

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	4
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	10
การรวบรวมข้อมูล	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาในการศึกษา	11
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	20
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ	28
ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	33
ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการ ศึกษา	41
ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม รายได้	49
ส่วนที่ 8 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	57
ส่วนที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม ระยะเวลา	67
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการศึกษา	76
อภิปรายผล	92
ข้อค้นพบ	93
ข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	98
ประวัติผู้เขียน	104

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	15
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	16
7 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลา ที่ใช้บริการ ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารที่มีผู้ใช้บริการ เลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	17
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทำรายการบริการ ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบริการที่ใช้ใน ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	19
11 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการตัดสินใจ เลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	20
12 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจเลือก ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	21
13 แสดงจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางให้บริการในการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	22
14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดใน การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	23
15 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญ ต่อปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้บริการ ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่

	หน้า	
16	แสดงปัญหา อุปสรรค ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	25
17	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาอุปสรรคที่พบในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	26
18	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	28
19	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	30
20	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	31
21	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามเพศ	32
22	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้	33
23	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้	35
24	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้	37
25	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามรายได้	39
26	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	41
27	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	43
28	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	45

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	47
30	แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ รายได้ และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	49
31	แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ รายได้ และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	51
32	แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ รายได้ และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	53
33	แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ รายได้ และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	55
34	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	57
35	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	60
36	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	62
37	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ	64
38	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	67
39	แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	69

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
40 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	70
41 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	72
42 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	77
43 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษารายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ	80
44 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุการศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ	83
45 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ	87
46 แสดงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญและปัญหาพบ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด	94
47 แสดงรายละเอียดปัจจัยย่อยลำดับแรกและลำดับสุดท้าย และปัญหาลำดับแรกของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	94