

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามเครื่องมือวิจัยที่ออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการแปลความหมายข้อมูลตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยในแต่ละหัวข้อที่กำหนดในระเบียบวิธีวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนตามลำดับดังนี้

1. การสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์
3. การพัฒนาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคที่ได้จากการศึกษา

#### 4.1 การสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภค ประกอบด้วยคุณภาพของเว็บไซต์ การรับรู้เว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้เว็บไซต์มีประโยชน์ ทศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยดำเนินการวัดตัวแปรเชิงประจักษ์ (Observation Variable) ที่เป็นตัวชี้วัดของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ทุกตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้าง ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 Rating Scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert Scale) ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยคำนวณค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) แสดงดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันของตัวแปรที่ทำการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับ
		มาตรฐาน	ความสำคัญ
คุณภาพของเว็บไซต์	3.74	0.54	มาก
การรับรู้เว็บไซต์ใช้งานง่าย	3.78	0.60	มาก
การรับรู้เว็บไซต์มีประโยชน์	3.89	0.56	มาก
ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคาร			มาก
อิเล็กทรอนิกส์	3.49	0.69	
ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคาร			มาก
อิเล็กทรอนิกส์	3.79	0.61	
ความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคาร			มาก
อิเล็กทรอนิกส์	3.65	0.52	

ตาราง 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับตัวแปรที่ทำการศึกษาทุกตัวอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของค่าเฉลี่ยพบว่า ตัวแปรการรับรู้เว็บไซต์มีประโยชน์ มีระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และตัวแปรที่มีความสำคัญในรองลงมาตามลำดับ คือ ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้เว็บไซต์ใช้งานง่าย คุณภาพของเว็บไซต์ ความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79, 3.78, 3.74, 3.65 และ 3.49 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลด้วยการตรวจสอบค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .52 - .69 แสดงว่าข้อมูลของทุกตัวแปรที่ศึกษามีการกระจายตัวน้อย โดยพบว่าข้อมูลในตัวแปรความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .69 รองลงมาคือ ตัวแปรทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้เว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้เว็บไซต์มีประโยชน์ คุณภาพของเว็บไซต์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .61, .60, .56, .54 และ .52 ตามลำดับ



ตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์สภาพของตัวแปรคุณภาพของเว็บไซต์

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1. บนเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปเยี่ยมชม มีการปรับปรุงข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าอย่างเพียงพอและสม่ำเสมอ	3.69	.71	มาก
2. บนเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปเยี่ยมชม มีข้อมูลเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ที่เห็นได้ชัด และง่ายในการค้นหา	3.78	.69	มาก
3. ท่านสามารถได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้า ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายจากเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปเยี่ยมชม	3.76	.73	มาก
4. ท่านได้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้า ที่มีความถูกต้องเพียงพอตามวัตถุประสงค์ของท่าน	3.64	.78	มาก
5. บนเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปเยี่ยมชม มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้า ที่ทันสมัยเพียงพอตามวัตถุประสงค์ของท่าน	3.65	.77	มาก
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ที่ท่านต้องการจะแสดงในรูปแบบที่สามารถอ่านและเข้าใจได้	3.73	.79	มาก
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์มีการออกแบบสวยงาม น่าดึงดูดใจให้เข้ามาเยี่ยมชม	3.88	.70	มาก
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ในหลายรูปแบบที่สามารถเรียกมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.79	.67	มาก
คุณภาพของเว็บไซต์	3.74	.54	มาก

ตาราง 4.2 สภาพของตัวแปรคุณภาพของเว็บไซต์ พิจารณาจากข้อความเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อความหรือตัวชี้วัด เมื่อพิจารณาในรายตัวชี้วัดพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าบนเว็บไซต์มีการออกแบบสวยงาม น่าดึงดูดใจให้เข้ามาเยี่ยมชมมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าเก็บไว้ในหลายรูปแบบที่สามารถเรียกมาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบนเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปเยี่ยมชม มีข้อมูลเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้า ที่เห็นได้ชัดและง่ายในการค้นหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และ 3.78 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลด้วยการตรวจสอบค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .67 - .79 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรและตัวชี้วัดทุกตัวมีการกระจายตัวน้อย โดยพบว่าข้อมูลใน ตัวแปรคุณภาพของเว็บไซต์ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .54 เมื่อพิจารณาในรายข้อความพบว่า ข้อความข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ที่ท่านต้องการจะแสดงในรูปแบบที่สามารถอ่านและเข้าใจได้ มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด เท่ากับ .79 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อความท่านได้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้า ที่มีความถูกต้องเพียงพอตามวัตถุประสงค์ของท่าน และบนเว็บไซต์ที่ท่านเข้าไปเยี่ยมชม มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสั่งซื้อสินค้า ที่ทันสมัยเพียงพอตามวัตถุประสงค์ของท่าน มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .78 และ .77 ตามลำดับ

**ตาราง 4.3** ผลการวิเคราะห์สภาพของตัวแปรการรับรู้เว็บไซต์ใช้งานง่าย

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1. เมื่อท่านเข้าไปบนเว็บไซต์สั่งซื้อสินค้า การเรียนรู้การใช้งานเว็บไซต์เป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน	3.80	.73	มาก
2. เป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะมีความชำนาญในการใช้เว็บไซต์เพื่อค้นหาสิ่งที่ต้องการเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า	3.90	.71	มาก
3. ขั้นตอนการใช้งานบนเว็บไซต์ทำให้ท่านทำกิจกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น	3.77	.75	มาก

4. ท่านสามารถโต้ตอบกับเว็บไซต์ได้ โดยง่าย	3.75	.71	มาก
5. การปฏิสัมพันธ์ของท่านกับเว็บไซต์มี ความชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.65	.72	มาก
การรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์ใช้งานง่าย	3.78	.60	มาก

