

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ 385 ชุด โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของลูกค้าธนาคารรายบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม
2. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ (Internet Banking) ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 3.ทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

4. พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

5. การทดสอบสมมติฐาน
6. การวิเคราะห์เพิ่มเติม

4.1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของลูกค้าธนาคารรายบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 เพศ

จากการสำรวจกลุ่มลูกค้าธนาคารรายบุคคลจำนวน 385 คน พบว่าเพศของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชาย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเป็นหญิงจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 ดังแผนภูมิตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	110	28.6
หญิง	275	71.4
รวม	385	100.0

4.1.2 อายุ

จากการแจกแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ถัดมาเป็นกลุ่มผู้ที่มีอายุระหว่าง 36 - 45 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ กลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ(ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15-25	138	35.8
26-35	188	48.8
36-45	55	14.3
46 ขึ้นไป	4	1.0
รวม	385	100.0

4.1.3 สถานภาพ

จากการแจกแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 77.14 สถานภาพสมรสจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.34 และมีเพียง 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.52 เท่านั้นที่มีสถานะหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	297	77.14
สมรส	86	22.34
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	2	0.52
รวม	385	100.0

4.1.4 ระดับการศึกษา หรือกำลังศึกษาในระดับ

ในการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าเป็นส่วนมาก รองลงมาคือมีการศึกษาในระดับปริญญาโท และถัดมาที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 71.7, ร้อยละ 24.1 และร้อยละ 4.2 ตามลำดับ พบว่าไม่มีผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโทเลย และดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	4.2
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	276	71.7
ปริญญาโท	93	24.1
สูงกว่าปริญญาโท	0	0
รวม	385	100.0

4.1.5 อาชีพ

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามนี้ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 91.4 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ถัดมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 สุดท้ายอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	0.8
พนักงานบริษัทเอกชน	352	91.4
ธุรกิจส่วนตัว	17	4.4
นักเรียน/นักศึกษา	13	3.4
รวม	385	100.0

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการสำรวจครั้งนี้พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือช่วงรายได้ระหว่าง 20,001- 30,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ถัดมาคือผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ต่อมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 สุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	25	6.5
10,001-20,000 บาท	163	42.3
20,001- 30,000 บาท	82	21.3
30,001 – 40,000 บาท	44	11.4
40,001 – 50,000 บาท	26	6.8
มากกว่า 50,000 บาท	45	11.7
รวม	385	100.0

บทวิเคราะห์

โดยสรุปข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของลูกค้าธนาคารรายบุคคลที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และได้รับเงินเดือน 10,001-20,000 บาทต่อเดือน

จากการวิเคราะห์เนื่องจากธนาคาร HSBC มีกลุ่มลูกค้าธนาคารรายบุคคลอยู่หลายกลุ่ม อาทิ บัญชีปกติ และบัญชีบัตรเครดิต ซึ่งมีจำนวนลูกค้ามาก ดังนั้นอาจเป็นไปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าบัตรเครดิต ซึ่งผู้ที่มีคุณสมบัติข้างต้นสามารถสมัครได้

นอกจากนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 26-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ สำรวจเมื่อกันยายน – พฤศจิกายน 2548 (รายงานผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี-2548) ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จากการสำรวจครั้งนี้	ข้อมูลจาก NECTEC
เพศ	หญิง	หญิง
อายุ	26-35 ปี	20-29
สถานภาพ	โสด	โสด
การศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาตรี
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจเอกชน
รายได้	10,001-20,000 บาท	10,000-20,000 บาท

* สาขาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง วิศวกรรมคอมพิวเตอร์ วิศวกรรมไฟฟ้า วิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์ วิศวกรรมสื่อสาร วิศวกรรมโทรคมนาคม วิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ วิทยาการคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ คอมพิวเตอร์เพื่อธุรกิจ การบริหาร/การจัดการระบบสารสนเทศ

เรื่องระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่มีความรู้ดี มีความเข้าใจ และคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี และมีแนวโน้มที่จะยอมรับนวัตกรรมมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรมที่ว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมหรือผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า จะเป็นผู้ที่มีการศึกษาที่ดีกว่าผู้ไม่ยอมรับนวัตกรรมหรือผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า เนื่องจากความพร้อมด้านสติปัญญาในการเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมได้ดีกว่า

4.2. พฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ (Internet Banking) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2.1 สถานที่ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

สำหรับสถานที่ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการที่ทำงาน จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 ใช้บริการที่ที่พักอาศัย จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 และใช้บริการอินเทอร์เน็ตในร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ดังในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ที่ทำงาน	194	50.4
ที่พักอาศัย	153	39.7
ร้านให้บริการอินเทอร์เน็ต	38	9.9
รวม	385	100.0

4.2.2 ความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ของกลุ่มตัวอย่าง เห็นได้ว่าส่วนใหญ่ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์เพียง 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 แต่ก็มีจำนวนไม่น้อยที่ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ถึง 7 ครั้งต่อเดือน มากถึง 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 ถัดมา ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ 5-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการบริการธุรกรรมออนไลน์

ความถี่ (ต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	189	49.1
3 - 4 ครั้ง	85	22.1
5 - 6 ครั้ง	39	10.1
7 ครั้ง ขึ้นไป	72	18.7
รวม	385	100.0

4.2.3 บริการธุรกรรมออนไลน์

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างพบว่าโดยส่วนใหญ่ บริการธุรกรรมออนไลน์โดยเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่เพียง 1.17 เท่านั้น โดยพบว่ามีบริการขอรับและตรวจสอบใบแจ้งรายการทางบัญชี มีผู้ใช้บริการอยู่ในระดับน้อยที่ค่าเฉลี่ย 2.24 และมีเพียงบริการตรวจสอบข้อมูลสรุป และตรวจสอบยอดเงินสุทธิในบัญชี 2 บริการเท่านั้นที่มีผู้ใช้บริการอยู่ในระดับปานกลางที่ระดับเฉลี่ย 3.28 และ 2.91 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการที่ใช้ในธุรกรรมออนไลน์

บริการที่ท่านใช้ในธุรกรรมออนไลน์	น้ำหนักความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้			
1. ตรวจสอบข้อมูลสรุปของท่าน	78 (20.3)	96 (24.9)	125 (32.5)	48 (12.5)	16 (4.2)	22 (5.7)	3.28	1.339	ปานกลาง
2. ความปลอดภัยโปรแกรมทางการเงิน	3 (0.8)	12 (3.1)	61 (15.8)	104 (27.0)	33 (8.6)	172 (44.7)	1.26	1.300	น้อยที่สุด
3. ขอรับและตรวจสอบใบแจ้งรายการทางบัญชี	19 (4.9)	64 (16.6)	96 (24.9)	89 (23.1)	45 (11.7)	72 (18.7)	2.24	1.474	น้อย
4. ตรวจสอบยอดเงินสุทธิในบัญชี	43 (11.2)	127 (33.0)	93 (24.2)	50 (13.0)	18 (4.7)	54 (14.0)	2.91	1.534	ปานกลาง
5. โอนเงิน	7 (1.8)	41 (10.6)	67 (17.4)	66 (17.1)	54 (14.0)	150 (39.0)	1.52	1.497	น้อยที่สุด

6. จำนวนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	7 (1.8)	23 (6.0)	37 (9.6)	83 (21.6)	54 (14.0)	181 (47.0)	1.19	1.367	น้อยที่สุด
7. เปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนบุคคล	2 (0.5)	17 (4.4)	67 (17.4)	97 (25.2)	92 (23.9)	110 (28.6)	1.47	1.225	น้อยที่สุด
8. เปลี่ยนรหัสสำหรับธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	1 (0.3)	13 (3.4)	46 (11.9)	83 (21.6)	103 (26.8)	139 (36.1)	1.21	1.167	น้อยที่สุด
9. ขรหัสใหม่แทนของเดิม	0 (0)	11 (2.9)	27 (7.0)	46 (11.9)	83 (21.6)	218 (56.6)	0.78	1.085	น้อยที่สุด
10. ชำยเช็คส่งจ่ายเงิน	0 (0)	2 (0.5)	7 (1.8)	19 (4.9)	27 (7.0)	330 (85.7)	0.24	0.675	น้อยที่สุด
11. ส่งรหัสสมุดเช็ค	0 (0)	1 (0.3)	7 (1.8)	12 (3.1)	36 (9.4)	329 (85.5)	0.22	0.613	น้อยที่สุด
12. เลือกบัญชีที่ต้องการแสดงในธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	6 (1.6)	19 (4.9)	59 (15.3)	54 (14.0)	67 (17.4)	180 (46.8)	1.19	1.372	น้อยที่สุด
13. เปลี่ยนแปลงแก้ไขวงเงิน	0 (0)	0 (0)	16 (4.2)	35 (9.1)	29 (7.5)	305 (79.2)	0.38	0.818	น้อยที่สุด
14. บริการแจ้งเตือน	2 (0.5)	3 (0.8)	20 (5.2)	34 (8.8)	54 (14.0)	272 (70.6)	0.53	0.968	น้อยที่สุด
15. ขอใบรับรอง	1 (0.3)	7 (1.8)	31 (8.1)	34 (8.8)	50 (13.0)	262 (68.1)	0.63	1.079	น้อยที่สุด
16. แจ้งบัตรเครดิตหายหรือถูกขโมย	0 (0)	0 (0)	12 (3.1)	25 (6.5)	36 (9.4)	312 (81.0)	0.32	0.731	น้อยที่สุด
17. ส่งข้อความถึงศูนย์บริการ	0 (0)	4 (1.0)	19 (4.9)	52 (13.5)	46 (11.9)	264 (68.6)	0.58	0.968	น้อยที่สุด
เฉลี่ย							1.17	1.13	น้อยที่สุด

4.2.4 ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ พบว่า ในเรื่องเกี่ยวกับระบบขัดข้อง การไม่เข้าใจวิธี และ ความยุ่งยากซับซ้อนในการใช้งาน อยู่ในระดับน้อย ส่วนเรื่องค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต และความไม่เข้าใจภาษาอังกฤษ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์	น้ำหนักความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยประสบ			
1. ระบบขัดข้อง	5 (1.3)	60 (15.6)	93 (24.2)	114 (29.6)	48 (12.5)	65 (16.9)	2.13	1.330	น้อย
2. ไม่เข้าใจวิธีการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์	2 (0.5)	36 (9.4)	129 (33.5)	103 (26.8)	59 (15.3)	56 (14.5)	2.09	1.219	น้อย
3. เสียค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ต	9 (2.3)	25 (6.5)	81 (21.0)	98 (25.5)	49 (12.7)	123 (31.9)	1.64	1.401	น้อยที่สุด
4. ไม่เข้าใจภาษาเนื่องจากเป็นภาษาอังกฤษ	4 (1.0)	18 (4.7)	87 (22.6)	112 (29.1)	55 (14.3)	109 (28.3)	1.64	1.287	น้อยที่สุด
5. การใช้งานเข้ายาก หรือ ขั้นตอนยุ่งยาก ซับซ้อน	1 (0.3)	25 (6.5)	121 (31.4)	119 (30.9)	57 (14.8)	62 (16.1)	1.98	1.180	น้อย
เฉลี่ย							1.90	1.28	น้อย

4.2.5 เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

เหตุผลสำคัญที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ส่วนใหญ่ อยู่ในระดับความสำคัญ มาก ในเรื่อง ความสะดวก รวดเร็วในการให้บริการ ประหยัดค่าใช้จ่ายและไม่มีเสียเวลาการเดินทาง ในการเดินทางไปยังธนาคาร ไม่เสียเวลาในการรอคิว ความปลอดภัยทางการเงิน มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการทำธุรกรรม เทคโนโลยีทันสมัย สามารถให้บริการได้ตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง มีเพียงเรื่องของความมั่นใจในบริการธุรกรรมออนไลน์เท่านั้นที่มีระดับความสำคัญปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 3.17

สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับเหตุผลต่างๆตามแบบสอบถามในระดับมาก ดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการ
ธุรกรรมออนไลน์

เหตุผลที่ทำให้ ท่าน ใช้บริการ ธุรกรรมออนไลน์	น้ำหนักความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่แน่ใจ			
1. สะดวก และรวดเร็วในการใช้บริการ	130 (33.8)	161 (41.8)	80 (20.8)	4 (1.0)	1 (0.3)	9 (2.3)	4.01	0.993	มาก
2. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปธนาคาร	110 (28.6)	165 (42.9)	79 (20.5)	9 (2.3)	13 (3.4)	9 (2.3)	3.84	1.113	มาก
3. ไม่เสียเวลาในการเดินทางและการรอคิว	133 (34.5)	184 (47.8)	51 (13.2)	8 (2.1)	2 (0.5)	7 (1.8)	4.08	0.946	มาก
4. ปลอดภัยทางการเงิน สามารถโอนเงินได้โดยไม่ต้องนำเงินมาที่ธนาคาร	72 (18.7)	133 (34.5)	117 (30.4)	34 (8.8)	9 (2.3)	20 (5.2)	3.43	1.250	มาก
5. มั่นใจในบริการธุรกรรมออนไลน์	27 (7.0)	119 (30.9)	175 (45.5)	35 (9.1)	13 (3.4)	16 (4.2)	3.17	1.079	ปานกลาง
6. มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการ	53 (13.8)	143 (37.1)	131 (34.0)	42 (10.9)	3 (0.8)	13 (3.4)	3.42	1.092	มาก

7. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในการทำธุรกรรม	51 (13.2)	157 (40.8)	126 (32.7)	35 (9.1)	4 (1.0)	12 (3.1)	3.47	1.065	มาก
8. เทคโนโลยีทันสมัย	81 (21.0)	215 (55.8)	65 (16.9)	16 (4.2)	1 (0.3)	7 (1.8)	3.88	0.920	มาก
9. สามารถให้บริการได้ตลอด 7 วัน 24 ชั่วโมง	160 (41.6)	162 (42.1)	47 (12.2)	5 (1.3)	4 (1.0)	7 (1.8)	4.16	0.975	มาก
เฉลี่ย							3.72	1.05	มาก

บทวิเคราะห์

โดยสรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ (Internet Banking) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการที่ทำงาน และใช้บริการธุรกรรมออนไลน์เพียง 1-2 ครั้งต่อเดือน และยังพบว่าบริการตรวจสอบข้อมูลสรุป และตรวจสอบยอดเงินสุทธิในบัญชี เป็นบริการธุรกรรมออนไลน์ที่ผู้ให้บริการมาก 2 อันดับแรก ในเรื่องปัญหาและอุปสรรคโดยรวมถือว่าไม่เป็นปัญหา เพราะระดับความสำคัญอยู่ในระดับน้อย แต่ในเรื่องเหตุผลในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์พบว่า มีเพียงเรื่องของความมั่นใจในการบริการธุรกรรมออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้คะแนนต่ำกว่าเหตุผลอื่นๆ อาจแสดงว่าผู้ให้บริการธุรกรรมออนไลน์ยังไม่ค่อยมั่นใจในการบริการธุรกรรมออนไลน์

นั่นคือ อาจกล่าวได้ว่า เนื่องจากผู้ให้บริการธุรกรรมออนไลน์ส่วนใหญ่มักจะตรวจสอบยอดเงินเป็นรายเดือน เช่นเดียวกับการได้รับใบแจ้งรายการบัญชี (Statement) ซึ่งทำให้ความถี่ในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์เพียง 1-2 ครั้งต่อเดือน และลูกค้าให้ความสนใจให้บริการคือการตรวจสอบยอดเงิน และข้อมูลต่างๆ นอกจากนี้พบว่าบริการอื่น ๆ มีผู้ใช้น้อยมาก ดังนั้นธนาคารอาจต้องประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และบริการอื่นๆ มากขึ้น แต่ยังพบปัญหากับลูกค้าบางรายที่ยังไม่เข้าใจวิธีการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ ดังนั้นทางธนาคารน่าจะมีการอบรมหรือให้ความรู้แก่ลูกค้ามากขึ้น เช่น การมีบริการทางโทรศัพท์ การจัดพิมพ์คู่มือวิธีการใช้บริการทางธุรกรรมออนไลน์ต่างๆให้อ่านง่าย และสามารถปฏิบัติตามได้ขณะใช้งานจริง ทั้งนี้ธนาคารก็ต้องดูแลระบบของธนาคารอยู่เสมอเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา 7 วัน 24 ชั่วโมง ทั้งนี้ธนาคารอาจทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆ มากขึ้น เพื่อให้

ลูกค้าได้รับทราบถึงวิธีการ และความปลอดภัย ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มากยิ่งขึ้น

4.3 ทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ ทั้ง 3 ด้าน คือ ความปลอดภัย ความสะดวก และลักษณะทางกายภาพ รวมทั้งโดยรวม ที่ระดับความสำคัญ เห็นด้วย ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12

แสดงจำนวน (ร้อยละ) และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์	น้ำหนักความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
	เห็นด้วยที่สุด	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่ค่อยเห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แสดงความเห็น			
ความปลอดภัย									
1. ตรวจสอบยืนยันว่าเป็นผู้ใช้ระบบด้วยตนเอง	129 (33.5)	170 (44.2)	72 (18.7)	4 (1.0)	3 (0.8)	7 (1.8)	4.03	0.962	เห็นด้วย
2. ป้องกันไม่ให้บุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าสู่ระบบ	156 (40.5)	133 (34.5)	83 (21.6)	6 (1.6)	1 (0.3)	6 (1.6)	4.09	0.975	เห็นด้วย
เฉลี่ย							4.06	0.97	เห็นด้วย
ความสะดวก									
3. สะดวกในการนำไปใช้ในทุกที่ทั่วโลก	141 (36.6)	163 (42.3)	68 (17.7)	6 (1.6)	2 (0.5)	5 (1.3)	4.09	0.924	เห็นด้วย
4. สามารถใช้งานได้นาน	100 (26.0)	167 (43.4)	92 (23.9)	16 (4.2)	1 (0.3)	9 (2.3)	3.84	1.019	เห็นด้วย

เฉลี่ย							3.97	0.97	เห็นด้วย
ลักษณะทางกายภาพ									
5. พกพาง่าย	103 (26.8)	185 (48.1)	69 (17.9)	12 (3.1)	5 (1.3)	11 (2.9)	3.87	1.064	เห็นด้วย
6. ขนาดเล็กกะทัดรัด มีมาตรฐาน	97 (25.2)	189 (49.1)	77 (20.0)	7 (1.8)	4 (1.0)	11 (2.9)	3.87	1.030	เห็นด้วย
7. จอแสดงผลได้ชัด เจน	96 (24.9)	175 (45.5)	90 (23.4)	12 (3.1)	1 (0.3)	11 (2.9)	3.83	1.031	เห็นด้วย
8. ขนาดของเลขรหัส 6 หลัก มีขนาดพอดี เห็นชัด	82 (21.3)	174 (45.2)	106 (27.5)	11 (2.9)	5 (1.3)	7 (1.8)	3.77	0.980	เห็นด้วย
เฉลี่ย							3.84	1.03	เห็นด้วย
เฉลี่ยรวม							3.92	1.00	เห็นด้วย

บทวิเคราะห์

โดยสรุปพบว่าทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์เกี่ยวกับการป้องกันไม่ให้บุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าสู่ระบบ และสะดวกในการนำไปใช้ในทุที่ทั่วโลกนั้น ที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.09 ส่วนในเรื่องอื่นๆ มีระดับคะแนนใกล้เคียงกัน อาจเป็นเพราะเหตุผลที่เลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ที่ดีกว่ามีเกณฑ์ดี คือมีระดับคะแนนเฉลี่ย ระดับมาก และอีกทั้งอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยเป็นสิ่งที่ดีเหมือนกับชื่อคือเป็นการเสริมความปลอดภัยนั่นเอง

จากผลการวิจัยที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติรวมต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย = 3.92) สามารถอธิบายได้จากทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรมดังนี้

จากทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม โรเจอร์ส ได้นำเสนอว่า หากบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีกับนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมในปัจจุบัน ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมในอนาคตด้วย โดยนวัตกรรมที่สามารถทดลองใช้ได้จะช่วยลดความรู้สึกเสี่ยงภัยและนำไปสู่การยอมรับนวัตกรรม

ได้เร็วขึ้น ทฤษฎีนี้สามารถนำมาอธิบายถึงการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ได้ว่า การใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์เป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์สูงในการรักษาความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่งและเป็นประโยชน์ประโยชน์โดยตรงกับลูกค้าธนาคาร ซึ่งมีผลให้ลูกค้าธนาคารมีทัศนคติที่ดีต่ออุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

กล่าวคือลูกค้าบริการธุรกรรมออนไลน์ส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ แต่ยังพบว่าลูกค้าบางส่วนยังไม่พอใจกับลักษณะทางกายภาพ เนื่องจากลูกค้าไม่คุ้นเคยกับการใช้อุปกรณ์เสริมจากการใช้เพียง User ID และ รหัสส่วนบุคคลเท่านั้น จากการสรุปผลเชื่อได้ว่าลูกค้าธนาคารมีทัศนคติที่ดีในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ และ การใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัย

4.4 พฤติกรรมในการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุด สำหรับธุรกรรมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.4.1 พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

จากแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ 4 ข้อ จาก 6 ข้อ มีพฤติกรรมการใช้อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในเรื่องการทราบว่าจะต้องใส่ชุดรหัส 6 หลักเมื่อใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ จากอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ผู้ตอบแบบสอบถามทราบอยู่แล้ว คือได้ผลลัพธ์ในระดับมาก แต่การนำอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยติดตัวอยู่เสมอ นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับน้อย คือ ผู้ใช้ไม่ค่อยพกพาอุปกรณ์นี้ติดตัว ลูกค้าบางรายต้องการมีอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย ทั้งที่บ้านและที่ทำงาน ซึ่งไม่สามารถทำได้ เพราะอุปกรณ์นี้มีไว้เพื่อป้องกันการเข้าข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต (Fraud) ดังนั้นหากมีอุปกรณ์หลายอันเป็นการไม่ปลอดภัยแน่นอน ดังนั้นการพกพาอุปกรณ์จึงเป็นวิธีที่ดีที่ไม่ให้ผู้อื่นสามารถเข้าข้อมูลส่วนบุคคลได้ด้วยวิธีหนึ่ง

สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ในระดับปานกลาง ดังในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวน (ร้อยละ) และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริม

ความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริม ความปลอดภัยสูงสุดสำหรับ ธุรกรรมออนไลน์	น้ำหนักความสำคัญ						ค่า เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยง เบนมาตรฐาน	ระดับ ความ สำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด	ไม่แน่ ใจ			
1. ท่านทราบถึงขั้นตอนในการ ใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัย	35 (9.1)	134 (34.8)	158 (41.0)	39 (10.1)	13 (3.4)	6 (1.6)	3.31	0.996	ปานกลาง
2. ท่านทราบถึงข้อกำหนด และเงื่อนไขของอุปกรณ์เสริม ความปลอดภัย	26 (6.8)	93 (24.2)	185 (48.1)	58 (15.1)	14 (3.6)	9 (2.3)	3.08	1.007	ปานกลาง
3. ท่านทราบว่าจะต้องใส่ชุด รหัส 6 หลักเมื่อใช้บริการธุร กรรมออนไลน์ จากอุปกรณ์ เสริมความปลอดภัย	58 (15.1)	138 (35.8)	132 (34.3)	36 (9.4)	12 (3.1)	9 (2.3)	3.43	1.098	มาก
4. ท่านมักนำอุปกรณ์เสริม ความปลอดภัยติดตัวอยู่เสมอ	28 (7.3)	66 (17.1)	111 (28.8)	91 (23.6)	76 (19.7)	13 (3.4)	2.58	1.274	น้อย
5. ท่านรู้สึกยินดีที่พกพา อุปกรณ์เสริมความปลอดภัย	25 (6.8)	76 (19.7)	156 (40.5)	63 (16.4)	49 (12.7)	15 (3.9)	2.80	1.206	ปานกลาง
6. ท่านรู้สึกทันสมัยเมื่อพกพา อุปกรณ์เสริมความปลอดภัย	28 (7.3)	62 (16.1)	168 (43.6)	55 (14.3)	47 (12.2)	25 (6.5)	2.72	1.263	ปานกลาง
เฉลี่ย							2.99	1.14	ปานกลาง

4.4.2 การประชาสัมพันธ์

จากการสำรวจครั้งนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบประชาสัมพันธ์การใช้
อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดจากพนักงานธนาคาร ร้อยละ 49.1 รองลงมาทราบจาก
อินเทอร์เน็ต ถัดมาจากเพื่อน /คนใกล้ชิด และจากทางอื่นๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ น้อยที่สุด
เพียง 5คน ร้อยละ1.3 ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับทราบการประชาสัมพันธ์การใช้
อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุด

ประชาสัมพันธ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อน / คนใกล้ชิด	83	21.6
อินเทอร์เน็ต	108	28.1
พนักงานธนาคาร	189	49.1
อื่นๆ	5	1.3
รวม	385	100.0

4.4.3 ความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

จากการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามมากถึง 357 คน หรือ ร้อยละ 92.7 ที่มีความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ มีเพียง 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 เท่านั้น ที่ไม่พึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15

แสดงความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ ของผู้
ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจ	357	92.7
ไม่พอใจ	28	7.3
รวม	385	100.0

บทวิเคราะห์

โดยสรุปกล่าวได้ว่าประเด็นสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์คือ เรื่องการพกพา ลูกค้านั้นจำนวนมากไม่พกพาอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยนี้ติดตัว อาจเนื่องมาจากลักษณะของอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยมีขนาดเล็ก ผู้ใช้อาจไม่มั่นใจหรือไม่สะดวกที่จะพกพา เก่งว่าอาจสูญหายได้ อีกทั้งยังเป็นภาระเพิ่มขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ทราบการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์นี้จากพนักงานธนาคาร อาจเนื่องมาจากเดิมลูกค้าธนาคารรายบุคคลจะต้องมาทำธุรกรรมที่ธนาคารอยู่บ่อยครั้ง พนักงานธนาคารจึงได้มีการแนะนำให้รู้จักและทราบถึงการใช้และประโยชน์ของอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยนี้ เพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องมาติดต่อที่ธนาคารด้วยตนเอง คือสามารถทำรายการต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยมีอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดเพิ่มความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่ง ซึ่งปรากฏผลความพึงพอใจว่าเป็นที่พึงพอใจมากถึง ร้อยละ 92.7 ทั้งนี้การที่มีลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มาก จะส่งผลให้จำนวนลูกค้าที่มาติดต่อที่ธนาคารลดจำนวนลง ซึ่งถือว่าเป็นผลดี แล้วเป็นเป้าหมายหนึ่งของธนาคารที่จะทำให้ธนาคาร HSBC เป็นธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

จากทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม โรเจอร์ส ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน โดยในขั้นแรก บุคคลเพียงทราบว่านวัตกรรมนั้นเกิดขึ้น แต่ยังไม่มีความรู้ไปจนถึงขั้นที่บุคคลใช้นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและเต็มรูปแบบ และนอกจากนี้ คุณลักษณะของนวัตกรรมก็มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมด้วย เช่น ความเข้ากันได้ หากบุคคลรับรู้ว่าการนวัตกรรมนั้นเข้ากันได้กับค่านิยม ประสพการณ์ ทักษะ และความต้องการของตนเองแล้ว นวัตกรรมนั้นจะกลายเป็นที่ยอมรับได้อย่างรวดเร็ว และเมื่อประกอบกับการเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตนเองแล้ว ทำให้สามารถนำมาอธิบายถึงการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ได้ว่า พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์เป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์สูงในการรักษาความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่งและเป็นประโยชน์ประโยชน์โดยตรงกับลูกค้าธนาคาร ซึ่งมีผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปิดรับการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

4.5 การทดสอบสมมติฐาน

4.5.1 สมมติฐานข้อที่ 1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค้ำธนาคารรายบุคคลมักใช้

4.5.1.1 สมมติฐานข้อที่ 1.1 : เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค้ำธนาคารรายบุคคลมักใช้

ตารางที่ 4.16

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค้ำธนาคารรายบุคคลมักใช้

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ชาย	110	1.2807	0.72883	1.926	168.733	0.056
หญิง	275	1.1305	0.5886			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ T-Test ด้วยวิธี

Independent Samples T Testพบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค้ำธนาคารรายบุคคลมักใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.1.2 สมมติฐานข้อที่ 1.2 : อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค้ำธนาคารรายบุคคลมักใช้

ตารางที่ 4.17

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานอายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.098	3	.366	.908	.437
Within Groups	153.521	381	.403		
Total	154.619	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.1.3 สมมติฐานข้อที่ 1.3 : สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

ตารางที่ 4.18

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานสถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.413	2	.207	.512	.600
Within Groups	154.206	382	.404		
Total	154.619	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.1.4 สมมติฐานข้อที่ 1.4 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

ตารางที่ 4.19
แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.028	2	2.014	5.109	.006
Within Groups	150.591	382	.394		
Total	154.619	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.1.5 สมมติฐานข้อที่ 1.5 : อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

ตารางที่ 4.20

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.413	2	.207	.512	.600
Within Groups	154.206	382	.404		
Total	154.619	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.1.6 สมมติฐานข้อที่ 1.6 : รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

ตารางที่ 4.21

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลมักใช้

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8.897	5	1.779	4.628	.000
Within Groups	145.722	379	.384		
Total	154.619	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค่าธรรมเนียมบุคคลมักใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

จากความสัมพันธ์พบว่า ธนาคารอาจจะต้องเพิ่มความรู้เกี่ยวกับบริการธุรกรรมออนไลน์ให้แก่ลูกค้าธนาคารมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าธนาคารทุกคนพึงพอใจและยินดีที่จะใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ อาจเนื่องมาจากการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ และการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยนั้นเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยอาจจะต้องมีความรู้พอสมควร นอกจากนี้การให้บริการธุรกรรมออนไลน์เป็นทางที่สะดวกสำหรับผู้ที่ต้องการเข้าถึงบริการอย่างรวดเร็ว รวมทั้งผู้ที่มีรายได้มากด้วย ทั้งนี้อาจเพื่อดูความเคลื่อนไหวของบัญชี และทำรายการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ สรุปความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความสัมพันธ์กับบริการธุรกรรมออนไลน์
เพศ	ไม่มี
อายุ	ไม่มี
สถานภาพสมรส	ไม่มี
ระดับการศึกษา	มี
อาชีพ	ไม่มี
รายได้	มี

โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์แตกต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษาและ รายได้ โดยจะอธิบายได้ดังนี้

ระดับรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้สูงจะมีแนวโน้มมีความสามารถในการรองรับค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการเลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ที่มีประโยชน์กับตนเองเท่านั้น

ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่มีความรู้ดี มีความเข้าใจ และคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี และมีแนวโน้มที่จะยอมรับ

นวัตกรรมมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรมที่ว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมหรือผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า จะเป็นผู้ที่มีการศึกษาที่ดีกว่าผู้ไม่ยอมรับนวัตกรรมหรือผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า เนื่องจากความพร้อมด้านสติปัญญาในการเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมได้ดีกว่า

4.5.2 สมมติฐานข้อที่ 2 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

4.5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 2.1 : เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

ตารางที่ 4.22

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ชาย	110	2.0073	0.96657	1.368	383	0.172
หญิง	275	1.8545	0.99858			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ T-Test ด้วยวิธี

Independent Samples T Test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2.2 : อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับ
ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค่านาคารราย
บุคคลเคยประสบ

ตารางที่ 4.23

แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและ
อุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค่านาคารรายบุคคลเคยประสบ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10.527	3	3.509	3.649	.013
Within Groups	366.362	381	.962		
Total	376.889	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ถูกค่านาคารรายบุคคลเคยประสบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.2.3 สมมติฐานข้อที่ 2.3 : สถานภาพการสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

ตารางที่ 4.24

แสดงการทดสอบสมมติฐาน สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.726	2	.363	.369	.692
Within Groups	376.162	382	.985		
Total	376.889	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.2.4 สมมติฐานข้อที่ 2.4 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

ตารางที่ 4.25

แสดงการทดสอบสมมติฐาน ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15.702	2	7.851	8.303	.000
Within Groups	361.187	382	.946		
Total	376.889	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.2.5 สมมติฐานข้อที่ 2.5 : อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับ
ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารราย
บุคคลเคยประสบ

ตารางที่ 4.26

แสดงการทดสอบสมมติฐาน อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหา
และอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.388	3	.129	.131	.942
Within Groups	376.501	381	.988		
Total	376.889	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.2.6 สมมติฐานข้อที่ 2.6 : อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับ
ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารราย
บุคคลเคยประสบ

ตารางที่ 4.27

แสดงการทดสอบสมมติฐาน รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับ
ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคล
เคยประสบ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	21.354	5	4.271	4.553	.000
Within Groups	355.535	379	.938		
Total	376.889	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

