

# การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

Effects of Technology Acceptance and Service Quality on Customer Loyalty for Electronic Banking

วันที่รับบทความ : 18/03/2562  
วันแก้ไขบทความ : 30/04/2562  
วันตอบรับบทความ : 03/05/2562

นาวรัตน์ ช่วยบุญชู<sup>1</sup>, อรจันทร์ ศิริโชค<sup>2</sup> และ เฉษฐา นกน้อย<sup>2</sup>  
Nawarat Chouyboonchoo<sup>1</sup>, Orachan Sirichote<sup>2</sup> and Chetsada Noknoi<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ 2) ศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในประเทศไทยที่เคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในความพยายาม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ด้านความคาดหวังในผลการดำเนินงาน และอิทธิพลทางสังคม ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม และมีประสิทธิภาพการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 65.40 2) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความพร้อมของระบบ การทำให้บรรลุเป้าหมาย และความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีประสิทธิภาพการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 67.20 ทั้งนี้ ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต้องสร้างการยอมรับเทคโนโลยีและพัฒนาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้เพิ่มขึ้น

**คำสำคัญ:** การยอมรับเทคโนโลยี, คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์, ความจงรักภักดี

<sup>1</sup> นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Graduate Student, Master of Business Administration Program in Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Asst.Prof. Dr., Department of Business Administration, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

## Abstract

This research aims to study 1) the effects of technology acceptance on customer loyalty for electronic banking 2) the effects of electronic services quality on customer loyalty for electronic banking. The sample size was 400 customers in Thailand who used to use electronic banking services. The research instrument was questionnaire. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

Research results revealed that 1) technology acceptance including effort expectancy, facilitating conditions, hedonic motivation, price value and habit dimensions have positive relationship with overall customer loyalty. with the significant statistic level at 0.05 whereas, performance expectancy and social influence dimensions have no relationship with overall customer loyalty. The predictive power was at 65.40 percent. 2) electronic services quality including efficiency, system availability, fulfillment and privacy have positive relationship with overall customer loyalty. with the significant statistic level at 0.05. The predictive power was at 67.20 percent. The commercial bank executives must create technology acceptance and improve electronic service quality to meet the demand and create users trust; which will result in customer loyalty of electronic banking.

**Keywords :** Technology Acceptance, Electronic Services Quality, Loyalty

## บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านธุรกรรมการเงิน หรือธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวก สบาย รวดเร็ว สามารถใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ในขณะเดียวกัน การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ เป็นต้น เป็นธุรกรรมเชิงพาณิชย์ออนไลน์ที่แตกต่างไปจากการบริการเดิมที่ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการให้บริการในหลายๆ ด้าน อาทิเช่น การฝากเงิน การถอนเงิน การโอนเงิน หรือการตรวจสอบยอดเงินคงเหลือ เป็นต้น โดยในอนาคตการให้บริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จะมีการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการในด้านอื่น ๆ อีกเพื่อรองรับความต้องการในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ และจำนวนผู้ใช้บริการการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (พรชนก พลาบุลย์, 2558 : 1) จากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า สถิติจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet Banking) มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 11,901,117 คน ปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 15,095,696 คน และในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวน 19,899,583 คน

(ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2562, จาก <http://www2.bot.or.th>) ซึ่งจำนวนบัญชีลูกค้าดังกล่าวได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จึงทำให้ธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการให้บริการให้มีคุณภาพพร้อมให้บริการ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพความสามารถ ความไว้วางใจ และการยอมรับ ดังนั้น หากมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยส่งผลดีในหลาย ๆ ด้าน ทั้งภาคประชาชน ภาคธุรกิจ ภาครัฐและประเทศไทย กล่าวคือ ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้สะดวกยิ่งขึ้น มีช่องทางการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ที่หลากหลาย และเพิ่มความปลอดภัยในชีวิตจากความเสี่ยงในการถือเงินสด สำหรับภาคธุรกิจ การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ สามารถช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานและกระบวนการในการจัดการบริหารเงินสด และเพิ่มศักยภาพในการทำธุรกิจให้ทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ได้ ในแง่ภาครัฐ การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ช่วยลดขั้นตอนการดำเนินงาน ทำให้สามารถจ่ายเงินสวัสดิการให้แก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ลดความซับซ้อน ข้อผิดพลาด และค่าใช้จ่าย อีกทั้ง ยังสะดวกและรวดเร็ว และจากผลประโยชน์ทั้งหมดทั้งหมดที่เกิดขึ้นกับภาคประชาชน ภาคธุรกิจ ภาครัฐ จะช่วยส่งผลให้ต้นทุนทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในภาพรวมลดลงอีกด้วย (จิวิศา พุ่มดนตรี, 2559 : 5) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาระบบการใช้งานและคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม และยังนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศ ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนประเทศให้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างครบวงจร

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

## สมมติฐาน

1. การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์
2. คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