ตาราง 4.3 สภาพของตัวแปรการรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์ใช้งานง่าย พิจารณาจากข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์ใช้งานง่าย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด เมื่อพิจารณาในรายตัวชี้วัดพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับเป็นเรื่องง่ายที่ท่านจะมีความชำนาญในการใช้เว็บไซต์เพื่อค้นหาสิ่งที่ต้องการเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ เมื่อท่านเข้าไปบนเว็บไซต์สั่งซื้อสินค้า การเรียนรู้การใช้งานเว็บไซต์เป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน และขั้นตอนการใช้งานบนเว็บไซต์ทำให้ท่านทำกิจกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 และ 3.77 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลด้วยการตรวจสอบค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .71 - .75 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรและตัวชี้วัดทุกตัวมีการกระจายตัวน้อย โดยพบว่าข้อมูลในตัวแปรการรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์ใช้งานง่าย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .60 เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถามพบว่า ข้อคำถามขั้นตอนการใช้งานบนเว็บไซต์ทำให้ท่านทำกิจกรรมการใช้บริการท่องเที่ยวบนเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้น มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด เท่ากับ .75 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อคำถามเมื่อท่านเข้าไปบนเว็บไซต์สั่งซื้อสินค้า การเรียนรู้การใช้งานเว็บไซต์เป็นเรื่องง่ายสำหรับท่าน และการปฏิสัมพันธ์ของท่านกับเว็บไซต์มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .73 และ .72 ตามลำดับ

ตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพของตัวแปรการรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์มีประโยชน์

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1. การใช้เว็บไซต์เพื่อเลือกซื้อสินค้า ทำให้ ได้ข้อมูลที่ต้องการครบถ้วน	3.85	.81	มาก

2. เว็บไซต์ทำให้การค้นหาข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า มีประสิทธิภาพ มากขึ้น	3.82	.66	มาก
3. การใช้เว็บไซต์เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับ การสั่งซื้อสินค้า ทำให้ท่านประหยัดเวลา มากกว่า	3.94	.70	มาก
4. การใช้เว็บไซต์เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับ การสั่งซื้อสินค้า ทำให้ท่านประหยัด ค่าใช้จ่ายมากกว่า	3.91	.64	มาก
5. โดยรวมแล้วเว็บไซต์มีประโยชน์ต่อการ ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าของ ท่าน	3.92	.68	มาก
การรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์มีประโยชน์	3.89	.56	มาก

ตาราง 4.4 สภาพของตัวแปรการรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์มีประโยชน์ พิจารณาจากข้อคำถาม  
เกี่ยวกับการรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์มีประโยชน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก  
ทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด เมื่อพิจารณาในรายตัวชี้วัดพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการใช้  
เว็บไซต์เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ทำให้ท่านประหยัดเวลามากกว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ย  
เท่ากับ 3.94 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ โดยรวมแล้วเว็บไซต์มีประโยชน์ต่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับ  
การสั่งซื้อสินค้าของท่าน และการใช้เว็บไซต์เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ทำให้ท่าน  
ประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และ 3.91 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลด้วยการตรวจสอบค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า มีค่า  
อยู่ระหว่าง .64 - .81 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรและตัวชี้วัดทุกตัวมีการกระจายตัวน้อย โดยพบว่า  
ข้อมูลใน ตัวแปรการรับรู้ว่าคุณเว็บไซต์มีประโยชน์ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .56 เมื่อ  
พิจารณาในรายข้อคำถามพบว่า ข้อคำถามการใช้เว็บไซต์เพื่อเลือกซื้อสินค้า ทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง  
ครบถ้วน มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด เท่ากับ .81 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อคำถามการใช้  
เว็บไซต์เพื่อทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ทำให้ท่านประหยัดเวลามากกว่า และโดยรวมแล้ว

เว็บไซต์มีประโยชน์ต่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าของท่าน มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .70 และ .68 ตามลำดับ

**ตาราง 4.5** ผลการวิเคราะห์สภาพของตัวแปรความไว้วางใจต่อการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. จากประสบการณ์การใช้สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ ท่านรับรู้ว่าคุณขายสินค้าผ่านเว็บมีความเชื่อถือได้ที่จะติดต่อด้วย	3.41	.85	มาก
2. จากประสบการณ์การใช้สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ ท่านรับรู้ว่าคุณขายสินค้าผ่านเว็บให้ความสำคัญต่อข้อมูลส่วนตัวของท่าน	3.40	.80	มาก
3. จากประสบการณ์การใช้สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ ท่านรับรู้ว่าคุณขายสินค้าผ่านเว็บให้การบริการที่ดีแก่ลูกค้า	3.58	.79	มาก
4. ผู้ขายสินค้าผ่านเว็บแสดงข้อมูลประวัติที่อยู่และการติดต่อไว้อย่างชัดเจน	3.64	.78	มาก
5. ผู้ขายสินค้าผ่านเว็บมีประสบการณ์และทรัพยากรอย่างเพียงพอในการทำธุรกิจให้บริการผ่านเว็บ	3.42	.84	มาก
ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	3.49	.69	มาก

ตาราง 4.5 สภาพของตัวแปรความไว้วางใจต่อการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาจากข้อความเกี่ยวกับความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อความหรือตัวชี้วัด เมื่อพิจารณาในรายตัวชี้วัดพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับผู้ขายสินค้าผ่านเว็บแสดงข้อมูลประวัติ ที่อยู่และการติดต่อไว้อย่างชัดเจนมากกว่ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ จากประสบการณ์การใช้สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ ท่านรับรู้ว่าคุณขายสินค้าผ่านเว็บให้การบริการที่ดีแก่ลูกค้า