จากความสัมพันธ์ พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ต่างๆ ที่ลูกค้าธนาคารรายบุคคลเคยประสบ อาจเนื่องมาจาก การใช้บริการธุรกรรมออนไลน์จะต้องมีการเรียนรู้หรือทราบเทคโนโลยีต่างๆ บ้าง ซึ่งบริการธุรกรรมออนไลน์ถือเป็นเทคโนโลยีหนึ่ง ทำให้การศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ และยังพบว่าในปัจจุบัน บุคคลที่เรียนรู้และเข้าใจในเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว คือ คนที่อยู่ในวัยที่พร้อมจะเรียนรู้ นั่นคือคนที่มีอายุไม่มาก และมีการศึกษาพอสมควร ซึ่งพบว่าโดยส่วนใหญ่คนที่มีความอายุน้อยอาจยากต่อการเข้าใจและเรียนรู้เทคโนโลยี รวมถึงการเข้าใจในการใช้คอมพิวเตอร์ สำหรับระดับการศึกษาอาจมีสาเหตุใกล้เคียงกับอายุคือ เนื่องจากผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าย่อมมีการเรียนรู้ที่ดี และรับรู้สิ่งต่างๆ รวมทั้งระบบและการใช้งานได้ดี สุดท้ายรายได้เฉลี่ยต่อเดือนซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเป็นไปได้ว่าผู้ที่รายได้สูงกว่าย่อมมีความเข้าใจในระบบ การใช้คอมพิวเตอร์ การใช้งานต่างๆ รวมถึงการเข้าใจในภาษาอังกฤษ ทำให้ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ไม่เกิด หรือมีน้อยก็เป็นได้ ซึ่งทั้งหมดสอดคล้องไปในทางเดียวกัน สรุปความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์
เพศ	ไม่มี
อายุ	มี
สถานภาพสมรส	ไม่มี
ระดับการศึกษา	มี
อาชีพ	ไม่มี
รายได้	มี

4.5.3 สมมติฐานข้อที่ 3 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์เหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

4.5.3.1 สมมติฐานข้อที่ 3.1 : เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.28

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ชาย	110	3.6919	0.70749	-0.383	383	0.702
หญิง	275	3.7173	0.85768			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ T-Test ด้วยวิธี Independent Samples T Testพบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.3.2 สมมติฐานข้อที่ 3.2 : อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.29

แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.380	3	.460	.688	.560
Within Groups	254.835	381	.669		
Total	256.215	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.3.3 สมมติฐานข้อที่ 3.3 : สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.30

แสดงการทดสอบสมมติฐาน สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.268	2	.134	.200	.819
Within Groups	255.948	382	.670		
Total	256.215	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.3.4 สมมติฐานข้อที่ 3.4 : ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.31

แสดงการทดสอบสมมติฐาน ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.755	2	.878	1.317	.269
Within Groups	254.460	382	.666		
Total	256.215	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.3.5 สมมติฐานข้อที่ 3.5 : อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.32

แสดงการทดสอบสมมติฐาน อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.698	3	.233	.347	.791
Within Groups	255.518	381	.671		
Total	256.215	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.3.6 สมมติฐานข้อที่ 3.6 : รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.33

แสดงการทดสอบสมมติฐาน รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8.605	5	1.721	2.634	.023
Within Groups	247.611	379	.653		
Total	256.215	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

จากความสัมพันธ์ กล่าวได้ว่าเหตุผลสำคัญที่ลูกค้าใช้บริการธุรกรรมออนไลน์คือ การที่ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ตลอดเวลา คือ 7 วัน 24 ชั่วโมง อาจเนื่องมาจากการที่ลูกค้าผู้มีรายได้มากอาจต้องการทำธุรกรรมเมื่อไรก็ได้ที่ต้องการ อีกทั้งเพื่อความปลอดภัยทางการเงินโดยสามารถโอนเงินได้โดยไม่ต้องนำเงินมาที่ธนาคาร แต่เป็นไปได้ว่าที่พบว่ามีเหตุผลอีกประการที่ลูกค้ากลุ่มผู้ที่มีรายได้ไม่มาก ให้ความสำคัญกับเหตุผลเรื่องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สรุปความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์
เพศ	ไม่มี
อายุ	ไม่มี
สถานภาพสมรส	ไม่มี
ระดับการศึกษา	ไม่มี
อาชีพ	ไม่มี
รายได้	มี

ระดับรายได้ พบว่า ผู้มีรายได้สูงจะมีแนวโน้มที่ให้บริการธุรกรรมออนไลน์มากกว่าผู้มีรายได้ต่ำ คือ กลุ่มผู้มีรายได้สูงมักมีวิจารณญาณในการเลือกตัดสินใจเลือกใช้บริการดีกว่ากลุ่มผู้มีรายได้ต่ำ อีกทั้งยังมีความสามารถในการรองรับค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการให้บริการธุรกรรมออนไลน์

4.5.4 สมมติฐานข้อที่ 4 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้ำธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

4.5.4.1 สมมติฐานข้อที่ 4.1 : เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้ำธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.34

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้ำธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ชาย	110	3.9102	0.77281	-0.202	383	0.840
หญิง	275	3.9291	0.84825			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ T-Test ด้วยวิธี Independent Samples T Test พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้ำธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.4.2 สมมติฐานข้อที่ 4.2: อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้านักธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.35

แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้านักธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.503	3	.834	1.224	.301
Within Groups	259.771	381	.682		
Total	262.274	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้านักธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.4.3 สมมติฐานข้อที่ 4.3: สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.36

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.080	2	.040	.058	.943
Within Groups	262.194	382	.686		
Total	262.274	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.4.4 สมมติฐานข้อที่ 4.4: สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้านาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.37

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้านาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.429	2	2.215	3.281	.039
Within Groups	257.845	382	.675		
Total	262.274	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้านาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.4.5 สมมติฐานข้อที่ 4.5: อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.38

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้าธนาคารรายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.629	3	1.876	2.786	.041
Within Groups	256.645	381	.674		
Total	262.274	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.4.6 สมมติฐานข้อที่ 4.6: รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.39

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	14.581	5	2.916	4.462	.001
Within Groups	247.693	379	.654		
Total	262.274	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

