถามปลายเปิดและมีการแนะนำได้มากกว่า 1 ด้าน จำนวนร้อยละจากผู้ตอบแบบสอบถาม 4 ราย

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อเสนอแนะด้านกระบวนการ ในเรื่องควรมีคู่มือรายละเอียดแนะนำบริการส่งให้หลังสมัครใช้บริการแล้ว เพื่อสร้างความมั่นใจและใช้ประโยชน์จากบริการได้อย่างเต็มที่และปลอดภัย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 และควรมีระบบแก้ไขข้อผิดพลาดเกี่ยวกับการทำรายการได้ทันทีในระบบอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 25

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น และแนวโน้มพฤติกรรม ในบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ และจำแนกตามระยะเวลาในการใช้บริการฯ

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จากแหล่งข้อมูลต่างๆ จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูล	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานธนาคารแนะนำ	81	36.00	104	37.41
เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ	22	9.78	30	10.79
แผ่นพับ / โปสเตอร์	36	16.00	38	13.67
โฆษณาผ่านทางคูเอทีเอ็ม	18	8.00	37	13.31
โฆษณาทางวิทยุ	4	1.78	2	0.72
โฆษณาทางโทรทัศน์	9	4.00	10	3.60
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	6	2.67	1	0.36
เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย	41	18.22	45	16.19
เว็บไซต์อื่นๆ	3	1.33	6	2.16
อื่นๆ (มหาวิทยาลัย, สหกรณ์ออมทรัพย์ กฟผ, หน่วยงานต้นสังกัด)	5	2.22	5	1.80
<b>รวม</b>	<b>225</b>	<b>100.00</b>	<b>278</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.33 พบว่า เพศชายรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จากพนักงานแนะนำ จำนวนมากที่สุด คือ 81 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 18.22 แผ่นพับ / โปสเตอร์ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 โฆษณาผ่านทางคูเอทีเอ็ม มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 โฆษณาทางโทรทัศน์ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.67 อื่นๆ(มหาวิทยาลัย, สหกรณ์ออมทรัพย์

กฟผ,หน่วยงานต้นสังกัด) มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22 โฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.78 เว็บไซต์อื่นๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

เพศหญิงรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จากพนักงานแนะนำ จำนวนมากที่สุด คือ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 37.41 รองลงมา คือ เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 16.19 แผ่นพับ / ไปสเตอร์ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.67 โฆษณาผ่านทางตู้เอทีเอ็ม มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 13.31 เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.79 โฆษณาทางโทรทัศน์ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 เว็บไซต์อื่นๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.16 อื่นๆ (มหาวิทยาลัย,สหกรณ์ออมทรัพย์ กฟผ,หน่วยงานต้นสังกัด) มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 โฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.72 และโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.36 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการวัดความรู้ความเข้าใจด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ

ประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ				รวม
	เพศชาย		เพศหญิง		
	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี	102 (40.80)	12 (4.80)	127 (50.80)	9 (3.60)	250 (100.00)
2. สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง	85 (34.00)	29 (11.60)	102 (40.80)	34 (13.60)	250 (100.00)
3. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น	87 (34.80)	27 (10.80)	100 (40.00)	36 (14.40)	250 (100.00)
4. บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น	67 (26.80)	47 (18.80)	69 (27.60)	67 (26.80)	250 (100.00)
5. บริการชำระค่าบัตรเครดิต	52 (20.80)	62 (24.80)	50 (20.00)	86 (34.40)	250 (100.00)
6. บริการสอบถามสถานะเช็ค	19 (7.60)	95 (38.00)	24 (9.60)	112 (44.80)	250 (100.00)
7. บริการอายัดเช็ค	17 (6.80)	97 (38.80)	20 (8.00)	116 (46.40)	250 (100.00)
8. บริการสั่งซื้อเช็ค	10 (4.00)	104 (41.60)	14 (5.60)	122 (48.80)	250 (100.00)
9. บริการอายัดบัตร ATM	18 (7.20)	96 (38.40)	18 (7.20)	118 (47.20)	250 (100.00)
10. การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี	26 (10.40)	88 (35.20)	22 (8.80)	114 (45.60)	250 (100.00)
11. ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ	23 (9.20)	91 (36.40)	29 (11.60)	107 (42.80)	250 (100.00)
12. บริการโอนเงินระหว่างประเทศ	112 (44.80)	2 (0.08)	130 (5.20)	6 (2.40)	250 (100.00)

ตารางที่ 4.34 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการวัดความรู้ความเข้าใจ ด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ

ประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ				รวม
	เพศชาย		เพศหญิง		
	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
13. การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC	110 (44.00)	4 (1.60)	129 (51.60)	7 (2.80)	250 (100.00)
14. การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก	111 (44.40)	3 (1.20)	132 (52.80)	4 (1.60)	250 (100.00)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.34 พบว่า เพศชาย มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ดังนี้ ทราบว่ามีบริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.20 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60 บริการอาชดบัตร ATM จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 บริการอาชดเช็ค จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 และบริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายที่เข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการที่ธนาคาร ไม่ได้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 และบริการโอนเงินระหว่างประเทศ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.08 ตามลำดับ

เพศหญิง มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ดังนี้ ทราบว่ามีบริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี มากที่สุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 รองลงมาคือ สอบถามรายการเคลื่อนไหว ทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน

102 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.60 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 บริการอายัดเช็ค จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.20 และบริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.60 ตามลำดับ โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงที่เข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการที่ธนาคารไม่ได้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 บริการโอนเงินระหว่างประเทศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40 และการทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการวัดความเข้าใจถูกและเข้าใจ ผิดด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ					
	เพศชาย			เพศหญิง		
	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	ไม่ทราบ	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	ไม่ทราบ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	102 (89.47)	2 (1.75)	10 (8.77)	120 (88.24)	1 (0.74)	15 (11.03)
2. ปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่ เก็บค่าธรรมเนียมในการ ให้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต (KTB Online)	93 (81.50)	3 (2.63)	18 (15.79)	108 (79.41)	6 (4.41)	22 (16.18)
3. เมื่อเป็นสมาชิกของบริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วไม่ต้อง ต่ออายุสมาชิกทุกปี	74 (64.90)	5 (4.39)	35 (30.70)	93 (68.38)	4 (2.94)	39 (28.68)