## การทบทวนวรรณกรรม

### การยอมรับเทคโนโลยี

Rogers (2003 : 9) ให้ความหมาย การยอมรับเทคโนโลยีว่า หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีนั้นไปใช้ได้อย่างเต็มที่ โดยการยอมรับของบุคคลเกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่บุคคลได้สัมผัสกับเทคโนโลยีนั้น ๆ และถูกชักจูงให้ยอมรับ ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และ

ยืนยันการปฏิบัตินั้น กระบวนการนี้อาจจะใช้เวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ คือ ตัวบุคคลและลักษณะของเทคโนโลยี

#### คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์

Jukka (2010 : 129) กล่าวว่า การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) เป็นบริการบนเว็บไซต์ที่ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการดำเนินการการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) อาจเป็นทั้งหมดหรือแค่บางส่วนของกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าที่จะดำเนินการผ่านทางอินเทอร์เน็ต

#### ความจงรักภักดี

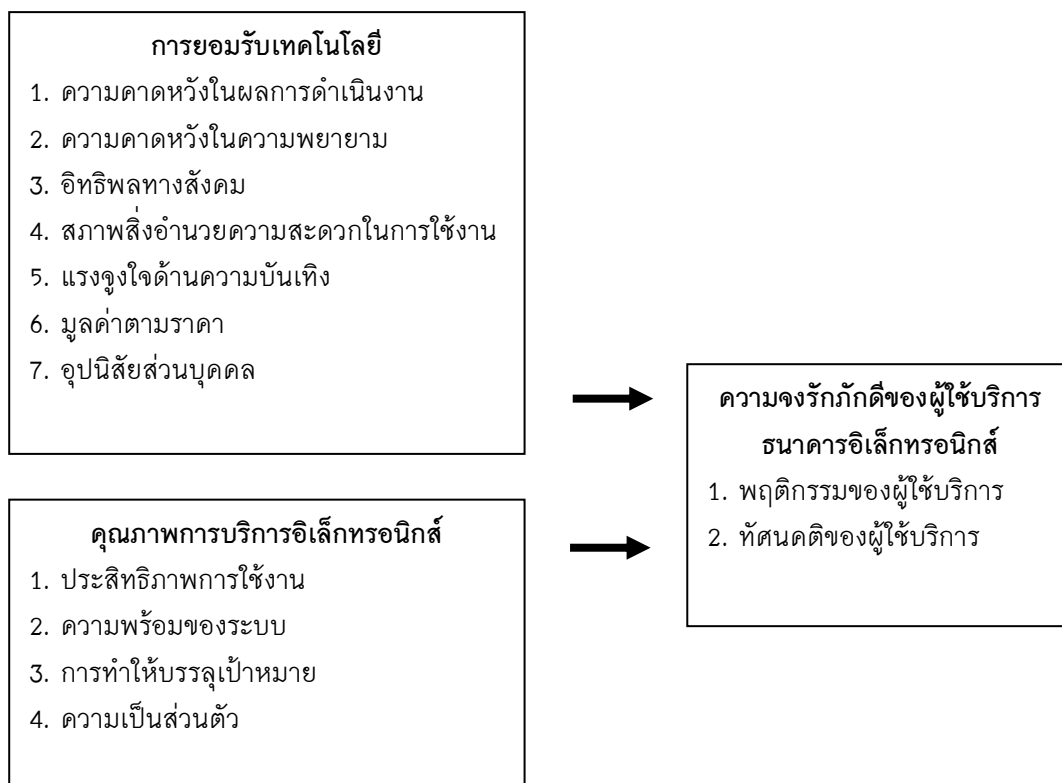
Gronroos (1990 : 53) ให้ความหมายของความจงรักภักดีไว้ว่า ความจงรักภักดีหมายถึง ความสนใจของลูกค้าที่จะสนับสนุนหรือมอบผลประโยชน์ให้กับองค์กรในระยะยาว โดยลูกค้าจะซื้อซ้ำหรือใช้บริการกับองค์กรอย่างต่อเนื่อง รวมถึงแนะนำบุคคลถึงข้อดีขององค์กร ซึ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นบนพื้นฐานของความรู้สึกที่ลูกค้าชื่นชอบในองค์กรที่เลือกมากกว่าองค์กรอื่น ๆ ความภักดีจึงไม่เพียงแต่ หมายถึง พฤติกรรมที่ลูกค้าแสดงออกว่าภักดีเท่านั้นแต่ยังหมายถึงไปถึงความรู้สึกในแง่บวกของลูกค้าต่อองค์กร ในด้านต่าง ๆ อีกด้วย เช่น ความชื่นชอบ หรือความเต็มใจ ซึ่งความภักดีนั้นจะคงอยู่ตราบเท่าที่ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับในคุณค่าที่ดีกว่าที่จะได้รับจากองค์กรอื่น ๆ

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎีส่วนขยายรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) ของ Venkatesh, Thong and Xu (2012 : 157 - 178) และแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ของ Parasuraman, Zeithaml and Malhotra (2005 : 1 - 21) มาประยุกต์ใช้เป็นตัวแปรอิสระในกรอบแนวคิด และแนวคิดเกี่ยวกับความจงรักภักดี ของ Aaker (1991 : 135 - 136) สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1