กล่าวได้ว่า ทศนคติของลูกค้านาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ ความปลอดภัย ความสะดวก และลักษณะทางกายภาพ จะมีผล หรือ มีความสัมพันธ์กับลูกค้านาคารที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจาก ทศนคตินี้เกี่ยวข้องกับการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยซึ่งมีผลมาจากการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ คือลูกค้าจะต้องมีความรู้พอสมควร คือ ระดับการศึกษา และรายได้จะแสดงถึงการเงิน อาจทำให้ค่านึงถึงปัจจัยด้านความปลอดภัยมากขึ้น หรือแม้กระทั่งอาชีพของแต่ละคน เช่นนักธุรกิจประกอบอาชีพส่วนตัว ซึ่งไม่ค่อยมีเวลามากนัก อาจคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งาน และลักษณะทางกายภาพเพื่อให้สามารถพกพาไปได้โดยไม่สร้างความลำบากก็ได้ สรุปความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความสัมพันธ์กับทศนคติของลูกค้านาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์	
เพศ	ไม่มี
อายุ	ไม่มี
สถานภาพสมรส	ไม่มี
ระดับการศึกษา	มี
อาชีพ	มี
รายได้	มี

จากทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม โรเจอร์ส ได้นำเสนอว่า หากบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีกับนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมในปัจจุบัน ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรมในอนาคตด้วย ทฤษฎีนี้สามารถนำมาอธิบายถึงการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ได้ว่า การใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์เป็นนวัตกรรมที่มีประโยชน์สูงในการรักษาความปลอดภัยอีกชั้นหนึ่งและเป็นประโยชน์ประโยชน์โดยตรงกับลูกค้านาคาร ซึ่งมีผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่ออุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ โดย

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูง จะมีความรู้ดี มีความเข้าใจ และคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี และมีแนวโน้มที่จะยอมรับนวัตกรรมมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรมที่ว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมหรือผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า จะเป็นผู้ที่มีการศึกษาที่ดีกว่าผู้ไม่ยอมรับนวัตกรรมหรือผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า เนื่องจากความพร้อมด้านสติปัญญาในการเรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมได้ดีกว่า เช่นเดียวกับ อาชีพ และรายได้

4.5.5 สมมติฐานข้อที่ 5 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าย่านการค้ารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

4.5.5.1 สมมติฐานข้อที่ 5.1: เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าย่านการค้ารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.40

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าย่านการค้ารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
ชาย	110	2.8667	0.85127	-1.742	383	0.082
หญิง	275	3.0388	0.88508			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ T-Test ด้วยวิธี Independent Samples T Testพบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า เพศของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าย่านการค้ารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.5.2 สมมติฐานข้อที่ 5.2: อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ายธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.41

แสดงการทดสอบสมมติฐานอายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ายธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.214	3	1.738	2.278	.079
Within Groups	290.744	381	.763		
Total	295.958	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อายุของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ายธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.5.3 สมมติฐานข้อที่ 5.3: สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.42

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.705	2	.853	1.107	.332
Within Groups	294.253	382	.770		
Total	295.958	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า สถานภาพสมรสของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.5.4 สมมติฐานข้อที่ 5.4: ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าย่านการค้ารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.43

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าย่านการค้ารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.842	2	1.421	1.852	.158
Within Groups	293.117	382	.767		
Total	295.958	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าย่านการค้ารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.5.5 สมมติฐานข้อที่ 5.5: อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.44

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ลูกค้านาคารายบุคคลใช้บริการธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.010	3	1.670	2.187	.089
Within Groups	290.948	381	.764		
Total	295.958	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า อาชีพของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคารายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5.5.6 สมมติฐานข้อที่ 5.6: รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคาการรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.45

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคาการรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.204	5	.641	.829	.529
Within Groups	292.755	379	.772		
Total	295.958	384			

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ F-Test ด้วยวิธี One-Way ANOVA พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า รายได้ของผู้ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้านาคาการรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

สรุปได้ว่าลูกค้าธนาคารรายบุคคลมีพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ไม่ต่างกัน ทั้งในเรื่องของการใช้อุปกรณ์ ๖ การรับทราบข้อมูลข่าวสารและความพึงพอใจโดยรวม เกี่ยวกับอุปกรณ์ ๖ เช่น ผู้ชาย และผู้หญิง มีพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ ๖ เหมือนกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์
เพศ	ไม่มี
อายุ	ไม่มี
สถานภาพสมรส	ไม่มี
ระดับการศึกษา	ไม่มี
อาชีพ	ไม่มี
รายได้	ไม่มี

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบัน โลกได้เริ่มก้าวเข้าสู่ยุคแห่งสังคมสารสนเทศอย่างแท้จริง จึงส่งผลให้สมาชิกในสังคมต่างก็ต้องการและให้ความสนใจกับเทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารของตนมากขึ้น เพื่อผลักดันตนเองให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทุกมุมโลก ทั้งนี้เนื่องจากลูกค้าธนาคารในประเทศไทยยังใหม่ในเรื่องของอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุด ทำให้ขีดจำกัดในการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน และส่งผลให้มีพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน

4.5.6 สมมติฐานข้อที่ 6 : เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.46

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

		เหตุผล	ทัศนคติ
เหตุผล	Pearson Correlation	1	.581
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
ทัศนคติ	Pearson Correlation	.581	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ Pearson Correlation ด้วยวิธี Correlate bivariate พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยทางด้านทัศนคติและเหตุผลมีลักษณะเดียวกัน เช่น ความสะดวก รวดเร็ว ความปลอดภัย เป็นต้น ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น และตอบคำถามไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าลูกค้าธนาคารรายบุคคลมีเหตุผลที่เลือกใช้บริการธุร

กรรมออนไลน์ว่ามีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูล เช่นเดียวกันว่าทัศนคติต่อการใช้อุปกรณ์
ฯ ในด้านความปลอดภัย คือช่วยป้องกันไม่ให้บุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาตเข้าสู่ระบบ

4.5.7 สมมติฐานข้อที่ 7 : เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความ
สัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ายกฐานะการรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุด
สำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.47

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานเหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการธุรกรรมออนไลน์มีความ
สัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ายกฐานะการรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุด
สำหรับธุรกรรมออนไลน์

		เหตุผล	พฤติกรรม
เหตุผล	Pearson	1	.274
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N	385	385
พฤติกรรม	Pearson	.274	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N	385	385

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าสถิติ Pearson Correlation ด้วย
วิธี Correlate bivariate พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่า
ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการธุ
กรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ายกฐานะการรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริม
ความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

เนื่องจากลูกค้าธนาคารที่ใช้บริการธุรกรรมออนไลน์ทุกรายจะต้องมีอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ เมื่อลูกค้ายินดีที่จะใช้บริการธุรกรรมออนไลน์แล้ว ดังนั้นลูกค้าจึงยินดีที่จะใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยด้วยเพิ่มขึ้นมาย่อมเป็นผลทำให้ผู้ใช้บริการคำนึงถึงการใช้อุปกรณ์ฯ ควบคู่ไปกับการใช้บริการธุรกรรมออนไลน์นั้นด้วย