จากตารางที่ 4.35 พบว่า เพศชาย มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ ทราบว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 89.47 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าธรรมเนียมในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 81.50 และ ทราบว่าเมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วไม่ต้องต่ออายุสมาชิกทุกปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 64.90 ตามลำดับ

เพศหญิง มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ ทราบว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 88.24 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าธรรมเนียมในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 79.41 และ ทราบว่าเมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วไม่ต้องต่ออายุสมาชิกทุกปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 68.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	เพศ		ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ชาย	หญิง	
1. บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลายตรงความต้องการของท่าน	4.21 (เห็นด้วย)	4.02 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)
2. การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว	4.14 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)	4.06 (เห็นด้วย)
3. มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจนขณะทำรายการ	3.89 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>4.08</b> (เห็นด้วย)	<b>3.97</b> (เห็นด้วย)	<b>4.02</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.36 พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.08) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละผลิตภัณฑ์และบริการเรียงลำดับดังนี้ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลายตรงความต้องการของท่าน (4.21) การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว (4.14) มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจนขณะทำรายการ (3.89)

เพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.97) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละผลิตภัณฑ์และบริการเรียงลำดับดังนี้ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลายตรงความต้องการของท่าน (4.02) การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว (4.00) มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจนขณะทำรายการ (3.90)

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ		ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ชาย	หญิง	
1. การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้	4.44 (เห็นด้วย)	4.45 (เห็นด้วย)	4.44 (เห็นด้วย)
2. อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการ โอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม	4.07 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)	3.98 (เห็นด้วย)
รวม	4.26 (เห็นด้วย)	4.18 (เห็นด้วย)	4.21 (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.37 พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.26) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้ (4.44) อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการ โอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม (4.07)

เพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.18) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้ (4.45) อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการ โอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม (3.90)

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	เพศ		ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ชาย	หญิง	
1. การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม	4.11 (เห็นด้วย)	4.08 (เห็นด้วย)	4.10 (เห็นด้วย)
2. การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขานาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม	4.04 (เห็นด้วย)	3.99 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
3. การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า	4.37 (เห็นด้วย)	4.35 (เห็นด้วย)	4.36 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>4.17</b> (เห็นด้วย)	<b>4.14</b> (เห็นด้วย)	<b>4.16</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.38 พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.17) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า (4.37) การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.11) การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขานาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.04)

เพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.14) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า (4.35) การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.08) การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขานาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม (3.99)

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ชาย	หญิง	
1. การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	3.79 (เห็นด้วย)	3.63 (เห็นด้วย)	3.70 (เห็นด้วย)
2. การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ โบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	3.99 (เห็นด้วย)	3.85 (เห็นด้วย)	3.92 (เห็นด้วย)
3. คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	4.17 (เห็นด้วย)	4.15 (เห็นด้วย)	4.16 (เห็นด้วย)
4. เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	4.04 (เห็นด้วย)	3.97 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)
5. การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ทีวี หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	3.44 (ไม่แน่ใจ)	3.62 (เห็นด้วย)	3.54 (เห็นด้วย)
6. การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ โบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	3.68 (เห็นด้วย)	3.73 (เห็นด้วย)	3.70 (เห็นด้วย)
7. คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	4.17 (เห็นด้วย)	4.13 (เห็นด้วย)	4.15 (เห็นด้วย)
8. เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	3.74 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>3.88</b> (เห็นด้วย)	<b>3.86</b> (เห็นด้วย)	<b>3.87</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.39 พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.88) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.17) คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (4.17) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.04) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.99) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.79) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.74) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.68) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.44)

เพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.86) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.15) คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (4.13) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.97) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.85) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.80) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.73) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.63) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.62)



ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	เพศ		ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ชาย	หญิง	
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online	4.01 (เห็นด้วย)	4.03 (เห็นด้วย)	4.02 (เห็นด้วย)
2. เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ได้	3.83 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)
รวม	3.92 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)	3.91 (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.40 พบว่าเพศชายมีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.92) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online (4.01) เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ได้ (3.83)

เพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.90) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online (4.03) เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ได้ (3.77)



ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์)	เพศ		ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ชาย	หญิง	
1. การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมบริการ	3.80 (เห็นด้วย)	3.79 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)
2. สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที	4.04 (เห็นด้วย)	3.99 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>3.92</b> (เห็นด้วย)	<b>3.89</b> (เห็นด้วย)	<b>3.91</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.41 พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.92) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที (4.04) การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมบริการ (3.80)

เพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.89) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที (3.99) การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมบริการ (3.79)