## ตัวแปรอิสระ

## ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีการศึกษา

ประชากร (Population) หมายถึง ประชาชนในประเทศไทยที่เคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง (Sampling) หมายถึง ประชาชนในประเทศไทยที่เคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้ใช้บริการดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบขนาดของประชากรของ Taro Yamane โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) ร้อยละ 95 ยอมให้คลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (อุษา แสงแจ่ม. 2557 : 32 ; อ้างอิงจาก Yamane. 1973 : 125) ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 400 คน

วิธีสร้างเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความจงรักภักดี เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยและแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดในการวิจัยและนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้อง โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ซึ่งต้องมีค่าระหว่าง 0.60 - 1.00 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและสามารถนำไปใช้ได้

3) นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจริง และนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) จะมีต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้

4) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง  
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และหาตัวร้อยละ (Percentage) ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์เฉลี่ย ดังนี้

|                        |             |                               |
|------------------------|-------------|-------------------------------|
| คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง | 4.21 - 5.00 | กำหนดให้อยู่ในระดับมากที่สุด  |
| คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง | 3.41 - 4.20 | กำหนดให้อยู่ในระดับมาก        |
| คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง | 2.61 - 3.40 | กำหนดให้อยู่ในระดับปานกลาง    |
| คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง | 1.81 - 2.60 | กำหนดให้อยู่ในระดับน้อย       |
| คะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง | 1.00 - 1.80 | กำหนดให้อยู่ในระดับน้อยที่สุด |

วิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

วิเคราะห์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการศึกษา

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.5 มีอายุ 21-38 ปี (Gen-Y) คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 48.8 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.0 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 37.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.2 และใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.0

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมและรายด้าน

| การยอมรับเทคโนโลยี                       | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับการยอมรับเทคโนโลยี |
|------------------------------------------|-----------|------|-------------------------|
| 1. ด้านความคาดหวังในผลการดำเนินงาน       | 4.48      | 0.43 | มากที่สุด               |
| 2. ด้านความคาดหวังในความพยายาม           | 4.31      | 0.55 | มากที่สุด               |
| 3. ด้านอิทธิพลทางสังคม                   | 4.16      | 0.58 | มาก                     |
| 4. ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน | 4.22      | 0.55 | มากที่สุด               |
| 5. ด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง           | 4.09      | 0.63 | มาก                     |
| 6. ด้านมูลค่าตามราคา                     | 4.23      | 0.57 | มากที่สุด               |
| 7. ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล                 | 4.29      | 0.62 | มากที่สุด               |
| รวม                                      | 4.25      | 0.46 | มากที่สุด               |

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.25$ ) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความคาดหวังในผลการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.48$ ) รองลงมาคือ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ( $\bar{x} = 4.31$ ) ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล ( $\bar{x} = 4.29$ ) ด้านมูลค่าตามราคา ( $\bar{x} = 4.23$ ) ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.22$ ) ด้านอิทธิพลทางสังคม ( $\bar{x} = 4.16$ ) และด้านแรงจูงใจด้านความบันเทิง ( $\bar{x} = 4.09$ ) มีระดับการยอมรับเทคโนโลยีน้อยที่สุด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมและรายด้าน

| คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์          | $\bar{x}$ | S.D. | ระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ |
|----------------------------------------|-----------|------|------------------------------------|
| 1. ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน            | 4.28      | 0.53 | มากที่สุด                          |
| 2. ด้านความพร้อมของระบบ                | 4.24      | 0.57 | มากที่สุด                          |
| 3. ด้านการบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ | 4.29      | 0.57 | มากที่สุด                          |
| 4. ด้านความเป็นส่วนตัว                 | 4.19      | 0.67 | มาก                                |
| รวม                                    | 4.25      | 0.53 | มากที่สุด                          |

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.25$ ) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการบรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.29$ ) รองลงมาคือ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.28$ ) ด้านความพร้อมของระบบ ( $\bar{x} = 4.24$ ) และด้านความเป็นส่วนตัว ( $\bar{x} = 4.19$ ) มีระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์น้อยที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมและรายด้าน

| ความจงรักภักดี                 | $\bar{x}$ | S.D. | ระดับความจงรักภักดี |
|--------------------------------|-----------|------|---------------------|
| 1. ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ | 4.26      | 0.57 | มากที่สุด           |
| 2. ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ  | 4.25      | 0.56 | มากที่สุด           |
| รวม                            | 4.25      | 0.53 | มากที่สุด           |