4.5.8 สมมติฐานข้อที่ 8 : ทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

ตารางที่ 4.48

แสดงผลการทดสอบสมมติฐานทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์

		ทัศนคติ	พฤติกรรม
ทัศนคติ	Pearson Correlation	1	.412
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
พฤติกรรม	Pearson Correlation	.412	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

จากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย Pearson Correlation ด้วยวิธี Correlate bivariate พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบ (Sig.) มีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ ($\alpha = 0.05$) ได้ว่า ทัศนคติของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของ

ลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทวิเคราะห์

อาจกล่าวได้ว่าหากผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ก็จะมีพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดสำหรับธุรกรรมออนไลน์ที่ดีด้วย เช่น ถ้าผู้ใช้บริการมีทัศนคติว่าอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยนี้พกพาง่าย ก็จะทำให้มีการพกพาอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยนี้ติดตัวอยู่เสมอ เป็นต้น การใช้บริการธุรกรรมออนไลน์เป็นการใช้ปัจจัย 2 อย่างร่วมกัน คือสิ่งที่รู้ และสิ่งที่มี โดยสิ่งที่รู้คือ User ID และ Password ส่วนสิ่งที่มีนั่นคือ รหัสที่ได้จากอุปกรณ์เสริมความปลอดภัย

จากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ โรเจอร์ กล่าวไว้ว่าทัศนคติมีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งต่อแนวโน้มพฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงออกมาในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติ แต่ในบางกรณีพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมาก็ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับทัศนคติเสมอไป ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติขึ้น แต่การที่จะทำให้ความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติขึ้น แต่การที่จะทำให้ความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติสอดคล้องกันนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้โดยการ ให้ความรู้ คำแนะนำ การให้รางวัล และกลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยใช้สื่อบุคคล

4.6. การวิเคราะห์เพิ่มเติม

ในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในลักษณะกรณีศึกษา โดยมุ่งเน้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหา พัฒนา และป้องกัน นำไปสู่การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารรายบุคคลต่อการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุด ขอบวิเคราะห์เพิ่มเติมดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์

การจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำธุรกรรมออนไลน์เพื่อให้ข้อมูลเบื้องต้น ดังนั้นเมื่อลูกค้าใช้งานจริงจะเข้าใจมากขึ้นและไม่เกิดปัญหาในภายหลัง การให้ความรู้เพิ่มเติมด้าน security online กับผู้ใช้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจ รวมถึงให้มีระบบ หรือ ฝ่ายบริการลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง (จากข้อมูลพบว่า ฝ่ายบริการเปิดให้บริการเวลา 9.30 – 17.00 เท่านั้น) เพื่อตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าที่สามารถใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้เป็นผลมาจากการไม่เข้าใจวิธีการใช้อุปกรณ์เสริมความปลอดภัย เช่น

- หน้าจอแสดงผล 6 หลัก จะมีเวลาค่อนข้างจำกัด หลังจากที่เกิดเพื่อ generate รหัส ถ้าไม่รีบใส่ในระบบ หน้าจอจะดับไป และต้องใหม่ ผู้ใช้จะไม่แน่ใจว่าใช้ได้หรือไม่
- ตัวเลขค่อนข้างเล็กมาก จึงต้องใช้สายตาอ่านค่อนข้างนาน เพราะต้องอ่านให้แน่ใจเสียก่อน เพราะหากใส่ผิดติดต่อกันหลายครั้ง ระบบ จะ lock ทำให้ทำธุรกรรมไม่ได้ชั่วคราว

หรือ ให้มีอีเมลล์แจ้งข่าวสาร และเกร็ดความรู้ประจำเดือนถึงลูกค้าธนาคารทางอินเทอร์เน็ตทุกคน สำหรับลูกค้าที่ยังไม่ได้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตควรจัดให้มีเอกสารประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ และสิทธิพิเศษต่างๆ เมื่อใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต กับ อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยอยู่เสมอ

2. การเพิ่มคุณค่าแก่อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุด

การทำให้ Security Device มีคุณค่ามากกว่าการบอก 6 หลักเท่านั้น เช่น สามารถเป็นเครื่องคิดเลขได้ เป็นต้น แต่ในข้อนี้อาจเป็นไปได้ยาก เนื่องจากอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยนี้ธนาคารไม่ได้เป็นผู้ออกแบบเอง ลักษณะนี้ถูกออกแบบมาให้เป็นมาตรฐานจากบริษัทผู้ผลิต เพื่อให้สามารถใช้ได้ทั่วไป

3. ลักษณะทางกายภาพ

อุปกรณ์เสริมความปลอดภัยสูงสุดควรจะมีหลากหลายรูปแบบ และมีขนาดเล็ก พกพาได้ง่ายหรือ บางมากกว่านี้ เช่นขนาดเท่าบัตรเครดิต อีกทั้งน่าจะให้มีลักษณะเป็นพวงกุญแจเพื่อการพกพาที่สะดวกยิ่งขึ้น เนื่องจากลูกค้ามีความคิดเห็นว่า ไม่ชอบพก กลัวหาย ข้อนี้เช่นเดียวกัน คือเป็นปัจจัยภายนอกที่แก้ไขได้ยาก

4. การตรวจสอบบุคคลแบบอื่นๆ

กลุ่มลูกค้าธนาคารบางส่วนเห็นว่าวิธีการตรวจสอบบุคคลแบบ Biometric เป็นวิธีที่ดีและน่าสนใจ เช่น

- ลายนิ้วมือ แทนการใช้รหัสแบบตัวเลข และเป็นการยืนยันตัวตนที่แน่นอน
- ตัวอ่าน DNA พิสูจน์เจ้าของในการทำรายการ
- เสียง ในการเข้ารหัส

แต่ทั้งนี้เหล่านี้เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นแนวคิดที่น่าสนใจ อีกทั้งจำเป็นต้องมีการลงทุนที่สูง แต่ในปัจจุบันได้มีการสำรวจและตรวจสอบแล้วว่า อุปกรณ์นี้เป็นอุปกรณ์เสริมความปลอดภัยที่ดีที่สุดในขณะนี้

5. การให้ความสำคัญกับ Website

โดยธนาคารควรจัดให้ธนาคารทางอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ ทั้ง ภาษาไทย และภาษาอังกฤษทุก ๆ หน้าของระบบ เนื่องจากปัจจุบันธนาคารได้จัดทำ Website ที่เป็นภาษาไทยเพียงไม่กี่หน้าเท่านั้น แต่เมื่อเข้าสู่ระบบส่วนบุคคลแล้ว แทบจะไม่มีภาษาไทยเลย เนื่องจากเมื่อการบริการเป็นภาษาอังกฤษจึงยากที่จะเข้าใจโดยคนไทย สาเหตุหนึ่งมาจากการที่ความรู้พื้นฐานของลูกค้าธนาคารมีแตกต่างกัน