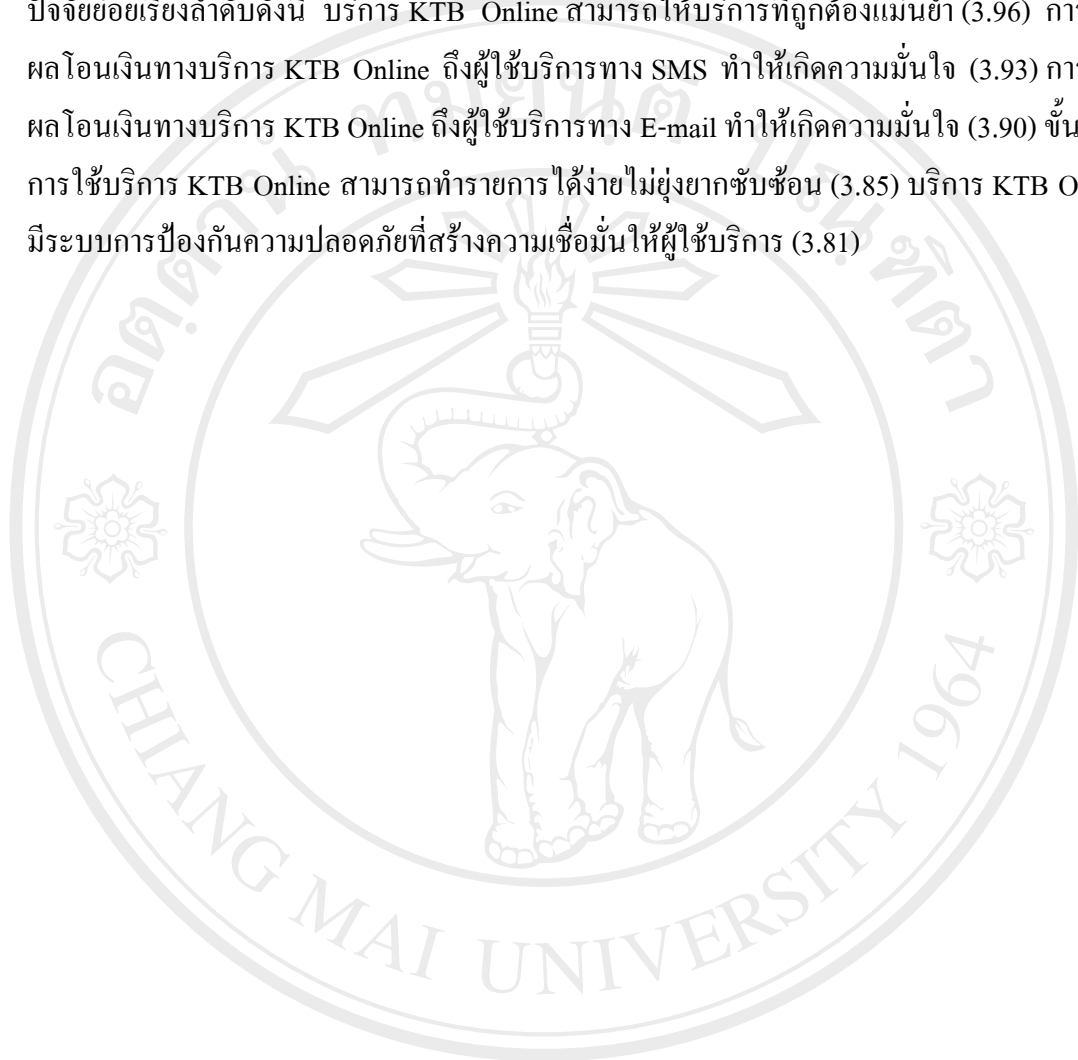
ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ		ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ชาย	หญิง	
1. ขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.83 (เห็นด้วย)	3.85 (เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)
2. บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ	4.07 (เห็นด้วย)	3.96 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
3. บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ	3.90 (เห็นด้วย)	3.81 (เห็นด้วย)	3.85 (เห็นด้วย)
4. การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ	4.14 (เห็นด้วย)	3.93 (เห็นด้วย)	4.03 (เห็นด้วย)
5. การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ	4.10 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)	3.99 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>4.00</b> (เห็นด้วย)	<b>3.89</b> (เห็นด้วย)	<b>3.94</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.42 พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.00) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ (4.14) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ (4.10) บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ (4.07) บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ (3.90) ขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (3.83)

เพศหญิง มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.89) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ (3.96) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ (3.93) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ (3.90) ขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (3.85) บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ (3.81)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.43 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเหตุผลการเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ

แหล่งข้อมูล	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ	102	29.91	125	34.44
2. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร	85	24.93	107	29.48
3. ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ	75	21.99	68	18.73
4. ทำให้การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น	45	13.20	32	8.82
5. มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร	29	8.50	29	7.99
6. อื่นๆ	5	1.47	2	0.55
<b>รวม</b>	<b>341</b>	<b>100.00</b>	<b>363</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.43 พบว่า เพศชายเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เนื่องจากสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 29.91 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 24.93 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 21.99 การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.20 มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และอื่นๆ (ถูกบังคับ, พนักงานแนะนำ) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47 ตามลำดับ

เพศหญิงเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เนื่องจากสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 34.44 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.48 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 18.73 การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.99 และอื่นๆ (ถูกบังคับ, พนักงานแนะนำ) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.55 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามประเภทบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่เลือกใช้ จำแนกตามเพศ

ประเภทบริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี	100	25.19	124	29.25
2. สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง	81	20.40	91	21.46
3. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น	79	19.90	88	20.45
4. บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น	48	12.09	45	10.61
5. บริการชำระค่าบัตรเครดิต	38	9.57	34	8.02
6. บริการสอบถามสถานะเช็ค	7	1.76	7	1.65
7. บริการอายัดเช็ค	6	1.51	4	0.94
8. บริการสั่งซื้อเช็ค	4	1.01	3	0.71
9. บริการอายัดบัตร ATM	8	2.02	5	1.18
10. การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี	11	2.77	13	3.07
11. ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ	15	3.78	10	2.36
<b>รวม</b>	<b>397</b>	<b>100.00</b>	<b>424</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.44 พบว่า เพศชายเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) รายการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีมากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.19 รองลงมา คือ สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.90 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.09 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.57 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.78 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.77 บริการอายุบัตร ATM จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.02 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.76 บริการอายุเช็ค จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.51 และ บริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.01 ตามลำดับ

เพศหญิงเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) รายการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีมากที่สุด จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมา คือ สอบถามรายการเคลื่อนไหว ทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 21.46 บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 20.45 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.61 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.02 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.07 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.36 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.65 บริการอายุบัตร ATM จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.18 บริการอายุเช็ค จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.94 และบริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.71 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามสถานที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ

สถานที่ใช้บริการฯ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	68	41.46	66	38.37
ที่ทำงาน	75	45.73	86	50.00
สถานศึกษา	9	5.49	12	6.98
ร้านอินเทอร์เน็ต	10	6.10	7	4.07
อื่นๆ (ยังไม่เคยใช้)	2	1.22	1	0.58
<b>รวม</b>	<b>164</b>	<b>100.00</b>	<b>172</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.45 พบว่า เพศชาย เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 45.73 รองลงมาคือ ที่บ้าน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 41.46 ที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 ที่สถานศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.49 และอื่นๆ (ยังไม่เคยใช้) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.22 ตามลำดับ