และผู้ขายสินค้าผ่านเว็บมีประสบการณ์และ ทรัพยากรอย่างเพียงพอในการทำธุรกิจให้บริการผ่านเว็บ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และ 3.42 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลด้วยการตรวจสอบค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .78 - .85 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรและตัวชี้วัดทุกตัวมีการกระจายตัวน้อย โดยพบว่า ข้อมูลใน ตัวแปรความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .69 เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถามพบว่า ข้อคำถามจากประสบการณ์การใช้สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ ท่านรับรู้ว่าคุณขายสินค้าผ่านเว็บมีความเชื่อถือได้ที่จะติดต่อด้วย มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด เท่ากับ .85 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อคำถามผู้ขายสินค้าผ่านเว็บมีประสบการณ์และ ทรัพยากรอย่างเพียงพอในการทำธุรกิจให้บริการผ่านเว็บ และจากประสบการณ์การใช้สั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ ท่านรับรู้ว่าคุณขายสินค้าผ่านเว็บให้ความสำคัญต่อข้อมูลส่วนตัวของท่าน มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .84 และ .80 ตามลำดับ

**ตาราง 4.6** ผลการวิเคราะห์สภาพของตัวแปรทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน	ระดับ
		มาตรฐาน	ความสำคัญ
1. การใช้เว็บไซต์เพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า เป็นวิธีการที่ดี	3.85	.78	มาก
2. การใช้เว็บไซต์เพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า มีความถูกต้องเชื่อถือได้	3.56	.77	มาก
3. ท่านชอบที่จะใช้เว็บไซต์เพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า	3.81	.73	มาก
4. การทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บเป็นประสบการณ์ที่น่าสนใจต่อท่าน	3.86	.76	มาก
5. การใช้เว็บเพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ดีกว่าการสั่งซื้อทางหน้าร้าน	3.83	.79	มาก
ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	3.79	.61	มาก

ตาราง 4.6 สภาพของตัวแปรทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาจากข้อคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ

อยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อคำถามหรือตัวชี้วัด เมื่อพิจารณาในรายตัวชี้วัดพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บเป็นประสบการณ์ที่น่าสนใจต่อท่านมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ การใช้เว็บไซต์เพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า เป็นวิธีการที่ดี และการใช้เว็บเพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ดีกว่าการสั่งซื้อทางหน้าร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และ 3.83 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลด้วยการตรวจสอบค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .73 - .79 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรและตัวชี้วัดทุกตัวมีการกระจายตัวน้อย โดยพบว่าข้อมูลใน ตัวแปรทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .61 เมื่อพิจารณาในรายข้อคำถามพบว่า ข้อคำถามการใช้เว็บเพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า ดีกว่าการสั่งซื้อทางหน้าร้าน มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด เท่ากับ .79 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อคำถามการใช้เว็บไซต์เพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า เป็นวิธีการที่ดี และการใช้เว็บไซต์เพื่อการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า มีความถูกต้องเชื่อถือได้ มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .78 และ .77 ตามลำดับ

**ตาราง 4.7** ผลการวิเคราะห์สภาพของตัวแปรความตั้งใจชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

ตัวแปรที่ศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
1. ท่านวางแผนที่จะทำกิจกรรมการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บในอนาคต	3.56	.77	มาก
2. ท่านตั้งใจที่จะทำกิจกรรมการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บในอนาคต	3.65	.69	มาก
3. ท่านต้องการพูดถึงสิ่งที่ดีจากการเข้ามาทำกิจกรรมการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บให้ผู้อื่นฟัง	3.79	.63	มาก
4. ท่านต้องการชี้แนะเพื่อนหรือบุคคลอื่นให้มาทำกิจกรรมการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ	3.62	.65	มาก
5. ในความคิดของท่าน ท่านคิดว่าท่านพอใจมากในการทำกิจกรรมการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บ นอกเหนือไปจากวิธีการแบบเดิม	3.63	.64	มาก

ความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคาร	3.65	.52	มาก
อิเล็กทรอนิกส์			

ตาราง 4.7 สภาพของตัวแปรความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พิจารณาจากข้อความเกี่ยวกับความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมากทุกข้อความหรือตัวชี้วัด เมื่อพิจารณาในรายตัวชี้วัดพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับท่านต้องการพูดถึงสิ่งที่ดีจากการเข้ามาทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บให้ผู้อื่นฟังมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ท่านตั้งใจที่จะทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บในอนาคต และในความคิดของท่าน ท่านคิดว่าท่านพอใจมากในการทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บ นอกเหนือไปจากวิธีการแบบเดิม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 และ 3.63 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลด้วยการตรวจสอบค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .63 - .77 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรและตัวชี้วัดทุกตัวมีการกระจายตัวน้อย โดยพบว่ามีข้อมูลใน ตัวแปรความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .52 เมื่อพิจารณาในรายข้อความพบว่า ข้อความท่านวางแผนที่จะทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บในอนาคต มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด เท่ากับ .77 รองลงมา 2 อันดับแรกคือ ข้อความท่านตั้งใจที่จะทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บในอนาคต และท่านต้องการชี้แนะเพื่อนหรือบุคคลอื่นให้มาทำกิจกรรมการซื้อสินค้าผ่านเว็บ มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .69 และ .65 ตามลำดับ

## 4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์

การพัฒนาแบบจำลองโครงสร้างเชิงสาเหตุปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ดำเนินการพัฒนาจากรากฐานทางแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ด้วยการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมหาแบบจำลองการวัดตัวแปร (Measurement Model) เพื่อระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงประจักษ์ (Observation Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) และหาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Constructual

Model) ระหว่างตัวแปรแฝงบุพปัจจัย กับประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม แล้วดำเนินการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองด้วยโปรแกรม LISREL Version 8.72

