

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในการใช้ชีวิตในทุกๆ ด้าน ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีก่อให้เกิดความสะดวกสบายในการทำกิจกรรมประจำวัน เช่น การติดต่อสื่อสารหรือการเข้าถึงสื่อข่าวสารก็ทำได้โดยง่าย ความสะดวกสบายนี้ยังรวมไปถึงการทำธุรกรรมด้านการเงินที่ปัจจุบันมีความสะดวกสบายกว่าในอดีต ไม่ว่าจะเป็นการโอนเงิน ชำระค่าสินค้าบริการ หรือแม้กระทั่ง การซื้อขายกองทุนก็ทำได้ง่ายๆ โดยระบบออนไลน์

Fintech คือ การผสมระหว่างคำว่า Finance กับคำว่า Technology หรือการใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการสื่อสารออนไลน์มาประยุกต์ใช้ในธุรกิจด้านการเงิน การธนาคาร และการลงทุน โดยมากกว่าการประยุกต์แล้วในหลายครั้งยังเป็นการ Disrupt ซึ่งหมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคจากแบบเดิมไปสู่สิ่งใหม่อีกด้วย เช่น การใช้โปรแกรม Streaming ในการซื้อขายหุ้นที่เริ่มมีความนิยมในการใช้เทรดหุ้น แทนการซื้อขายในห้องค้ามากขึ้น บริษัทอย่าง Stock Radar ที่ทำโปรแกรมทางมือถือสำหรับเป็นเครื่องมือช่วยในการซื้อขายหุ้น ระบบ Payment API อย่าง Omise รวมไปถึงระบบ Crowd Funding ซึ่งเป็นวิธีการระดมทุนผ่านระบบ Online ซึ่งล่าสุดทางสำนักงาน กสท. ก็ได้ออกกฎหมายรองรับแล้ว จะเห็นได้ว่า Trend การเงินการธนาคารในทุกวันนี้จะนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ทั้งสิ้น เพื่อก่อให้เกิดการท้าทายกระแสนการเปลี่ยนแปลงของโลกด้วย

สื่ออินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกว่าสื่อเชิงสังคมนั้นได้เข้ามามีอิทธิพลต่อและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ด้วยการเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วในรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม เพื่อการสร้างเครือข่ายของผู้คนขนาดใหญ่ที่มีผู้ร่วมสนทนาได้หลากหลายคน ซึ่งแตกต่างจากสื่อดั้งเดิมที่เป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียว อีกทั้งผู้ใช้งานสามารถเป็นได้ทั้งผู้บริโภคเนื้อหาและผลิตเนื้อหาได้อีกด้วย (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553) จากสถิติพฤติกรรมการใช้งาน Internet และ Social Media ทั่วโลก พบว่า เว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากคนไทยมากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) (Tana, 2016) เครื่องมือสื่อสารที่ผู้ใช้งานสามารถใช้ติดต่อสนทนา การส่งรูปภาพ วิดีโอต่างๆ พร้อมทั้งมีรูปแบบสำหรับการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น การกดถูกใจ (Like) การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร (Share) และ

การแสดงความคิดเห็นต่างๆ โดยผู้ใช้อีกมีวัตถุประสงค์การใช้งานที่แตกต่างกันไป เช่น เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่อความบันเทิง เพื่อให้กำลังใจ การต้องการมีกลุ่มเพื่อน ช่วยลดความเหงา ฯลฯ (Quinn, 2016) ซึ่งนอกจากจะใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญแล้ว หลากหลายองค์กรได้ใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสำหรับสื่อสารการตลาด การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนถึงการเผยแพร่ความรู้ต่างๆ ที่สำคัญ ด้วยวิธีการสร้างชุมชนบนเฟซบุ๊ก ที่เรียกว่าแฟนเพจ ในการเป็นพื้นที่ออนไลน์สำหรับการโปรโมทแบรนด์สินค้าหรือบริการต่างๆ การให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่างๆ สำหรับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ร่วมกัน นอกจากนี้สื่ออินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมอื่นๆ เช่น Google+, LinkedIn, Instagram, Twitter หรือแม้กระทั่ง E-mail ก็ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการดำรงชีวิตทั้งสิ้น