เพศหญิง เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ที่บ้าน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 38.37 ที่สถานศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.98 ที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.07 และอื่นๆ (ยังไม่เคยใช้) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามเพศ

ปริมาณการใช้บริการฯ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เท่าเดิม	39	34.21	39	28.68
เพิ่มขึ้น	71	62.28	94	69.12
ลดลง	4	3.51	3	2.21
<b>รวม</b>	<b>114</b>	<b>100.00</b>	<b>136</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.46 พบว่า เพศชาย มีแนวโน้มเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เพิ่มขึ้น จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 62.28 ใช้เท่าเดิม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 34.21 และใช้ลดลง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.51 ตามลำดับ

เพศหญิง มีแนวโน้มเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เพิ่มขึ้น จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 69.12 ใช้เท่าเดิม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 28.68 และใช้ลดลง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามเพศ

การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการฯ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	95	83.34	117	86.03
ไม่แนะนำ	6	5.26	5	3.68
ไม่แน่ใจ	13	11.40	14	10.29
<b>รวม</b>	<b>114</b>	<b>100.00</b>	<b>136</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.47 พบว่า เพศชายจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 83.34 ไม่แน่ใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 และไม่แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.26 ตามลำดับ

เพศหญิงจะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 86.03 ไม่แน่ใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.29 และไม่แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการรู้จักบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จากแหล่งข้อมูลต่างๆ จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

แหล่งข้อมูล	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานธนาคารแนะนำ	91	44.61	44	35.48	50	28.57
เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ	16	7.84	15	12.10	21	12.00
แผ่นพับ / โปสเตอร์	32	15.69	17	13.71	25	14.29
โฆษณาผ่านทางคู่มือที่เอเอ็ม	24	11.76	18	14.52	13	7.43
โฆษณาทางวิทยุ	2	0.98	1	0.86	3	1.71
โฆษณาทางโทรทัศน์	9	4.41	2	1.61	8	4.57
โฆษณาทางหนังสือพิมพ์	4	1.96	1	0.86	2	1.14
เว็บไซต์ของ ธนาคารกรุงไทย	20	9.80	26	20.97	40	22.86
เว็บไซต์อื่นๆ	3	1.47	0	0.00	6	3.43
อื่นๆ	3	1.47	0	0.00	7	4.00
<b>รวม</b>	<b>204</b>	<b>100.00</b>	<b>124</b>	<b>100.00</b>	<b>175</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือนรู้จักบริการ KTB Online จากพนักงานแนะนำ จำนวนมากที่สุด คือ 91 คน คิดเป็นร้อยละ 44.61 รองลงมา คือ แผ่นพับ / โปสเตอร์ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.69 โฆษณาผ่านทางคู่มือที่เอเอ็ม มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.84 โฆษณาทางโทรทัศน์ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.41 โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.96 เว็บไซต์อื่นๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47 อื่นๆ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47 และ โฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.98 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี รู้จักบริการ KTB Online จากพนักงานแนะนำ จำนวนมากที่สุด คือ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 35.45 รองลงมา คือ เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 20.97 โฆษณาผ่านทางตู้เอทีเอ็ม มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 14.52 แผ่นพับ / โปสเตอร์ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.71 เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 โฆษณาทางโทรทัศน์ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.61 โฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.86 และโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.86 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป รู้จักบริการ KTB Online จากพนักงานแนะนำ จำนวนมากที่สุด คือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 รองลงมา คือ เว็บไซต์ของธนาคารกรุงไทย มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 แผ่นพับ / โปสเตอร์ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 เพื่อน / คนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 โฆษณาผ่านทางตู้เอทีเอ็ม มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.43 โฆษณาทางโทรทัศน์ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.57 อื่นๆ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เว็บไซต์อื่นๆ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.43 โฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.71 และโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการวัดความรู้ความเข้าใจด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี	104 (14.33)	8 (0.95)	54 (11.46)	8 (2.02)	71 (11.68)	5 (1.10)
2. สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง	74 (10.19)	38 (4.51)	50 (10.62)	12 (3.02)	63 (10.36)	13 (2.85)
3. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น	71 (9.78)	41 (4.87)	52 (11.04)	10 (2.52)	64 (10.53)	12 (2.63)
4. บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น	54 (7.44)	58 (6.89)	39 (8.28)	23 (5.79)	43 (7.07)	33 (7.24)
5. บริการชำระค่าบัตรเครดิต	29 (3.99)	83 (9.86)	34 (7.22)	28 (7.05)	39 (6.41)	37 (8.11)
6. บริการสอบถามสถานะเช็ค	11 (1.52)	101 (12.00)	9 (1.91)	53 (13.35)	23 (3.78)	53 (11.62)
7. บริการอายัดเช็ค	9 (1.24)	103 (12.23)	8 (1.70)	54 (13.60)	20 (3.29)	56 (12.28)
8. บริการสั่งซื้อเช็ค	6 (0.83)	106 (12.59)	4 (0.85)	58 (14.61)	14 (2.30)	62 (13.60)
9. บริการอายัดบัตร ATM	9 (1.24)	103 (12.23)	10 (2.12)	52 (13.10)	17 (2.80)	59 (12.94)
10. การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี	18 (2.48)	94 (11.16)	12 (2.55)	50 (12.59)	18 (2.96)	58 (12.72)
11. ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ	13 (1.79)	99 (11.76)	14 (2.97)	48 (12.09)	25 (4.11)	51 (11.18)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

ตารางที่ 4.49 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการวัดความรู้ความเข้าใจ ด้านบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด	เข้าใจถูก	เข้าใจผิด
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
12. บริการ โอนเงินระหว่าง ประเทศ	109 (15.01)	3 (0.36)	62 (13.16)	0 (0.00)	71 (11.68)	5 (1.10)
13. การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC	109 (15.01)	3 (0.36)	61 (12.95)	1 (0.25)	69 (11.35)	7 (1.54)
14. การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก	110 (15.15)	2 (0.24)	62 (13.16)	0 (0.00)	71 (11.68)	5 (1.10)
<b>รวม</b>	<b>726</b> <b>(100.00)</b>	<b>842</b> <b>(100.00)</b>	<b>471</b> <b>(100.00)</b>	<b>397</b> <b>(100.00)</b>	<b>608</b> <b>(100.00)</b>	<b>456</b> <b>(100.00)</b>