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.25$ ) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.26$ ) รองลงมาคือ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ ( $\bar{x} = 4.25$ ) มีระดับความจงรักภักดีน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม (Y)

| Model                                                                                                              | B      | S.E   | Beta   | t       | P-value |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------|---------|---------|
| ค่าคงที่                                                                                                           | 3.063  | 1.372 |        | 2.232   | 0.026   |
| ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1)                                                                                   | 0.174  | 0.098 | 0.071  | 1.769   | 0.078   |
| ความคาดหวังในความพยายาม (X2)                                                                                       | 0.292  | 0.089 | 0.152  | 3.297   | 0.001*  |
| อิทธิพลทางสังคม (X3)                                                                                               | -0.066 | 0.085 | -0.036 | - 0.784 | 0.434   |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4)                                                                             | 0.232  | 0.098 | 0.120  | 2.379   | 0.018*  |
| แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5)                                                                                       | 0.212  | 0.087 | 0.127  | 2.446   | 0.015*  |
| มูลค่าตามราคา (X6)                                                                                                 | 0.448  | 0.075 | 0.243  | 5.996   | 0.000*  |
| อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7)                                                                                             | 0.521  | 0.076 | 0.304  | 6.865   | 0.000*  |
| R = 0.813    R <sup>2</sup> = 0.660    Adj. R <sup>2</sup> = 0.654    S.E. <sub>est</sub> = 2.48749    F = 108.933 |        |       |        |         |         |
| P-value = 0.000*                                                                                                   |        |       |        |         |         |

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 5 ด้าน คือ ความคาดหวังในความพยายาม (X2) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5) มูลค่าตามราคา (X6) และอุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ด้านสามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ได้แก่ อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) มูลค่าตามราคา (X6) ความคาดหวังในความพยายาม (X2) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5) และ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า มี 5 ด้าน ส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) (Beta = 0.304) มูลค่าตามราคา (X6) (Beta = 0.243) ความคาดหวังในความพยายาม (X2) (Beta = 0.152) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5) (Beta = 0.127) และ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4) (Beta = 0.120) ตามลำดับ

โดยพบว่า ด้านความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1) และอิทธิพลทางสังคม (X3) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงผลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 65.40 (Adj. R<sup>2</sup> = 0.654) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

เท่ากับ 0.813 ( $R = 0.813$ ) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 2.48749 ( $S.E._{est} = 2.48749$ ) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 3.063 + 0.292 \cdot X_2 + 0.232 \cdot X_4 + 0.212 \cdot X_5 + 0.448 \cdot X_6 + 0.521 \cdot X_7$$

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ (Y1)

| Model                                                                        | B      | S.E   | Beta   | t      | P-value |
|------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------|--------|---------|
| ค่าคงที่                                                                     | 1.593  | 0.791 |        | 2.015  | 0.045   |
| ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1)                                             | 0.021  | 0.057 | 0.016  | .367   | 0.714   |
| ความคาดหวังในความพยายาม (X2)                                                 | 0.141  | 0.051 | 0.137  | 2.767  | 0.006*  |
| อิทธิพลทางสังคม (X3)                                                         | -0.034 | 0.049 | -0.034 | -0.688 | 0.492   |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4)                                       | 0.156  | 0.056 | 0.150  | 2.774  | 0.006*  |
| แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5)                                                 | 0.097  | 0.050 | 0.108  | 1.947  | 0.052   |
| มูลค่าตามราคา (X6)                                                           | 0.214  | 0.043 | 0.216  | 4.967  | 0.000*  |
| อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7)                                                       | 0.311  | 0.044 | 0.338  | 7.114  | 0.000*  |
| R = 0.782 $R^2 = 0.611$ Adj. $R^2 = 0.604$ $S.E._{est} = 1.43324$ F = 87.868 |        |       |        |        |         |
| P-value = 0.000*                                                             |        |       |        |        |         |

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 4 ด้าน คือ ความคาดหวังในความพยายาม (X2) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4) มูลค่าตามราคา (X6) และอุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 4 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ได้แก่ อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) มูลค่าตามราคา (X6) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4) และความคาดหวังในความพยายาม (X2) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า มี 4 ด้าน ส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) ( $Beta = 0.338$ ) มูลค่าตามราคา (X6) ( $Beta = 0.216$ ) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4) ( $Beta = 0.150$ ) และ ความคาดหวังในความพยายาม (X2) ( $Beta = 0.137$ ) ตามลำดับ

โดยพบว่า ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1) อิทธิพลทางสังคม (X3) และ แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงผลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 60.4 (Adj.  $R^2 = 0.604$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.782 ( $R = 0.782$ ) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 1.43324 ( $S.E._{est} = 1.43324$ ) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y1 = 1.593 + 0.141 \cdot X2 + 0.156 \cdot X4 + 0.214 \cdot X6 + 0.311 \cdot X7$$

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ (Y2)

| Model                                                                        | B      | S.E   | Beta   | t      | P-value |
|------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------|--------|---------|
| ค่าคงที่                                                                     | 1.469  | 0.824 |        | 1.784  | 0.075   |
| ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1)                                             | 0.153  | 0.059 | 0.119  | 2.595  | 0.010*  |
| ความคาดหวังในความพยายาม (X2)                                                 | 0.151  | 0.053 | 0.149  | 2.837  | 0.005*  |
| อิทธิพลทางสังคม (X3)                                                         | -0.033 | 0.051 | -0.034 | -0.645 | 0.519   |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (X4)                                       | 0.076  | 0.059 | 0.075  | 1.300  | 0.194   |
| แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5)                                                 | 0.115  | 0.052 | 0.130  | 2.206  | 0.028*  |
| มูลค่าตามราคา (X6)                                                           | 0.234  | 0.045 | 0.241  | 5.221  | 0.000*  |
| อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7)                                                       | 0.210  | 0.046 | 0.233  | 4.608  | 0.000*  |
| R = 0.748 $R^2 = 0.559$ Adj. $R^2 = 0.551$ $S.E._{est} = 1.49301$ F = 71.086 |        |       |        |        |         |
| P-value = 0.000*                                                             |        |       |        |        |         |