ด้านธนาคารกรุงไทยได้มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าโดยมุ่งเน้นความสะดวกรวดเร็ว กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธนาคารจะเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความทันสมัยและใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการเลือกทำรายการที่เหมาะสมกับ Life Style ในชีวิตประจำวันของลูกค้า เพื่อตอบสนอง New Mega Trend อาทิ Aging Society, Creative Economy, Green Economy, Digital Economy และ Social Enterprise เช่น ผลิตภัณฑ์เงินออมสำหรับผู้สูงอายุ บริการ Internet Banking และการให้บริการผ่านสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ตที่สะดวก รวดเร็ว ลดต้นทุน ลดการเดินทาง และลดการใช้กระดาษเป็นต้น โดยบริการ KTB Netbank (ธนาคารกรุงไทย, 2557) เป็นบริการทางการเงินผ่านเครือข่าย Internet Banking ของธนาคารกรุงไทย โดยใช้เทคโนโลยีอุปกรณ์ Computer, Tablet, Smart Phone และโทรศัพท์มือถือรุ่นต่างๆ ไปที่รองรับการใช้งานและทำการเชื่อมต่อเครือข่าย Internet Wifi, 3G ลูกค้าสามารถใช้บริการได้ผ่าน Web Browser โดยเข้า Website: <https://www.ktbnetbank.com>, www.ktb.co.th, <https://m.ktb.co.th> และผ่าน Application บนมือถือระบบปฏิบัติการ iOS หรือ Android โดยในปี 2556 ธนาคารได้รวมบริการ KTB Online และบริการ KTB Netbank เข้าด้วยกัน ซึ่งให้ลูกค้าสามารถทำรายการบน Internet Banking ได้อย่างสมบูรณ์ครบถ้วน รองรับความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น ขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้า ด้วยการนำจุดเด่นของทั้ง 2 ช่องทางมารวมกัน

- 1) ใช้งานง่าย ด้วย Personalized Menu และ Bookmark
- 2) บริการที่ครบถ้วนด้วยฟังก์ชันการให้บริการของทั้ง 2 ช่องทาง ซึ่งตอบสนองทั้งทาง Website และ Application
- 3) การทำธุรกรรมที่ปลอดภัย ด้วย SMS Login Alert แจ้งเตือน SMS ทุกครั้งที่มีการ Login โดยเป็นบริการที่ถูกค่าสามารถทำธุรกรรมด้วยตนเองหรือในรูปแบบ VDO Call เพื่อทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่ Net Officer (Talk to Net Officer) และเป็นบริการที่ธนาคารใช้รหัส TOP (Time Out Password) ในการยืนยันทำธุรกรรม (SMS & Notification) เป็นบริการแจ้งเตือนและ บริการที่ใช้หมายเลขโทรศัพท์มือถือในการทำธุรกรรมฝาก/ ถอน/ โอน ให้บริการ 24 ชั่วโมง โดยมีฟังก์ชันการให้บริการ ดังนี้
 - (1) บัญชีของฉัน: เรียกดูข้อมูลบัญชีตนเอง บัตรตนเอง และรายการเคลื่อนไหว รวมทั้งบริการเปิดบัญชีพร้อมทำการฝากเงินบัญชีฝากประจำ NetFixed
 - (2) การโอนเงิน: ระหว่างบัญชีตนเอง บัญชีบุคคลอื่น บัญชีต่างธนาคาร บัญชีต่างประเทศบริการโอนเงินแบบมีรหัสรับเงิน (E-Cheque)
 - (3) ชำระเงิน: ค่าสินค้าและบริการ เดิมเงินบัตรเงินสดธนาคารกรุงไทย
 - (4) ชำระเงินคู่: บัญชีเงินกู้ธนาคารกรุงไทยของตนเองและบัญชีเงินกู้บุคคลอื่น
 - 4) กองทุน: ซื้อ ขาย สับเปลี่ยน กองทุน บลจ.กรุงไทย (KTAM)
 - 5) หลักทรัพย์: เปิดบัญชี โอนเงิน ถอนเงิน บัญชี บลจ.เคที ซิมิโก้ (KTZMICO)
 - 6) รายการเช็ค: ตรวจสอบสถานะเช็ค อายัดเช็ค
 - 7) Talk to Net officer: บริการ VDO Call เพื่อทำธุรกรรมทางการเงินกับเจ้าหน้าที่ Net Officer
 - 8) Pay/ Receive with Mobile: บริการกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ที่จะทำให้ท่านโอนเงินไปยังบุคคลอื่นผ่านเบอร์มือถือโดยผู้รับไม่จำเป็นต้องมีเลขที่บัญชีธนาคาร และสามารถเลือกรับเงินสดได้จากหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นสาขาหรือเครื่องเอทีเอ็มของธนาคารกรุงไทยทั่วประเทศ
 - 9) Net Fee Zero: บริการยกเว้นค่าธรรมเนียม เป็นบริการที่ผูกกับบัญชี NetSavings ทำให้การทำธุรกรรมโอนเงินภายในธนาคารและชำระค่าสินค้า/ บริการด้วยบัญชี NetSavings ผ่านบริการ KTB Netbank โดยไม่มีค่าธรรมเนียม
 - 10) สั่งซื้อและนัดรับธนบัตรสกุลต่างประเทศที่สำนักงานนาเหนือหรือสาขาสุวรรณภูมิ
 - 11) สมัครหักบัญชีอัตโนมัติ: สมัครใช้บริการหักบัญชีอัตโนมัติ เพื่อชำระค่าสินค้าและบริการ