ทั้งนี้การตรวจสอบความตรงของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model, SEM) ครั้งนี้ใช้โปรแกรม LISREL Version 8.72 ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ก่อนที่จะดำเนินการวิเคราะห์ตรวจสอบว่าแบบจำลองสมมุติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้น (Basic Assumptions) ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ (1) ตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษามีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) (2) ตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองไม่ควรที่จะมีความสัมพันธ์กันไม่มากเกินไปจนก่อให้เกิดปัญหา Multicordinearity (3) แบบจำลองการวัด (Measurement Model) ต้องมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

หลังจากที่ได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแล้ว จึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ตรวจสอบว่าแบบจำลองสมมุติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ ด้วยการวิเคราะห์จากสถิติทดสอบคือ Chi-Square, Chi-Square/ df, RMSEA, RMR, CFI, AGFI, GFI และ CN หากพบว่าแบบจำลองสมมุติฐานยังไม่มี ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ก็ จะทำการปรับแก้แบบจำลอง (Adjust Model) โดยการยอมให้ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อน ( $\theta$ ) ของตัวแปรเชิงประจักษ์บางคู่ มีความสัมพันธ์กัน แล้วจึงพิจารณาถึงความกลมกลืนระหว่างแบบจำลองปรับแก้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้หากพบว่าแบบจำลองปรับแก้มีกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้ว จึงจะยอมรับการประมาณค่าพารามิเตอร์เพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร รายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

#### 4.2.1 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

1) ตรวจสอบการกระจายของตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้างว่ามีการกระจายเป็นแบบปกติ

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model, SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป LISREL Version 8.72 มีข้อตกลงที่สำคัญคือ การกำหนดไว้ว่า ตัวแปรเชิง

ประจักษ์ (Observation Variable) ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองควรมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ทั้งนี้ได้ตรวจสอบการกระจายแบบปกติ ของตัวแปรเชิงประจักษ์ด้วยสถิติทดสอบ ไค – สแควร์ ( $\chi^2$ ) โดยพิจารณาจากค่านัยสำคัญทางสถิติ หากตัวแปรเชิงประจักษ์ใดที่ทำการทดสอบแล้วพบว่ามียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรเชิงประจักษ์ดังกล่าวมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ ในทางตรงกันข้ามหากพบว่าตัวแปรเชิงประจักษ์ใดที่ทำการทดสอบแล้วพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรเชิงประจักษ์ดังกล่าวมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ

ผลการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลของตัวแปรเชิงประจักษ์ในเบื้องต้นซึ่งได้นำคะแนนดิบเดิมไปทำการทดสอบด้วยค่าสถิติทดสอบ ไค – สแควร์ ( $\chi^2$ ) พบว่าตัวแปรเชิงประจักษ์หลายตัวแปร ทำการทดสอบแล้วพบว่ามียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ทำการวิเคราะห์ด้วยคะแนนดิบยังมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการแปลงข้อมูลดิบดังกล่าวให้อยู่ในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Normal Score) แล้วจึงทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ด้วยสถิติทดสอบ ไค – สแควร์ ( $\chi^2$ ) อีกครั้งรายละเอียดดังตาราง 4.11

**ตาราง 4.8** การตรวจสอบการกระจายของข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ได้แปลงเป็นคะแนนมาตรฐาน (Normal scale) ด้วยสถิติทดสอบ ไค – สแควร์ ( $\chi^2$ )

ตัวแปรสังเกตได้	$\bar{x}$	SD	Skewness	p	Kurtosis	p	chi-square	p
			s	value		value		value
WEBQUAL	3.740	0.541	-5.035	0.00	4.62	0.00	46.704	0.00
PEOU	3.777	0.602	-6.242	0.00	4.955	0.00	63.508	0.00
PU	3.889	0.564	-7.09	0.00	5.55	0.00	81.079	0.00
ATTITUDE	3.786	0.612	-5.274	0.00	4.381	0.00	47.003	0.00
TRUST	3.49	0.694	-3.529	0.00	2.215	0.027	17.36	0.00
INTENT	3.647	0.516	-0.89	0.374	-0.921	0.357	1.639	0.441

ตาราง 4.8 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลของตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาซึ่งได้ทำการแปลงเป็นคะแนนมาตรฐานแล้ว (Normal Score) ด้วยสถิติทดสอบ ไค –

สแควร์ ( $\chi^2$ ) โดยทำการตรวจสอบที่ค่านัยสำคัญทางสถิติ หากพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าการกระจายของข้อมูลเป็นแบบปกติ (Normal Distribution) หากพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าการกระจายของข้อมูลไม่ได้เป็นแบบปกติ (Non Normal Distribution) การตรวจสอบที่ค่านัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาคพบว่า ทุกตัวแปรเชิงประจักษ์ส่วนใหญ่ไม่มีค่านัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองส่วนใหญ่มีการแจกแจงเป็นแบบปกติ ดังนั้น ข้อมูลของตัวแปรเชิงประจักษ์ทุกตัวสามารถนำไปวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างได้อย่างไม่ละเมิดข้อตกลงเบื้องต้นได้เป็นอย่างดี

## 2) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองทั้งหมดว่ามีความสัมพันธ์กันมากเกินไป

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) โดยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงประจักษ์ทุกคู่ที่ทำการศึกษาในแบบจำลอง หากพบว่าตัวแปรเชิงประจักษ์คู่ใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากกว่า .80 แสดงว่าตัวแปรคู่ดังกล่าวอาจจะเป็นตัวแปรเดียวกัน หรือเกิดปัญหาเรื่องการวัดตัวแปรที่มีการทับซ้อนกัน ซึ่งก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Multicollinearity Problem, ค่า  $r$  ในเมตริกซ์สหสัมพันธ์มีค่าเกิน .80) มีรายละเอียดดังตาราง 4.14