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่า ตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 5 ด้าน คือ ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1) ความคาดหวังในความพยายาม (X2) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5) มูลค่าตามราคา (X6) และอุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 5 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ได้แก่ มูลค่าตามราคา (X6) อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) ความ

คาดหวังในความพยายาม (X2) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5) และความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่ามี 5 ด้านส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มูลค่าตามราคา (X6) (Beta = 0.241) อุปนิสัยส่วนบุคคล (X7) (Beta = 0.233) ความคาดหวังในความพยายาม (X2) (Beta = 0.149) แรงจูงใจด้านความบันเทิง (X5) (Beta = 0.130) และความคาดหวังในผลการดำเนินงาน (X1) (Beta = 0.119) ตามลำดับ

โดยพบว่า อิทธิพลทางสังคม (X3) และสภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวกในการใช้งาน (X4) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงการส่งผลของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่า ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 55.10 (Adj.  $R^2 = 0.551$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.748 ( $R = 0.748$ ) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 1.49301 (S.E.<sub>est</sub> = 1.49301) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y2 = 1.469 + 0.153 \cdot X1 + 0.151 \cdot X2 + 0.115 \cdot X5 + 0.234 \cdot X6 + 0.210 \cdot X7$$

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม (Y)

| Model                                                                                   | B     | S.E   | Beta  | t     | P-value |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|---------|
| ค่าคงที่                                                                                | 5.657 | 1.014 |       | 5.577 | 0.000   |
| ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8)                                                               | 0.526 | 0.104 | 0.265 | 5.042 | 0.000*  |
| ความพร้อมของระบบ (X9)                                                                   | 0.225 | 0.109 | 0.121 | 2.071 | 0.039*  |
| การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10)                                                             | 0.632 | 0.101 | 0.345 | 6.244 | 0.000*  |
| ความเป็นส่วนตัว (X11)                                                                   | 0.374 | 0.089 | 0.177 | 4.190 | 0.000*  |
| R = 0.822 $R^2 = 0.675$ Adj. $R^2 = 0.672$ S.E. <sub>est</sub> = 2.42472    F = 205.020 |       |       |       |       |         |
| P-value = 0.000*                                                                        |       |       |       |       |         |

จากตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน คือ ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) ความพร้อมของระบบ (X9) การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) และความเป็นส่วนตัว (X11) แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ได้แก่ การทำให้บรรลุเป้าหมาย

(X10) ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) ความเป็นส่วนตัว (X11) และความพร้อมของระบบ (X9) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า มี 4 ด้าน ส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) (Beta = 0.345) ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) (Beta = 0.265) ความเป็นส่วนตัว (X11) (Beta = 0.177) และความพร้อมของระบบ (X9) (Beta = 0.121) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงผลของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 67.20 (Adj.  $R^2$  = 0.672) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.822 ( $R$  = 0.822) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 2.42472 ( $S.E._{est}$  = 2.42472) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$Y = 5.657 + 0.526 \cdot X8 + 0.225 \cdot X9 + 0.632 \cdot X10 + 0.374 \cdot X11$$

**ตารางที่ 8** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ( $Y1$ )

| Model                                                                               | B     | S.E   | Beta  | t     | P-value |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|---------|
| ค่าคงที่                                                                            | 2.582 | 0.607 |       | 4.257 | 0.000   |
| ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8)                                                           | 0.289 | 0.062 | 0.270 | 4.626 | 0.000*  |
| ความพร้อมของระบบ (X9)                                                               | 0.163 | 0.065 | 0.163 | 2.505 | 0.013*  |
| การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10)                                                         | 0.275 | 0.061 | 0.279 | 4.545 | 0.000*  |
| ความเป็นส่วนตัว (X11)                                                               | 0.161 | 0.053 | 0.142 | 3.012 | 0.003*  |
| R = 0.774 $R^2$ = 0.598    Adj. $R^2$ = 0.594 $S.E._{est}$ = 1.45014    F = 147.185 |       |       |       |       |         |
| P-value = 0.000*                                                                    |       |       |       |       |         |

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ พบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน คือ ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) ความพร้อมของระบบ (X9) การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) และความเป็นส่วนตัว (X11) แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทุกตัวสามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 4 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ได้แก่ การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) ความพร้อมของระบบ (X9) และความเป็นส่วนตัว (X11) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของ

ผู้ให้บริการ พบว่ามี 4 ด้าน ส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) (Beta = 0.279) ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) (Beta = 0.270) ความพร้อมของระบบ (X9) (Beta = 0.163) และความเป็นส่วนตัว (X11) (Beta = 0.142) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงผลของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ให้บริการ พบว่า ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 59.4 (Adj.  $R^2 = 0.594$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.774 ( $R = 0.774$ ) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 1.45014 ( $S.E._{est} = 1.45014$ ) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y1 = 2.582 + 0.289 \cdot X8 + 0.163 \cdot X9 + 0.275 \cdot X10 + 0.161 \cdot X11$$

**ตารางที่ 9** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ให้บริการ (Y2)

| Model                                                                         | B     | S.E   | Beta  | t     | P-value |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|---------|
| ค่าคงที่                                                                      | 3.075 | 0.597 |       | 5.148 | 0.000   |
| ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8)                                                     | 0.238 | 0.061 | 0.227 | 3.864 | 0.000*  |
| ความพร้อมของระบบ (X9)                                                         | 0.062 | 0.064 | 0.064 | 0.973 | 0.331   |
| การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10)                                                   | 0.357 | 0.060 | 0.369 | 5.987 | 0.000*  |
| ความเป็นส่วนตัว (X11)                                                         | 0.213 | 0.053 | 0.192 | 4.055 | 0.003*  |
| R = 0.771 $R^2 = 0.594$ Adj. $R^2 = 0.590$ $S.E._{est} = 1.42770$ F = 144.465 |       |       |       |       |         |
| P-value = 0.000*                                                              |       |       |       |       |         |

จากตารางที่ 9 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ให้บริการ พบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ให้บริการ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ 3 ด้าน คือ ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) และความเป็นส่วนตัว (X11) แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 3 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ให้บริการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 3 ด้าน เรียงตามระดับอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ได้แก่ การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) และความเป็นส่วนตัว (X11) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่า Beta ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ให้บริการ พบว่ามี 3 ด้าน ส่งผลในทิศทางบวก เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การทำให้บรรลุเป้าหมาย (X10) (Beta = 0.369) ประสิทธิภาพการใช้งาน (X8) (Beta = 0.227) และความเป็นส่วนตัว (X11) (Beta = 0.192) ตามลำดับ

โดยพบว่า ความพร้อมของระบบ (X9) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการ

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงผลของคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการพบว่า ตัวพยากรณ์ทั้งหมดมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 59.0 ( $\text{Adj. } R^2 = 0.590$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.771 ( $R = 0.771$ ) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 1.42770 ( $\text{S.E.}_{\text{est}} = 1.42770$ ) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y2 = 3.075 + 0.238 \cdot X8 + 0.375 \cdot X10 + 0.213 \cdot X11$$

#### ตารางที่ 10 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 1 การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

| การยอมรับเทคโนโลยี                   | ความจงรักภักดี |              |             |
|--------------------------------------|----------------|--------------|-------------|
|                                      | โดยรวม         | ด้านพฤติกรรม | ด้านทัศนคติ |
| 1. ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน       | ✗              | ✗            | ✓           |
| 2. ความคาดหวังในความพยายาม           | ✓              | ✓            | ✓           |
| 3. อิทธิพลทางสังคม                   | ✗              | ✗            | ✗           |
| 4. สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน | ✓              | ✓            | ✗           |
| 5. แรงจูงใจด้านความบันเทิง           | ✓              | ✗            | ✓           |
| 6. มูลค่าตามราคา                     | ✓              | ✓            | ✓           |
| 7. อุปนิสัยส่วนบุคคล                 | ✓              | ✓            | ✓           |

#### ตารางที่ 11 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์

| คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ | ความจงรักภักดี |              |             |
|-------------------------------|----------------|--------------|-------------|
|                               | โดยรวม         | ด้านพฤติกรรม | ด้านทัศนคติ |
| 1. ประสิทธิภาพการใช้งาน       | ✓              | ✓            | ✓           |
| 2. ความพร้อมของระบบ           | ✓              | ✓            | ✗           |
| 3. การทำให้บรรลุเป้าหมาย      | ✓              | ✓            | ✓           |
| 4. ความเป็นส่วนตัว            | ✓              | ✓            | ✓           |

## สรุปและอภิปรายผล

1. ผลจากการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า ด้านความคาดหวังในความพยายาม ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง มูลค่าตามราคา และอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันบุคคลโดยส่วนใหญ่นิยมใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเพราะว่าธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เป็นบริการที่ใช้งานง่าย สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้ด้วยตนเอง มีค่าธรรมเนียมในการใช้บริการที่เหมาะสม ประกอบกับการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์สามารถรองรับกับเทคโนโลยีที่ผู้ให้บริการใช้งานอยู่ ดังนั้นจึงทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความสะดวกและมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชนก พลาบุลย์ (2558 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย พบว่า สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ของรัฐบาลไทย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jansorn (2015 : 452 - 461) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังในผลการดำเนินงาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม ความเข้ากันได้ของเทคโนโลยี และความกังวล ส่งผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Caro, Carrion and Navarro (2013 : 404) ที่ศึกษาการยอมรับการใช้เทคโนโลยีเพื่อทดสอบความจงรักภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ โดยใช้ทฤษฎีรวมการยอมรับการใช้เทคโนโลยี (UTAUT) พบว่า ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ส่งผลต่อความจงรักภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านธุรกรรมทางการเงินออนไลน์ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Faruq (2016 : 14 - 23) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไนจีเรีย พบว่า ความคาดหวังในผลการดำเนินงาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยอมรับการใช้งานระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไนจีเรีย

2. ผลจากการวิเคราะห์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ด้านความพร้อมของระบบ ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย และด้านความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องจากระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์มีกลไกการรับข้อมูลต่างๆ จากผู้ใช้งาน โดยรับและแสดงผลข้อมูลได้อย่างถูกต้อง สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง มีการจัดวางรูปแบบของระบบที่ง่ายต่อการค้นหา

มีความพร้อมใช้งานอยู่เสมอโดยผู้ใช้งานสามารถเข้าใช้งานได้ตลอดเวลา และให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งยังมีการป้องกันข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลทางการเงินของผู้ใช้บริการ ดังนั้นจึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wu (2011 : 21 - 44) ที่ศึกษาผลกระทบของคุณภาพเว็บไซต์ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกโดยใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพ E-S-QUAL และ E-RecS-QUAL พบว่า การรับรู้และความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่งผลถึงความภักดีต่อธุรกิจของลูกค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Li and Wonglorsaichon (2016 : 139-157) ที่ศึกษาผลกระทบของการรับรู้คุณค่า การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีในการใช้บริการธุรกิจบริการข้อความสำเร็จรูป พบว่า การรับรู้คุณค่า การยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีผลอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีในการใช้บริการธุรกิจบริการข้อความสำเร็จรูป รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang and Tsai (2007 : 115 - 126) ที่ศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อเว็บไซต์ พบว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL) ส่งผลในเชิงบวกและมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อเว็บไซต์

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติ บันดาลสิน (2558 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาการรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน พบว่า ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้ามีความจงรักภักดีในการใช้บริการในด้านทัศนคติมากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทมน ไชยโคตร (2557 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค พบว่า ภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการให้บริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าต่อธนาคารออมสินในเขตบางแคในภาพรวมอยู่ในระดับมาก รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพงศ์ พุฒินิชย์ (2556 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาอิทธิพลของการกำกับดูแลกิจการที่ดีและการรับรู้คุณภาพการบริการลูกค้าที่มีผลต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน พบว่า การกำกับดูแลกิจการที่ดี การรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้า ความไว้วางใจในการใช้บริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าภาพรวมอยู่ในระดับดี

## ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านความคาดหวังในผลการดำเนินงาน มากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาเพื่อชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ในการใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกว่าการใช้บริการธนาคาร

อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน เกิดความสะดวกรวดเร็วในการบริหารจัดการเงิน สามารถควบคุมการเงินได้ดี และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว

2. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี รองลงมาเป็นลำดับที่สอง คือ ด้านความคาดหวังในความพยายาม ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในเรื่องการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกว่าการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์นั้นใช้งานง่าย ไม่ยุ่งยากและไม่ซับซ้อน สามารถเรียนรู้วิธีการใช้งานได้อย่างรวดเร็วและผู้ใช้บริการสามารถสื่อสารเข้าใจได้ง่าย ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น

3. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี รองลงมาเป็นลำดับที่สาม คือ ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการเรียนรู้วิธีการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง ทำให้รู้สึกชอบการให้บริการ จนทำให้เกิดการใช้บริการอยู่เป็นประจำ

4. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี รองลงมาเป็นลำดับที่สี่ คือ ด้านมูลค่าตามราคา ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น ส่วนลดอัตราค่าธรรมเนียม ยกเว้นค่าธรรมเนียมในการกดเงิน เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่ามีมูลค่ากับเงินที่เสียไป และค่าธรรมเนียมมีความสมเหตุสมผล

5. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี รองลงมาเป็นลำดับที่ห้า คือ ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอุปกรณ์สื่อสารสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่สามารถรองรับกับเทคโนโลยีที่ผู้ใช้บริการมีอยู่ และผู้ใช้บริการมีความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อรองรับกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย มากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรพัฒนาการให้บริการให้สามารถแสดงผลข้อมูลได้อย่างถูกต้องตามคำสั่ง สามารถตอบสนองคำสั่งการทำงานได้อย่างรวดเร็ว แสดงผลข้อมูลในระยะเวลาที่เหมาะสม และสามารถทำการรายการได้ทันทีหลังจากมีคำสั่งจากผู้ให้บริการ ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจที่จะใช้บริการต่อไป

7. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาเป็นลำดับที่สอง คือ ด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ต้องให้ความสำคัญและปรับปรุงคุณภาพบริการระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้ใช้งานง่ายและมีความ

รวดเร็วในการทำธุรกรรมทางการเงิน ต้องมีการจัดวางรูปแบบของระบบที่ง่ายต่อการค้นหา มีความรวดเร็วในการเข้าใช้งานและแสดงผลข้อมูล และมีการจัดวางรูปแบบโครงสร้างของสารสนเทศไว้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

8. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาเป็นลำดับที่สาม คือ ด้านความพร้อมของระบบ ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ต้องมีการพัฒนาคุณภาพระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถบริการได้อย่างต่อเนื่องตามความต้องการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรับ-ส่งคำสั่งการทำงานได้ถูกต้องและสามารถเข้าใช้บริการได้ตลอดเวลา

9. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ มากที่สุด ซึ่งผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า หากพบปัญหาจากการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์จะแจ้งเรื่องร้องเรียนทันที จะแนะนำให้บุคคลอื่นใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ จะพูดในสิ่งที่ดีเกี่ยวกับบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้บุคคลอื่นทราบ และจะใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์อยู่เป็นประจำ เสมอ ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรเปิดช่องทางการร้องเรียนให้หลายหลายช่องทางเพื่อให้เกิดความสะดวกกับผู้ใช้บริการ

10. จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมา คือด้านทัศนคติของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ยินดีที่จะใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปในอนาคต รู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ มีแนวโน้มที่จะใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น และมีความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต้องปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการให้มากที่สุด อันจะส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการตามมาในภายหลัง

11. จากการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านอุปนิสัยส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม และด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในทิศทางบวกมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรมีการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์โดยนำบุคคลที่มีชื่อเสียงมาประชาสัมพันธ์ เพื่อชี้ให้เห็นถึงข้อดีในการใช้บริการ จนทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกชอบและหันมาใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น

12. จากการวิเคราะห์การยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านมูลค่าตามราคา มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ด้านทัศนคติของผู้ให้บริการในทิศทางบวกมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อชี้ให้เห็นถึงความคุ้มค่ากับความสะดวก คุ้มค่ากับเวลา เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และหันมาใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มขึ้น

13. จากการวิเคราะห์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ โดยรวม ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการในทิศทางบวกมากที่สุด ดังนั้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีในการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ผู้บริหารธนาคารพาณิชย์ต่างๆ สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของระบบธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ให้สามารถตอบสนองคำสั่งการทำงานได้อย่างรวดเร็ว แสดงผลข้อมูลได้อย่างถูกต้องตามคำสั่งและภายในระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้เพิ่มขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กীরติ บันดาลสิน. (2558). การรับรู้คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาสำนักราชดำเนิน. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชวิตา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Promptpay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). ธุรกิจการชำระเงินผ่านบริการ Mobile banking และ Internet banking. กรุงเทพฯ : ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- นันทมน ไชยโคตร. (2557). ภาพลักษณ์องค์กรและคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสินในเขตบางแค. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิยพงศ์ พู่ณิษฐ์. (2556). อิทธิพลของการดูแลกำกับกิจการที่ดีและการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีผลต่อความไว้วางใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารออมสิน. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรชนก พลาบุญย์. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของรัฐบาลไทย. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อุษา แสงแจ่ม. (2557). การใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตปทุมวัน. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกริก.
- Aaker, D. A. (1991). Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name. New York : Free Press.

- Caro, E. M., Carrion, G., C. and Navarro, J. G. C. (2013). Applying a Technology Acceptance Model to Test Business e-Loyalty Towards Online Banking Transactions. **Journal of Business and Information**. 8, 404 .
- Faruq, M. A. (2016). The Moderating Effect of Technology Awareness on the Relationship between UTAUT Constructs and Behavioral Intention to Use Technology. **Australian Journal of Business and Management Research**. 3, 14- 23.
- Gronroos, C. (1990). “Relationship Approach to Marketing in Service Contexts : The Marketing and Organizational Behavior Interface.” **Journal of Business Research**. 2(1), 53.
- Jansorn, T. (2015). Study of Acceptance Factors for Electronic Payment Services. **ISS & MLB Journal**. 452 - 461.
- Jukka, O. (2010). “E-Service Quality: A Conceptual Model.” **International Journal of Arts and Sciences**. 3(7), 127 - 143.
- Li, Z. and Wonglorsaichon, P. (2016). The Effect of Perceived Value, Technology Acceptance, and E-service Quality on Customer Satisfaction and Service Loyalty for Instant Message Providers Business. School of Business. **UTCC International Journal Business and Economics University of the Thai Chamber of Commerce**. 19(2), 139 - 157.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Malhotra, A. (2005). E-S-Qual : A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. **Journal of Service Research**. 7, 1 - 21.
- Rogers, E. M. (2003). **Diffusion of Innovation (5<sup>th</sup> ed.)**. New York : Free Press.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L. and Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology : Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. **MIS Quarterly**. 36(1), 157 - 178.
- Wu, K. W. (2011). Customer Loyalty Explained by Electronic Recovery Service Quality : Implications of the Customer Relationship Re-establishment for Consumer Electronics E-Tailers. **Contemporary Management Research**. 7(1), 21 - 44.
- Yang, H. E. and Tsai, F. S. (2007). General E-S-QUAL Scales Applied to Websites Satisfaction and Loyalty Model. **Communications of the IIMA**. 7(2), 115 - 126.