12) SMS Alert: สมัครและจัดการบริการแจ้งเตือนรายการเคลื่อนไหวทางการเงิน

13) บริการ Verified by VISA: สมัครใช้บริการ Verified by VISA เพื่อให้สามารถใช้บัตรร่วมกับร้านค้าที่ใช้ Verified by VISA

14) ตรวจสอบข้อมูลเครดิต (NCB) กับข้อมูลเครดิตแห่งชาติ

ซึ่งจะรองรับบัญชีประเภท บัญชีกรุงไทย (KTB Account) บัญชีเงินฝากประเภทมีสมุดคู่ฝาก ได้แก่ บัญชีออมทรัพย์ บัญชีกระแสรายวัน บัญชีฝากประจำ และบัญชีเงินกู้ของธนาคารและบัญชีเน็ตแบงก์ (Netbank Account) บัญชีเงินฝากแบบไม่มีสมุดคู่ฝาก ซึ่งมีบัญชี 3 ประเภท

- 1) Net Savings เป็นบัญชีหมุนเวียนให้ความคล่องตัวสะดวกในชีวิตประจำวัน
- 2) Net Extra เป็นบัญชีเงินฝากออมทรัพย์ที่ให้ดอกเบี้ยสูงกว่าปกติถึง 0.5%
- 3) Net Fixed เป็นเงินฝากประจำที่ให้ดอกเบี้ยสูงกว่าบัญชีฝากประจำปกติและกำหนด

เวลา

ในการฝากได้ด้วยตัวเอง (ธนาคารออกโปรโมชั่นเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่อง) การสมัครใช้บริการ ลูกค้าสามารถสมัครบริการ KTB Netbank ผ่าน 3 ช่องทาง ต่อไปนี้

- 1) ทุกสาขาของธนาคาร (โดยสามารถใช้บริการได้ทันที หากต้องการทำรายการทางการเงินลูกค้าสามารถลงทะเบียนหมายเลขโทรศัพท์มือถือเพื่อขอรับรหัส TOP ได้ที่สาขา, ตู้ ATM/ ADM)
- 2) ตู้ ATM/ ADM ของธนาคาร (โดยสามารถใช้บริการได้ทันที หากต้องการทำรายการทางการเงิน ลูกค้าสามารถลงทะเบียนหมายเลขโทรศัพท์มือถือเพื่อขอรับรหัส TOP ได้ที่สาขา, ตู้ ATM/ ADM)
- 3) ยื่นแบบฟอร์มผ่านเว็บไซต์ของธนาคารและทำการยืนยันการสมัครใช้บริการเพื่อความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่าน Internet โดยท่านสามารถยืนยันการสมัครใช้บริการอีกครั้งได้ 3 ช่องทาง ดังนี้