**ตาราง 4.9** การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษา

ตัวแปร ประจักษ์	WEBQUAL	PEOU	PU	ATTITUDE	TRUST	INTENT
WEBQUAL	1.000					
PEOU	0.696**	1.000				
PU	0.790**	0.715**	1.000			
ATTITUDE	0.729**	0.563**	0.624**	1.000		
TRUST	0.786**	0.678**	0.781**	0.732**	1.000	
INTENT	0.488**	0.431**	0.462**	0.505**	0.475**	1.000

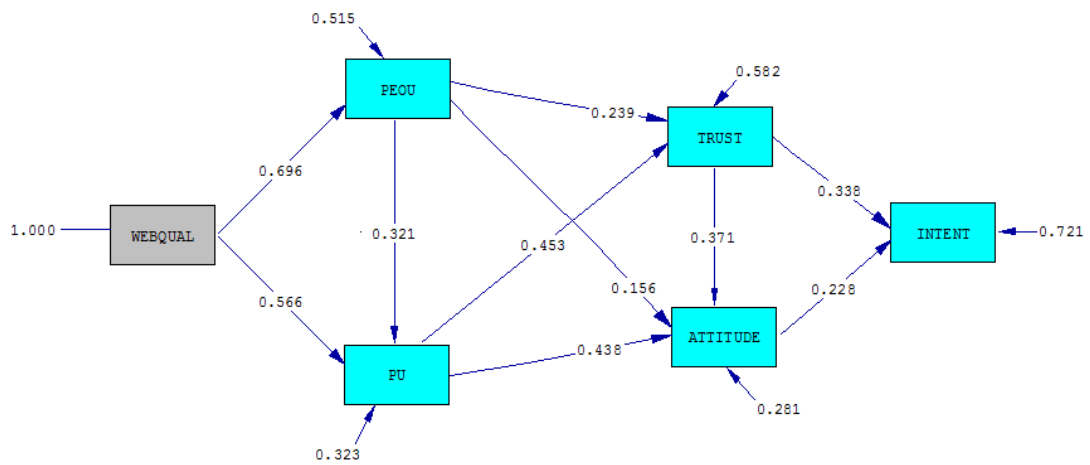
Mean	3.740	3.777	3.889	3.490	3.786	3.647
St.Dev	.541	.602	.564	.694	.612	.516

\*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05, \*\*มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ตาราง 4.9 ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงประจักษ์ทุกคู่ที่ได้ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่าตัวแปรเชิงประจักษ์แต่ละคู่มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก อยู่ระหว่าง 0.431 - .786 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ถือว่าเป็นข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้นได้ และยังไม่ละเมิดข้อตกลงเบื้องต้น (Kelloway, 1998)

#### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร

จากผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าตัวแปรเชิงประจักษ์ส่วนใหญ่ที่ทำการศึกษามีการกระจายแบบปกติ (Normal Distribution) ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงประจักษ์ทุกคู่ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไปที่จะก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Multicollinearity Problem) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปรตามสมมุติฐานในครั้งนี้อย่างไรก็ตามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป LISREL ผลการวิเคราะห์แสดงดังภาพประกอบ 4.1



ภาพประกอบ 4.1 วิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปรตามสมมุติฐาน

#### 4.2.2.1 สมการเส้นทางอิทธิพลของตัวแปร

ในหัวข้อนี้ได้แสดงให้เห็นถึงเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ทำการศึกษาตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้ โดยการอ่านค่าสมการเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยพิจารณาถึงค่าสถิติทดสอบสำคัญ 4 ประการได้แก่ 1) ค่า  $R^2$  หมายถึง อัตราความสามารถในการใช้ตัวแปรแฝง (Latent Variable) อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรเชิงประจักษ์ (Observation Variable) ซึ่งเป็นตัวชี้วัด / องค์ประกอบของตัวแปรแฝงดังกล่าว 2) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ( $\lambda$ ) (Standardized Solution) เป็นการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Parameter Estimation) ของการเป็นองค์ประกอบ / ความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรประจักษ์กับตัวแปรแฝง 3) ค่าความผิดพลาดมาตรฐาน (Standard Error) เป็นค่าการผันแปรของค่าความผิดพลาดในการวัดของตัวแปรประจักษ์ และ 4) ค่าสถิติทดสอบ t ใช้ในการวิเคราะห์ถึงค่าความเชื่อมั่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของการวัด โดยกำหนดว่า ค่าสถิติทดสอบ t ที่มีค่ามากกว่า 1.96 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หากค่าสถิติทดสอบ t มีค่าอยู่ระหว่าง -1.96 – 1.96 แสดงว่ายังไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติ สมการเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ได้ทำการศึกษา แสดงดังสมการ 4.1 – 4.6 ดังนี้

$$PEOU = 0.775 * WEBQUAL, \text{Errorvar.} = 0.186, R^2 = 0.485 \dots \dots \dots 4.1$$

$$(0.0428) \qquad (0.0141)$$

$$18.105 \qquad 13.191$$



$$PU = 0.301*PEOU + 0.591*WEBQUAL, \text{Errorvar.} = 0.103, R^2 = 0.677 \dots\dots\dots 4.2$$

$$(0.0399) \quad (0.0444) \quad (0.00781)$$

$$7.546 \quad 13.330 \quad 13.191$$

$$TRUST = 0.276*PEOU + 0.557*PU, \text{Errorvar.} = 0.280, R^2 = 0.418 \dots\dots\dots 4.3$$

$$(0.0675) \quad (0.0720) \quad (0.0213)$$

$$4.092 \quad 7.741 \quad 13.191$$

$$ATTITUDE = 0.158*PEOU + 0.475*PU + 0.328*TRUST, \text{Errorvar.} = 0.105, R^2 = 0.719 \dots\dots 4.4$$

$$(0.0423) \quad (0.0477) \quad (0.0328) \quad (0.00798)$$

$$3.740 \quad 9.955 \quad 9.979 \quad 13.191$$

$$INTENT = 0.192*ATTITUDE + 0.251*TRUST, \text{Errorvar.} = 0.192, R^2 = 0.279 \dots\dots\dots 4.5$$

$$(0.0563) \quad (0.0497) \quad (0.0145)$$

$$3.407 \quad 5.059 \quad 13.191$$

สมการ 4.1 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของเว็บไซต์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.775 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $t=18.105$ ) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้ร้อยละ 48.5