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ดังนี้ ทราบว่ามีการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี มากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 14.33 รองลงมาคือ สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 10.19 บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 9.78 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 7.44 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 3.99 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 2.48 สามารถดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.52 บริการอายัดเช็ค จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.24 บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.24 และ บริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.83 ตามลำดับ โดยมีเข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการที่ธนาคารไม่ได้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ บริการ โอนเงินระหว่างประเทศ จำนวน



3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.36 การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.36 และ การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.24 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ดังนี้ ทราบว่ามีบริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 11.46 รองลงมาคือ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 11.04 สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10.62 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 8.28 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 7.22 สามารถดาวน์โหลดเพลง จากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.97 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.55 บริการอายัด บัตร ATM จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.12 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.91 บริการอายัดเช็ค จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และบริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.85 ตามลำดับ โดยมีเข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการที่ธนาคารไม่ได้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ การยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทบริการที่ธนาคารให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ดังนี้ ทราบว่ามีบริการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชี มากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 11.68 รองลงมาคือ บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 10.51 สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 10.36 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 7.07 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 6.41 สามารถดาวน์โหลดเพลง จากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.11 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 3.78 บริการอายัดเช็ค จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 3.29 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 2.96 บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และบริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ โดยมีเข้าใจผิดเกี่ยวกับบริการที่ธนาคารไม่ได้ให้บริการทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ บริการโอนเงินระหว่างประเทศ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 11.68 การทำธุรกรรมนำเข้าและส่งออก จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 11.68 และการยื่นใบสมัครบัตรเครดิต KTC จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 11.35 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการวัดความเข้าใจถูกและเข้าใจ ผิดด้านความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามระยะเวลา การใช้บริการ KTB Online

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online)	ผลของความรู้ความเข้าใจ								
	ไม่เกิน 6 เดือน			มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี			มากกว่า 1 ปีขึ้นไป		
	เข้าใจ ถูก	เข้าใจ ผิด	ไม่ ทราบ	เข้าใจ ถูก	เข้าใจ ผิด	ไม่ ทราบ	เข้าใจ ถูก	เข้าใจ ผิด	ไม่ ทราบ
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)
1. บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	88 (78.57)	2 (1.79)	22 (19.64)	60 (96.77)	0 (0.00)	2 (3.23)	74 (97.37)	1 (1.32)	1 (1.32)
2. ปัจจุบัน ธนาคารกรุงไทยไม่เก็บ ค่าธรรมเนียมในการ ให้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต (KTB Online)	83 (74.11)	2 (1.79)	27 (24.11)	53 (85.48)	3 (4.84)	6 (9.68)	65 (85.53)	4 (5.26)	7 (9.21)
3. เมื่อเป็นสมาชิกของ บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วไม่ต้องต่อ อายุสมาชิกทุกปี	63 (56.25)	4 (3.57)	45 (40.18)	46 (74.19)	2 (3.23)	14 (22.58)	58 (76.32)	3 (3.95)	15 (19.74)

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ ทราบว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าธรรมเนียมในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 74.11 และทราบว่าเมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วไม่ต้องต่ออายุสมาชิกทุกปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ ทราบว่าบริการธนาคาร

ทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 96.77 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าสมาชิกในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 85.48 และทราบว่าเมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วต้องไม่ต่ออายุสมาชิกทุกปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 74.19 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) คือ ทราบว่าบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 97.37 ทราบว่าปัจจุบันธนาคารกรุงไทยไม่เก็บค่าสมาชิกในการให้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 85.53 และทราบว่าเมื่อเป็นสมาชิกของบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) แล้วต้องไม่ต่ออายุสมาชิกทุกปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 76.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จำแนกระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online			ค่าเฉลี่ย (แปลผล ความรู้สึก)
	ไม่เกิน 6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	
1. บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน บริการ KTB Online มีความ หลากหลายตรงความต้องการของ ท่าน	4.02 (เห็นด้วย)	4.13 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)
2. การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว	4.03 (เห็นด้วย)	4.10 (เห็นด้วย)	4.09 (เห็นด้วย)	4.06 (เห็นด้วย)
3. มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้า เว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจน ขณะทำรายการ	3.83 (เห็นด้วย)	3.82 (เห็นด้วย)	4.05 (เห็นด้วย)	3.90 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>3.96</b> (เห็นด้วย)	<b>4.01</b> (เห็นด้วย)	<b>4.12</b> (เห็นด้วย)	<b>4.03</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ: คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.96) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละผลิตภัณฑ์และบริการเรียงลำดับดังนี้ การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว (4.03) บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลายตรงความต้องการของท่าน (4.02) มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจนขณะทำรายการ (3.83)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.01) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละผลิตภัณฑ์และบริการเรียงลำดับดังนี้ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลายตรงความต้องการของท่าน (4.13) การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว (4.10) มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจนขณะทำรายการ (3.82)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.12) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละผลิตภัณฑ์และบริการเรียงลำดับดังนี้ บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านบริการ KTB Online มีความหลากหลายตรงความต้องการของท่าน (4.22) การทำรายการผ่านบริการ KTB Online มีความรวดเร็ว (4.09) มีคำแนะนำในการใช้บริการที่หน้าเว็บไซต์ให้ท่านเข้าใจอย่างชัดเจนขณะทำรายการ (3.05)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online			ค่าเฉลี่ย (แปลผล ความรู้สึก)
	ไม่เกิน 6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	
1. การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้	4.37 (เห็นด้วย)	4.52 (เห็นด้วย)	4.49 (เห็นด้วย)	4.44 (เห็นด้วย)
2. อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการโอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม	3.95 (เห็นด้วย)	3.98 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)	3.98 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>4.16</b> (เห็นด้วย)	<b>4.25</b> (เห็นด้วย)	<b>4.32</b> (เห็นด้วย)	<b>4.21</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.16) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้ (4.37) อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการโอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม (3.95)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.25) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้ (4.52) อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการโอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม (3.98)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.32) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การใช้บริการ KTB Online ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี ทำให้ท่านใช้บริการนี้ (4.19) อัตราค่าธรรมเนียมในการบริการโอนเงินทาง KTB Online มีความเหมาะสม (4.14)



ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online			ค่าเฉลี่ย (แปลผลความรู้สึก)
	ไม่เกิน 6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	
1. การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคาร เป็นวิธีที่เหมาะสม	4.03 (เห็นด้วย)	4.16 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)	4.10 (เห็นด้วย)
2. การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขา ธนาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม	4.07 (เห็นด้วย)	4.05 (เห็นด้วย)	3.89 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
3. การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า	4.28 (เห็นด้วย)	4.45 (เห็นด้วย)	4.39 (เห็นด้วย)	4.36 (เห็นด้วย)
รวม	4.13 (เห็นด้วย)	4.22 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)	4.16 (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.13) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า (4.28) การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขาธนาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.07) การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.03)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.22) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า



(4.45) การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.16) การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขาธนาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.05)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.14) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ตลอด 24 ชั่วโมงเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า (4.39) การสมัครใช้บริการ KTB Online ทางเว็บไซต์ธนาคารเป็นวิธีที่เหมาะสม (4.14) การสมัครใช้บริการ KTB Online ได้ที่สาขาธนาคารกรุงไทยเป็นวิธีที่เหมาะสม (3.89)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol). The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online			ค่าเฉลี่ย (แปลผล ความรู้สึก)
	ไม่เกิน 6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	
1. การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	3.75 (เห็นด้วย)	3.58 (เห็นด้วย)	3.72 (เห็นด้วย)	3.70 (เห็นด้วย)
2. การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ โบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	3.94 (เห็นด้วย)	3.89 (เห็นด้วย)	3.91 (เห็นด้วย)	3.92 (เห็นด้วย)
3. คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	4.19 (เห็นด้วย)	4.11 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)	4.16 (เห็นด้วย)
4. เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online	3.87 (เห็นด้วย)	4.08 (เห็นด้วย)	4.13 (เห็นด้วย)	4.00 (เห็นด้วย)
5. การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	3.66 (เห็นด้วย)	3.44 (เห็นด้วย)	3.43 (เห็นด้วย)	3.54 (เห็นด้วย)
6. การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับ โบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	3.82 (เห็นด้วย)	3.69 (เห็นด้วย)	3.54 (เห็นด้วย)	3.70 (เห็นด้วย)
7. คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	4.19 (เห็นด้วย)	4.06 (เห็นด้วย)	4.16 (เห็นด้วย)	4.15 (เห็นด้วย)
8. เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online	3.71 (เห็นด้วย)	3.81 (เห็นด้วย)	3.83 (เห็นด้วย)	3.77 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>3.89</b> (เห็นด้วย)	<b>3.83</b> (เห็นด้วย)	<b>3.86</b> (เห็นด้วย)	<b>3.87</b> (เห็นด้วย)

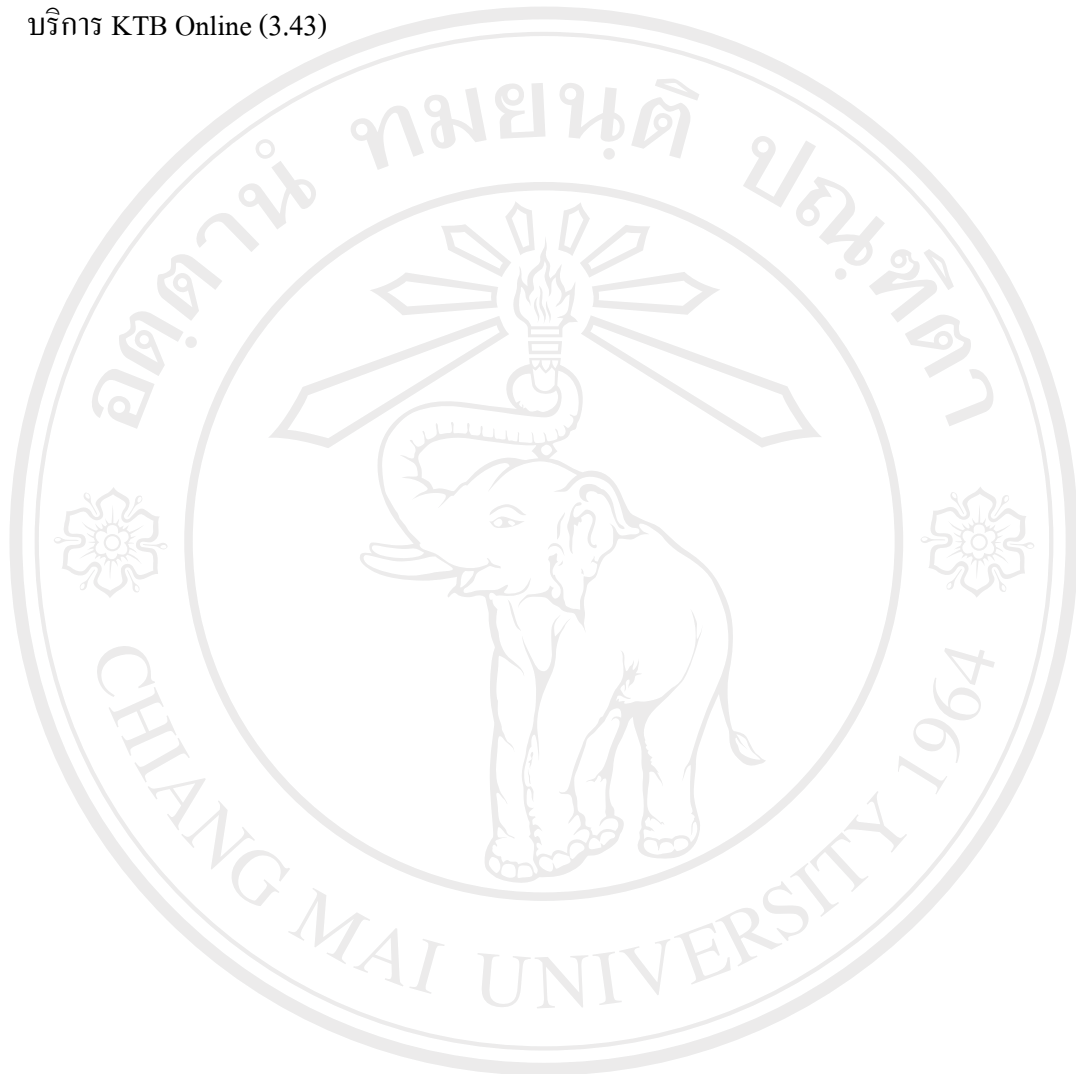
หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.89) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.19) คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (4.19) แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.94) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.87) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.82) การประชาสัมพันธ์โดยใช้ การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.75) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.71) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.66)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.83) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.11) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.08) คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (4.06) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.89) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.81) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.69) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.58) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.44)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.86) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (4.16) คำแนะนำของพนักงานธนาคารหน้าเคาน์เตอร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.14) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (4.13) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับ KTB Online (3.91) เว็บไซต์ของธนาคาร ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.83) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านทราบข้อมูล