- (1) สาขาของธนาคาร โดยนำบัตรประชาชนและสมุดบัญชีติดต่อเจ้าหน้าที่สาขา
- (2) ตู้ ATM/ ADM โดยลงทะเบียนหมายเลขโทรศัพท์มือถือเพื่อขอรับรหัส TOP
- (3) VDO Call ผ่านเจ้าหน้าที่ Net Officer ของธนาคาร โดยแสดงบัตรประชาชนถึงแม้อัตราการใช้บริการ Internet Banking และ Mobile Banking จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ยังจำเป็นที่จะพัฒนารูปแบบการให้บริการ คุณภาพของการบริการ ระวังรักษาความปลอดภัย ให้มีศักยภาพ เพิ่มความสามารถ โอกาส และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ของธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้นหากต้องการให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งและรองรับธุรกรรมดิจิทัลในอนาคตที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอได้

KTB Netbank บริการทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของธนาคารกรุงไทยที่มีความทันสมัย ใช้งานง่าย ครบถ้วนทุกประเภทบริการ และทุกประเภทบัญชี จากการรวมบริการ KTB Online และ KTB Netbank เดิมเข้าไว้ด้วยกัน ทำให้สามารถทำธุรกรรมทางการเงินด้วยตัวเอง การโอนเงินผ่านเบอร์มือถือ หรือ VDO Call สั่งเจ้าหน้าที่ธนาคารทำรายการทางการเงินให้สามารถทำได้ รองรับการใช้งานทั้ง Web และ Application ปลอดภัยด้วย SMS แจ้งเตือนทุกครั้ง Login เข้าสู่ระบบ ทำธุรกรรมทางการเงินได้สะดวกรวดเร็วปลอดภัยโดยไม่ต้องไปสาขาของธนาคาร เพียงแค่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็สามารถทำธุรกรรมได้เอง ธนาคารกรุงไทยได้มีการพัฒนาระบบและพัฒนารูปแบบการใช้งานที่ง่ายหลากหลายทางเลือกให้ตรงกับวิถีการดำเนินชีวิตของลูกค้าทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะผู้ที่สามารถเข้าใจการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ผู้ที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นประจำและผู้รับรู้ข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นลูกค้าหลักของบริการนี้ เนื่องจากมีความเข้าใจแอปพลิเคชัน หรือระบบประมวลผลของสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ เคทีบี เน็ตแบงก์ อันจะนำไปสู่การทราบถึงการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ตลอดจนความสัมพันธ์ดังกล่าวด้วยเพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ในกิจกรรมด้านต่างๆ ของธนาคาร และของผู้วิจัยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์

The diagram illustrates the conceptual framework of the study, showing the relationships between three main variables:

- ตัวแปรอิสระ (Independent Variable):** **ลักษณะทางประชากร (Demographics)**
 - 1. เพศ (Gender)
 - 2. อายุ (Age)
 - 3. อาชีพ (Occupation)
 - 4. ระดับการศึกษา (Education Level)
 - 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Average Monthly Income)
- ตัวแปรตาม (Dependent Variable):** **พฤติกรรมการใช้บริการ (Service Usage Behavior)**
 - 1. ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์เพื่อธุรกรรมอะไร (What KTB Net Bank is used for transactions)
 - 2. ใช้ที่ไหน (Where is it used)
 - 3. ช่วงเวลาไหนที่ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์ (What time of day is KTB Net Bank used)
 - 4. ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์บ่อยแค่ไหน (How often is KTB Net Bank used)
 - 5. ใช้บริการเคทีบีเน็ตแบงก์เพราะได้รับอิทธิพลจากใคร (Who is the service used because of influence from whom)
 - 6. โอกาสในการใช้บริการ (Opportunity to use the service)
 - 7. จำนวนเงินที่ทำธุรกรรม (Amount of money for transactions)
 - 8. ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ (Trust in using the service)
- ตัวแปรตาม (Dependent Variable):** **การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ (Internet Media Reception Affecting Service Usage Behavior)**
 - 1. facebook
 - 2. Google+
 - 3. Instagram
 - 4. Twitter
 - 5. Line
 - 6. E-mail