สมการ 4.2 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพของเว็บไซต์ และการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.591 และ 0.301 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $t=13.330, t=7.546$ ) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้ร้อยละ 67.7

สมการ 4.3 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย และการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.276 และ 0.557 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $t=4.092, t=7.741$ ) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้ร้อยละ 41.8

สมการ 4.4 แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ว่าเว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้ว่าเว็บไซต์มีประโยชน์ และความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.158, 0.475 และ 0.328 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $t=3.740$ ,  $t=9.955$ ,  $t=9.979$ ) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้ร้อยละ 71.9

สมการ 4.5 แสดงให้เห็นว่าทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.192 และ 0.251 อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ( $t=3.407$ ,  $t=5.059$ ) โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของกระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ได้ร้อยละ 27.9

#### 4.2.2.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ไว้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** คุณภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่าย

**สมมติฐานที่ 2** คุณภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์

**สมมติฐานที่ 3** การรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่ายส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์

**สมมติฐานที่ 4** การรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่ายส่งอิทธิพลต่อความไว้วางใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

**สมมติฐานที่ 5** การรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ใช้งานง่ายส่งอิทธิพลต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

**สมมติฐานที่ 6** การรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ส่งอิทธิพลต่อความไว้วางใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

**สมมติฐานที่ 7** การรับรู้ว่าการชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ส่งอิทธิพลต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

**สมมติฐานที่ 8** ความไว้วางใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ส่งอิทธิพลต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

**สมมติฐานที่ 9** ความไว้วางใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์

**สมมติฐานที่ 10** ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานของตัวแปร ค่า  $t$  value และทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร แสดงดังตาราง 4.16

ตารางที่ 4.10 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

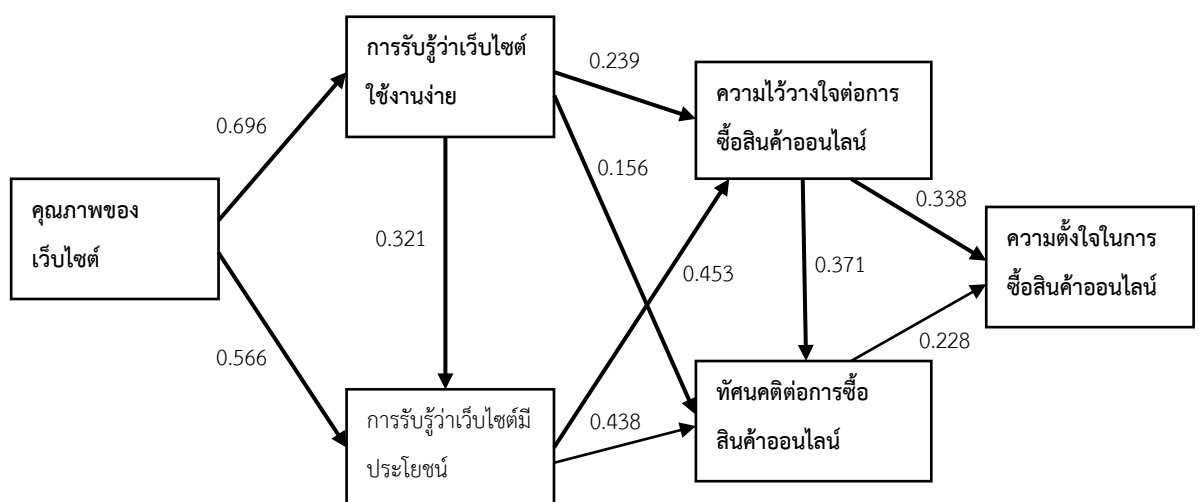
สมมติฐานที่	คู่ความสัมพันธ์	ทิศทาง	$\beta$	t value	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
1	WEBQUAL $\rightarrow$ PEOU	+	0.696	18.105**	สนับสนุน
2	WEBQUAL $\rightarrow$ PU	+	0.566	13.330**	สนับสนุน
3	PEOU $\rightarrow$ PU	+	0.321	7.456**	สนับสนุน
4	PEOU $\rightarrow$ TRUST	+	0.239	4.092**	สนับสนุน
5	PEOU $\rightarrow$ ATTITUDE	+	0.156	3.740**	สนับสนุน
6	PU $\rightarrow$ TRUST	+	0.453	7.741**	สนับสนุน
7	PU $\rightarrow$ ATTITUDE	+	0.438	9.955**	สนับสนุน
8	TRUST $\rightarrow$ ATTITUDE	+	0.371	9.979**	สนับสนุน
9	TRUST $\rightarrow$ INTENT	+	0.338	5.059**	สนับสนุน
10	ATTITUDE $\rightarrow$ INTENT	+	0.228	3.407*	สนับสนุน

\*ระดับนัยสำคัญ 0.05, \*\*ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตาราง 4.10 พบว่าผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ และสัมประสิทธิ์อิทธิพลส่วนใหญ่ ตรงกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ กล่าวคือ การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคุณภาพของเว็บไซต์ ( $\beta=+0.696$ ,  $t \text{ value}=18.105$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ .01 การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากคุณภาพของเว็บไซต์ ( $\beta=+0.566$ ,  $t \text{ value}=13.330$ ) และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ( $\beta=+0.321$ ,  $t \text{ value}=7.456$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01

ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ( $\beta=+0.239$ ,  $t \text{ value}=4.092$ ) และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ( $\beta=+0.453$ ,  $t \text{ value}=7.741$ ) ทศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ( $\beta=+0.156$ ,  $t \text{ value}=3.740$ ) รวมทั้งได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ( $\beta=+0.438$ ,  $t \text{ value}=9.955$ ) และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ( $\beta=+0.371$ ,  $t \text{ value}=9.979$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01 ความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ( $\beta=+0.338$ ,  $t \text{ value}=5.059$ ) และได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ( $\beta=+0.228$ ,  $t \text{ value}=3.407$ ) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01

จากผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ทั้งหมดของการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปรในแบบจำลองด้วยโปรแกรม Lisrel สามารถเขียนแสดงเป็นภาพประกอบอย่างง่าย แสดงดังภาพประกอบ 4.2



ภาพประกอบ 4.2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ทั้งหมด  
ของการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปร

#### 4.2.2.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปร

จากผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลด้วยโปรแกรม Lisrel ผู้วิจัยได้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปร โดยนำเสนอในรูปแบบตาราง 2 มิติ ที่แสดงให้เห็นถึงการส่งอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) การส่งอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และการส่งอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) ระหว่างตัวแปรแฝงต่างๆ ที่ได้ทำการศึกษา โดยนำเสนอในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน (Standardize Score) แสดงดังตาราง 4.16

ตาราง 4.11 การประมาณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของตัวแปร

ตัวแปรตาม	R <sup>2</sup>	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ				
			WEBQUAL	PEOU	PU	TRUST	ATTITUDE
PEOU	0.485	ทางตรง	0.696**	-	-	-	-
		ทางอ้อม	-	-	-	-	-
		โดยรวม	0.696**	-	-	-	-
PU	0.677	ทางตรง	0.566**	0.321**	-	-	-
		ทางอ้อม	0.224**	-	-	-	-
		โดยรวม	0.790**	0.321**	-	-	-
TRUST	0.418	ทางตรง	-	0.239**	0.453**	-	-
		ทางอ้อม	0.524**	0.146**	-	-	-
		โดยรวม	0.524**	0.385**	0.453**	-	-
ATTITUDE	0.719	ทางตรง	-	0.156**	0.438**	0.371**	-
		ทางอ้อม	0.649**	0.383**	0.168**	-	-
		โดยรวม	0.649**	0.439**	0.606**	0.371**	-
INTENT	0.279	ทางตรง	-	-	-	0.338**	0.228*
		ทางอ้อม	0.325**	0.230**	0.291**	0.085	-
		โดยรวม	0.325**	0.230**	0.291**	0.423**	0.228*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 \*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 4.11 แสดงถึงอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และโดยรวม ระหว่างตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการโครงการปรับแก้ (Adjust Model) พบว่าผลการประมาณค่าพารามิเตอร์สัมประสิทธิ์อิทธิพลส่วนใหญ่ตรงกับสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ รายละเอียดดังนี้

1. คุณภาพของเว็บไซต์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.696 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย และส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.566 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย นอกจากนี้ คุณภาพของเว็บไซต์ ได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.224 และ 0.524 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และคุณภาพของเว็บไซต์ ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ และความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.649 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และองค์กร ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.325 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.321, 0.239 และ 0.156 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย นอกจากนี้ การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย ได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.146, 0.383 และ 0.230 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.453 และ 0.438 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย นอกจากนี้ การรับรู้ว่าเว็บไซต์มีประโยชน์ ได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.168 และ 0.291 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.371 และ 0.338 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย

5. ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.228 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัย

ทั้งนี้ยังพบว่าตัวแปรอิสระ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้เว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้เว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ได้ร้อยละ 48.5, 67.7, 41.8, 71.9 และ 27.9 ตามลำดับ

#### **4.3 การพัฒนาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคที่ได้จากการศึกษา**

ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) จากสนามการวิจัยจริง (Field Study) ด้วยเทคนิค (1) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) (2) การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) (3) การสังเกตการณ์ทั่วไป (General Observation) และ (4) การสำรวจลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อม (Ecological Mapping) แล้วนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์โดยสรุป ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content



Analysis) เพื่อนำข้อมูลมาประกอบและสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และเป็นประโยชน์ในการนำไปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะต่อไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.12 สรุปผลการวิเคราะห์พรรณานเนื้อหาผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ประเด็นเนื้อหา	ผลการศึกษาเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ
คุณภาพของเว็บไซต์	คุณภาพของเว็บไซต์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย และส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทิศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	คุณค่าของเนื้อหาเว็บไซต์ถูกกำหนดด้วยความเร็ว ความพอใจของลูกค้าและความสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า เนื้อหาบนเว็บไซต์ควรมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จพิจารณาจากการกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์ใหม่ในภายหลังและมีการแนะนำเว็บไซต์ไปยังผู้อื่น ๆ การออกแบบเว็บไซต์ของระบบธุรกิจออนไลน์ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและสร้างความรู้สึกประทับใจแก่ผู้มาเยี่ยมชม มีความสวยงาม มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีการอัพเดทข้อมูลใหม่ ๆ อยู่เสมอ ควรมีการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ผลการศึกษาเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ
		โดยเฉพาะข้อมูลบนเว็บไซต์ต้องมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ ดูแล้วเข้าใจ