เกี่ยวกับ KTB Online (3.72) การประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับโบชัวร์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.54) การโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการ KTB Online (3.43)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online			ค่าเฉลี่ย (แปลผล ความรู้สึก)
	ไม่เกิน 6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online	4.02 (เห็นด้วย)	3.97 (เห็นด้วย)	4.07 (เห็นด้วย)	4.02 (เห็นด้วย)
2. เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ได้	3.74 (เห็นด้วย)	3.69 (เห็นด้วย)	3.97 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>3.88</b> (เห็นด้วย)	<b>3.83</b> (เห็นด้วย)	<b>4.02</b> (เห็นด้วย)	<b>3.91</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.88) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online (4.02) เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ได้ (3.74)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.83) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online (3.97) เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ได้ (3.69)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.02) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ สามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องเกี่ยวกับบริการ KTB Online (4.07) เมื่อเกิดปัญหาในการใช้บริการ KTB Online พนักงานสามารถแก้ปัญหาให้ได้ (3.97)

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์)	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online			ค่าเฉลี่ย (แปลผล ความรู้สึก)
	ไม่เกิน 6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	
1. การออกแบบเว็บไซต์ของ ธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยม ชมบริการ	3.73 (เห็นด้วย)	3.73 (เห็นด้วย)	3.95 (เห็นด้วย)	3.80 (เห็นด้วย)
2. สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของ เว็บไซต์ธนาคารทันที	3.91 (เห็นด้วย)	4.10 (เห็นด้วย)	4.09 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>3.82</b> (เห็นด้วย)	<b>3.92</b> (เห็นด้วย)	<b>4.02</b> (เห็นด้วย)	<b>3.91</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.82) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที (3.91) การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมชมบริการ (3.73)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.92) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที (4.10) การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมชมบริการ (3.73)

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านลักษณะทางกายภาพ (การออกแบบเว็บไซต์) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.02) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ สามารถเชื่อมต่อบริการ KTB Online ได้จากหน้าแรกของเว็บไซต์ธนาคารทันที (4.09) การออกแบบเว็บไซต์ของธนาคาร มีความน่าสนใจ ทันสมัย ดึงดูดใจให้เข้าเยี่ยมชมบริการ (3.95)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นที่มีต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online			ค่าเฉลี่ย (แปลผล ความรู้สึก)
	ไม่เกิน 6 เดือน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี	มากกว่า 1 ปี ขึ้นไป	
1. ขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.70 (เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)	4.05 (เห็นด้วย)	3.84 (เห็นด้วย)
2. บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ	3.92 (เห็นด้วย)	4.02 (เห็นด้วย)	4.14 (เห็นด้วย)	4.01 (เห็นด้วย)
3. บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ	3.76 (เห็นด้วย)	3.89 (เห็นด้วย)	3.96 (เห็นด้วย)	3.85 (เห็นด้วย)
4. การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ	3.92 (เห็นด้วย)	4.05 (เห็นด้วย)	4.17 (เห็นด้วย)	4.03 (เห็นด้วย)
5. การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ	3.88 (เห็นด้วย)	4.08 (เห็นด้วย)	4.08 (เห็นด้วย)	3.99 (เห็นด้วย)
<b>รวม</b>	<b>3.84</b> (เห็นด้วย)	<b>3.98</b> (เห็นด้วย)	<b>4.08</b> (เห็นด้วย)	<b>3.96</b> (เห็นด้วย)

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 1.50-2.49 = ไม่เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ไม่แน่ใจ, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.84) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ (3.92) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ (3.92) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ (3.88) บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ (3.76) และขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (3.70)

ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (3.98) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ (4.08) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ (4.05) บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ (4.02) บริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ (3.89) และขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (3.84)

ผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ด้านกระบวนการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (4.08) โดยมีค่าเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยย่อยเรียงลำดับดังนี้ การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง SMS ทำให้เกิดความมั่นใจ (4.17) บริการ KTB Online สามารถให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ (4.14) การแจ้งผลโอนเงินทางบริการ KTB Online ถึงผู้ใช้บริการทาง E-mail ทำให้เกิดความมั่นใจ (4.08) ขั้นตอนการใช้บริการ KTB Online สามารถทำรายการได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน (4.05) และบริการ KTB Online มีระบบการป้องกันความปลอดภัยที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ (3.96)

ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามเหตุผลการเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