Relationships are indicated by double-headed arrows:

- Demographics ↔ Service Usage Behavior
- Internet Media Reception ↔ Service Usage Behavior

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ คือ การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์

5. ขอบเขตการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์

5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้ายานาคารกรุงไทยที่ใช้บริการธุรกรรมธนาคารกรุงไทยทางอินเทอร์เน็ต กำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้ตารางของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5

5.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยเรียงลำดับ 2 ขั้นตอน คือ 1) การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากผู้ที่ลงทะเบียนเข้าใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ จำนวน 1000 คน และ 2) การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากตัวอย่างที่สุ่มไว้ในขั้นตอนที่ 1 โดยการติดต่อทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเลือกตัวอย่างที่สนใจในการตอบแบบสอบถามให้เหลือจำนวน 400 คน

5.3 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา แบ่งออกเป็น

5.3.1 ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ได้แก่ 1) facebook 2) Google+ 3) Instagram 4) Twitter 5) Line 6) E-mail

5.3.2 ตัวแปรตาม คือ 1) ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์เพื่อธุรกรรมอะไร 2) ใช้ที่ไหน 3) ช่วงเวลาไหนที่ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์ 4) ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์บ่อยแค่ไหน 5) ใช้บริการเคทีบีเน็ตแบงก์เพราะได้รับอิทธิพลจากใคร 6) โอกาสในการใช้บริการ 7) จำนวนเงินที่ทำธุรกรรม 8) ความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ

6. นโยบายศัพท์เฉพาะ

6.1 Internet Banking คือ การให้บริการทางการเงินทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคาร โดยให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง สามารถทำได้ทุกที่ ทุกเวลาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่รองรับ

6.2 Mobile Banking คือ การพัฒนารูปแบบของ Internet Banking ซึ่งจะต้องใช้งานผ่านอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เคลื่อนที่ที่รองรับ

6.3 KTB Netbank คือ การให้บริการธนาคารทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ให้สามารถใช้บริการจัดการทางการเงินต่างๆ ได้แก่ การสอบถามยอดคงเหลือในบัญชีเงินฝาก การสอบถามรายการเคลื่อนไหวในบัญชีเงินฝาก การโอนเงินระหว่างบัญชีเงินฝากของตนเอง การโอนเงินไปยังบัญชีเงินฝากบุคคลอื่นภายในธนาคาร การโอนเงินไปยังบัญชีเงินฝากบุคคลอื่นภายนอกธนาคาร การชำระค่าสินค้าหรือบริการ การใช้บริการ e-Cheque บริการ Talk to Net Officer บริการ Pay/ Receive with Mobile รวมถึงการใช้บริการหรือการทำธุรกรรมทางการเงินใดๆ ที่ธนาคารได้จัดให้มีขึ้นผ่าน KTB Netbank

6.4 รหัส TOP (Time Out Password) คือ รหัสยืนยันความเป็นเจ้าของที่ธนาคารจะส่ง SMS ไปยังหมายเลขโทรศัพท์ที่ลูกค้าใช้รับรหัส TOP (ธนาคารกรุงไทย, 2557)

6.5 การเปิดรับสื่อ หมายถึง การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของลูกค้าที่สมัครใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ซึ่งการเปิดรับสื่อจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้า ประกอบด้วยสื่อออนไลน์ต่างๆ ได้แก่ facebook, Google+, Instagram, Twitter, Line และ E-mail

6.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง พฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ได้แก่ ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์เพื่อธุรกรรมอะไร ใช้ที่ไหน ช่วงเวลาไหนที่ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์ ใช้เคทีบีเน็ตแบงก์บ่อยแค่ไหน ใช้บริการเคทีบีเน็ตแบงก์เพราะได้รับอิทธิพลจากใคร โอกาสในการใช้บริการเงินที่ทำธุรกรรม และความน่าเชื่อถือในการใช้บริการ

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 เพื่อทราบถึงการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ เคทีบี เน็ตแบงก์ ตลอดจนความสัมพันธดังกล่าว

7.2 เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ในกิจกรรมด้านต่างๆ ของธนาคาร และของผู้วิจัย