		<p>ง่าย สามารถติดต่อสื่อสารได้สะดวก และรวดเร็ว จึงจะดึงดูดความสนใจ ให้กลับมาเว็บไซต์ใหม่ รวมทั้ง มี เผยแพร่ข้อมูลที่สร้างความพอใจและความรักดี นอกจากนี้ ควรมีการสร้างเครื่องมือในการค้นหาให้สามารถ ค้นหาข้อมูล ดึงข้อมูล แปล ความหมายของข้อมูล และ ประมวลผลข้อมูลได้เป็นข่าวสารที่ตรง ความต้องการ</p>
<p><b>การรับรู้ที่</b> <b>เว็บไซต์ใช้งาน</b> <b>ง่าย</b></p>	<p>การรับรู้ที่เว็บไซต์ใช้งานง่าย ส่งอิทธิพล ทางตรงต่อการรับรู้ที่เว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ ทศนคติดต่อชำระเงินผ่าน ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ได้ส่งอิทธิพล ทางอ้อมต่อความไว้วางใจต่อชำระเงิน ผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทศนคติดต่อ ชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>การใช้งานเว็บไซต์ต้องสามารถเรียนรู้ ได้ง่าย อำนวยความสะดวกในการใช้ งานด้วยตนเอง การตั้งชื่อเว็บไซต์ สามารถทำได้ง่าย และมีการให้ความ ช่วยเหลือเมื่อเกิดปัญหา การเข้าถึง ของเว็บไซต์ต้องสะดวกในการเข้าถึง ประมวลผลได้รวดเร็ว และสามารถ ได้ตอบกับผู้ซื้อได้ นอกจากนี้ การทำ ให้ลูกค้าค้นหาเว็บไซต์ของธุรกิจและ เข้ามาในเว็บไซต์ของธุรกิจได้ง่าย เว็บไซต์ต้องทำงานได้รวดเร็วและไม่มี ปัญหาติดขัดในการเข้าไปยังส่วนต่าง ๆ ของเว็บไซต์ ลูกค้าสามารถสืบ ข้อมูลสินค้าที่ต้องการและค้นหา สินค้าของบริษัทได้</p>

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ผลการศึกษาเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ
การรับรู้ เว็บไซต์มี ประโยชน์	การรับรู้เว็บไซต์มีประโยชน์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	การทำธุรกิจของบริษัททางออนไลน์สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความสะดวกรวดเร็ว และมีค่าใช้จ่ายในการทำรายการไม่สูงมากเมื่อเทียบกับการทำธุรกิจแบบเดิม จึงทำให้ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้ประโยชน์มากกว่าธุรกิจแบบเดิม และหันมาใช้บริการออนไลน์มากขึ้น โดยที่ลูกค้าจะประเมินถึงคุณค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับต้นทุนที่จ่ายไป ถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจย่อมมีความต้องการที่จะสานต่อความสัมพันธ์กับธุรกิจโดยไม่หันเหไปใช้บริการจากธุรกิจรายอื่น
ความไว้วางใจต่อ ชำระเงินผ่าน ธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์	ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	ขั้นตอนในการดำเนินธุรกรรมต้องสร้างความเชื่อถือให้กับผู้ซื้อ การมีทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลายและมีค่าใช้จ่ายน้อย การติดต่อกลับมายังลูกค้าอยู่เสมอและรวดเร็ว การนัดหมายที่ตรงต่อเวลาที่กำหนด การมีบริการหลังการขายที่รวดเร็วประทับใจ รวมทั้ง การมีเว็บไซต์ที่มีคุณภาพจะดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาซื้อ และเกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและธุรกิจ

---

นอกจากนี้ การมีข้อมูลข่าวสาร และ  
พื้นฐานประสบการณ์ของแต่ละบุคคล  
เป็นจุดเริ่มต้นของความตั้งใจซื้อ  
ความตั้งใจซื้อสินค้าเกิดจากการรับรู้

---

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ผลการศึกษาเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ
		<p>ในคุณภาพของสินค้าและราคา ความพึงพอใจในร้านค้า และการรับประกันความไว้วางใจในร้าน ซึ่งลูกค้าจะค้นหาข้อมูลเหล่านี้และประเมินออกมาในรูปของต้นทุน ความปลอดภัย การบริการ ความเป็นมิตร ความสะดวกสบาย และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งจะส่งผลต่อความไว้วางใจในร้านค้าและการตัดสินใจซื้อ</p>
<p><b>ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์</b></p>	<p>ทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการทำให้เกิดรายการธุรกรรมเกือบทุกส่วนของกิจกรรมทางธุรกิจ ประกอบด้วย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การค้นหาข้อมูล การทำการสั่งซื้อ การทำการชำระเงิน และการทำการจัดส่งสินค้า ทั้งนี้คุณภาพกระบวนการจะส่งผลต่อความพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ การซื้อขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อคุณลักษณะของสินค้าเปลี่ยนแปลงไปเป็นผู้บริโภคมีความต้องการในคุณลักษณะของสินค้าที่มีประโยชน์ มีคุณภาพ และมีความน่าเชื่อถือ</p>

---

รวมทั้งความถูกต้องของข้อมูล  
เกี่ยวกับคุณลักษณะของสินค้า ราคา  
กำหนดเวลาการจัดส่ง และข้อมูล  
ผู้ขาย ดังนั้น การมีระบบพาณิชย์

---

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ประเด็นเนื้อหา	ผลการศึกษาเชิงปริมาณ	ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ
		<p>อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อการซื้อสินค้าผ่านทางเว็บ และสามารถสร้างความพึงพอใจ จนเกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และเกิดความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และการตั้งใจซื้อของลูกค้า</p>

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำมาสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า ปัจจัยหลักดันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ ที่ประกอบด้วย คุณภาพของเว็บไซต์ การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์ใช้งานง่าย การรับรู้ว่าคุณภาพเว็บไซต์มีประโยชน์ ความไว้วางใจต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และทัศนคติต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยที่ลูกค้าจะประเมินถึงคุณค่าที่ได้รับเมื่อเทียบกับต้นทุนที่จ่ายไป การมีระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพทำให้ลูกค้าเกิดเกิดความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลต่อการมีทัศนคติที่ดีต่อชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจในชำระเงินผ่านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์