เหตุผลการเลือกใช้บริการฯ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ	97	34.40	56	29.17	74	32.17
2. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร	81	28.72	53	27.60	58	25.22
3. ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ	53	18.79	43	22.40	47	20.43
4. ทำให้การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น	24	8.51	24	12.50	29	12.61
5. มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร	21	7.45	15	7.81	22	9.57
6. อื่นๆ (ถูกบังคับ, พนักงานแนะนำ)	6	2.13	1	0.52	0	0
<b>รวม</b>	<b>282</b>	<b>100.00</b>	<b>192</b>	<b>100.00</b>	<b>230</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เนื่องจากสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 28.72 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 18.79 การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.51 มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 7.45 และอื่นๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.13 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เนื่องจากสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 27.60 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.18 และอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เนื่องจากสะดวกในการใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ต้องคำนึงถึงเวลาเปิด-ปิดทำการ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 32.17 รองลงมาคือ ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาธนาคาร จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.22 ประหยัดค่าธรรมเนียมในการใช้บริการ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 20.43 การวางแผนทางการเงินทำได้ง่ายขึ้น จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61 มีความเชื่อถือในระบบความปลอดภัยของธนาคาร จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามประเภทบริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่เลือกใช้ จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ประเภทบริการ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. สอบถามยอดคงเหลือในบัญชี	100	31.25	56	24.35	68	25.09
2. สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง	69	21.56	45	19.57	58	21.40
3. บริการโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น	64	20.00	47	20.43	56	20.66
4. บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น	37	11.56	28	12.17	28	10.33
5. บริการชำระค่าบัตรเครดิต	18	5.63	24	10.43	30	11.07
6. บริการสอบถามสถานะเช็ค	6	1.88	2	0.87	6	2.21
7. บริการอายัดเช็ค	4	1.25	3	1.30	3	1.11
8. บริการสั่งซื้อเช็ค	3	0.94	1	0.43	3	1.11
9. บริการอายัดบัตร ATM	2	0.63	7	3.04	4	1.48
10. การตั้งค่างานตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี	10	3.13	8	3.48	6	2.21
11. ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ	7	2.19	9	3.91	9	3.32
<b>รวม</b>	<b>320</b>	<b>100.00</b>	<b>230</b>	<b>100.00</b>	<b>271</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) รายการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีมากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมา คือ สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.56 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.63 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 3.13 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.19 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.88 บริการอายัดเช็ค จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 บริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.94 และ บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.63 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) รายการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 24.35 รองลงมา คือ บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 20.43 สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.57 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.17 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.43 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.91 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงินในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.48 บริการอายัดบัตร ATM จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.04 บริการอายัดเช็ค จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.87 และบริการสั่งซื้อเช็ค จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.43 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) รายการสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีมากที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 25.09 รองลงมา คือ สอบถามรายการเคลื่อนไหวทางบัญชีย้อนหลัง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 21.40 บริการ โอนเงินระหว่างบัญชีตนเองและโอนไปบัญชีบุคคลอื่น จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 20.66 บริการชำระค่าบัตรเครดิต จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 11.07 บริการชำระค่าสินค้า / บริการ เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าลงทะเบียน เป็นต้น จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 11.03 ดาวน์โหลดเพลงจากศิลปินค่าย LOVEIS ฟังขณะทำรายการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.32 บริการสอบถามสถานะเช็ค จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.21 การตั้งค่าส่วนตัว กำหนดวงเงิน

ในแต่ละบริการสำหรับแต่ละบัญชี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.21 บริการอายุบัตร ATM จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.48 บริการอายุเช็ค จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.11 และบริการตั้งชื่อเช็ค จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.11 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 4.60 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

สถานที่ใช้บริการฯ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	48	32.88	30	37.97	56	50.00
ที่ทำงาน	63	43.15	47	59.49	51	45.54
สถานศึกษา	18	12.33	2	2.53	1	0.89
ร้านอินเทอร์เน็ต	15	10.27	0	0.00	2	1.79
อื่นๆ (ยังไม่เคยใช้)	2	1.37	0	0.00	1	0.89

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 43.15 รองลงมาคือ ที่บ้าน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32.88 ที่สถานศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.33 และที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.27 และอื่นๆ (ยังไม่เคยใช้) จำนวน 2 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.37 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่ทำงานมากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 59.49 รองลงมาคือ ที่บ้าน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.97 และที่สถานศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.53 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป เลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ที่บ้านมากที่สุด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ที่ทำงานจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.54 ที่ร้านอินเทอร์เน็ต จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.79 ที่สถานศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.89 และอื่นๆ (ยังไม่เคยใช้) จำนวน 1 คน คิดเป็น ร้อยละ 0.89 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

ปริมาณการใช้บริการฯ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เท่าเดิม	38	33.93	16	25.81	24	31.58
เพิ่มขึ้น	68	60.71	45	72.58	52	68.42
ลดลง	6	5.36	1	1.61	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>112</b>	<b>100.00</b>	<b>62</b>	<b>100.00</b>	<b>76</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน มีแนวโน้มเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เพิ่มขึ้น จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 60.71 ใช้เท่าเดิม จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 33.93 และใช้ลดลง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี มีแนวโน้มเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เพิ่มขึ้น จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 72.58 ใช้เท่าเดิม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.81 และใช้ลดลง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.61 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) เพิ่มขึ้น จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 68.42 และใช้เท่าเดิม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58

ตารางที่ 4.62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ของธนาคารกรุงไทย จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online

การแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการฯ	ระยะเวลาการใช้บริการ KTB Online					
	ไม่เกิน 6 เดือน		มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี		มากกว่า 1 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	83	74.11	56	90.32	73	96.05
ไม่แนะนำ	6	5.36	4	6.45	1	1.32
ไม่แน่ใจ	23	20.54	2	3.23	2	2.63
<b>รวม</b>	<b>112</b>	<b>100.00</b>	<b>62</b>	<b>100.00</b>	<b>76</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) ไม่เกิน 6 เดือน จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 74.11 ไม่แน่ใจ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 20.54 และไม่แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.36 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่เกิน 1 ปี จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 90.32 ไม่แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 และไม่แน่ใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ตามลำดับ

ผู้ที่ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) มากกว่า 1 ปีขึ้นไป จะแนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 96.05 ไม่แน่ใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.63 และไม่แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต (KTB Online) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.32 ตามลำดับ