

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.1 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 40.0 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เป็นพนักงานธนาคารและพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต 1-2 ปี ธนาคารที่เลือกใช้บริการคือธนาคารกรุงเทพ ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน บริการสอบถามยอดเงินคงเหลือ เป็นบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการมากกว่าด้านอื่น

##### ส่วนที่ 2 สรุปความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยรวมในระดับมากทุกปัจจัยเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านราคา (4.36) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (4.11) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (3.98) และปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ (3.87) โดยมีรายละเอียดดังนี้

All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
เพศชาย	มีความง่ายในการใช้งาน	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
เพศหญิง	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
อายุไม่เกิน 20 ปี	ความน่าสนใจความทันสมัยและความสวยงามของเว็บไซต์	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์
อายุ 21-30 ปี	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
อายุ 31-40 ปี	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
อายุ 41-50 ปี	มีความง่ายในการใช้งาน	ความปลอดภัยในการทำรายการ	บริการอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการ
อายุ 51-60 ปี	บริการอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
ต่ำกว่าปริญญาตรี	มีความง่ายในการใช้งาน	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ความน่าสนใจความทันสมัยและความสวยงามของเว็บไซต์
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
สูงกว่าปริญญาตรี	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	บริการอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการ	ความปลอดภัยในการทำรายการ
รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ความน่าสนใจ/ความทันสมัยและความสวยงามของเว็บไซต์	มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์
10,001-20,000 บาท	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
20,001-30,000 บาท	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
30,001-40,000 บาท	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	ความปลอดภัยในการทำรายการ
40,001 บาทขึ้นไป	บริการที่มีตรงกับความต้องการของท่าน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	ความปลอดภัยในการทำรายการ
นักเรียน/นักศึกษา	ความน่าสนใจ/ความทันสมัยและความสวยงามของเว็บไซต์	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
รับราชการ	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	มีความง่ายในการใช้งาน
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	ความปลอดภัยในการทำรายการ	บริการอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการ
พนักงานธนาคาร	มีความง่ายในการใช้งาน	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
พนักงานบริษัทเอกชน	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	มีความง่ายในการใช้งาน
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	บริการอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการ ปลอดภัยในการทำรายการ	มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
เกษียณอายุ	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	บริการอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการ	ความปลอดภัยในการทำรายการ มีความง่ายในการใช้งาน
ระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี	ความปลอดภัยในการทำรายการ มีความง่ายในการใช้งาน	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	ชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร
ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	มีความง่ายในการใช้งาน
ระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไป	มีความง่ายในการใช้งาน	ความปลอดภัยในการทำรายการ	ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง มีความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง มีความง่ายในการใช้งาน ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ความน่าสนใจ/ความทันสมัยและความสวยงามของเว็บไซต์ และมีการออกบริการใหม่ตลอดเวลา

เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในเรื่อง มีความง่ายในการใช้งาน ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญในเรื่อง ความ

ปลอดภัยในการทำรายการ และระดับสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 20,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่อง ความปลอดภัยในการทำรายการ ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่อง มีความง่ายในการใช้งาน และรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในเรื่อง บริการอินเทอร์เน็ตที่มีตรงกับความต้องการ

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในเรื่องความน่าสนใจ/ความทันสมัยและความสวยงามของเว็บไซต์ เป็นลำดับแรก ผู้มีอาชีพรับราชการและพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญในเรื่อง ความปลอดภัยในการทำรายการเป็นลำดับแรก สำหรับผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและผู้เกษียณอายุให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และผู้ที่มีอาชีพพนักงานธนาคารให้ความสำคัญในเรื่อง มีความง่ายในการใช้งาน

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี และผู้ที่ใช้บริการ 1-2 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยในการทำรายการ และผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในเรื่อง มีความง่ายในการใช้งาน

ตารางที่ 43 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านราคา			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
เพศชาย	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
เพศหญิง	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
อายุไม่เกิน 20 ปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
อายุ 21-30 ปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
อายุ 31-40 ปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
อายุ 41-50 ปี	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง
อายุ 51-60 ปี	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง
ต่ำกว่าปริญญาตรี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
สูงกว่าปริญญาตรี	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง
รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
10,001-20,000 บาท	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
20,001-30,000 บาท	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
30,001-40,000 บาท	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านราคา			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
นักเรียน/นักศึกษา	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
รับราชการ	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
พนักงานธนาคาร	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
พนักงานบริษัท	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี
เกษียณอายุ	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า อัตราค่าธรรมเนียมรายปี อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง		
ระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี	อัตราค่าธรรมเนียมรายปี	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ
ระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไป	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง	อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก



เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า อัตราค่าธรรมเนียมรายปี และอัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอัตราค่าธรรมเนียมรายปี

เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอัตราค่าธรรมเนียมรายปี

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอัตราค่าธรรมเนียมรายปี

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ที่มีอาชีพพนักงานธนาคารให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและอัตราค่าธรรมเนียมรายปี เป็นลำดับแรก ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง และผู้เกษียณอายุให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า อัตราค่าธรรมเนียมรายปี อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินแต่ละรายการ และอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง เท่ากันทุกปัจจัยย่อย

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี และผู้ที่ใช้บริการ 1-2 ปี ให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า และค่าธรรมเนียมรายปี ผู้ใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในเรื่อง อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า และอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง

ตารางที่ 44 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
เพศชาย	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
เพศหญิง	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
อายุไม่เกิน 20 ปี	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	มีความสะดวกในการใช้บริการ	สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้
อายุ 21-30 ปี	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
อายุ 31-40 ปี	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
อายุ 41-50 ปี	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
อายุ 51-60 ปี	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	มีความสะดวกในการใช้บริการ	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
ต่ำกว่าปริญญาตรี	มีความสะดวกในการใช้บริการ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
สูงกว่าปริญญาตรี	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ	สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้



ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
10,001-20,000 บาท	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
20,001-30,000 บาท	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
30,001-40,000 บาท	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
40,001 บาทขึ้นไป	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
นักเรียน/นักศึกษา	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
รับราชการ	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
พนักงานธนาคาร	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	มีความสะดวกในการใช้บริการ	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
พนักงานบริษัทเอกชน	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	มีความสะดวกในการใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
เกษียณอายุ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	มีความสะดวกในการใช้บริการ	สามารถใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ

ตารางที่ 44 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
ระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง
ระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไป	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านช่องทางให้บริการในเรื่อง มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว และสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 51-60 ปีให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านช่องทางให้บริการในเรื่อง ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว และมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอายุ 21-30, 31-40 และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญในเรื่อง มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ และขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในเรื่อง ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว และสามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในเรื่อง มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ และขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่อง ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว และมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ผู้มีรายได้ 10,000-20,000 บาท และ

ผู้มีรายได้อาจได้ 20,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่อง มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ และขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พนักงานธนาคาร และผู้เกษียณอายุให้ความสำคัญในเรื่อง ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว และมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญในเรื่อง มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ และขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี และผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญในเรื่อง มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ และขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ 1-2 ปี ให้ความสำคัญในเรื่อง ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว และมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ

ตารางที่ 45 แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
เพศชาย	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ
เพศหญิง	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ
อายุไม่เกิน 20 ปี	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่
อายุ 21-30 ปี	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน
อายุ 31-40 ปี	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ
อายุ 41-50 ปี	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ
อายุ 51-60 ปี	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน
ต่ำกว่าปริญญาตรี	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์โฆษณา ทิวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ
สูงกว่าปริญญาตรี	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ
ไม่เกิน 10,000 บาท	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ
10,001-20,000 บาท	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ
20,001-30,000 บาท	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ
30,001-40,000 บาท	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ
40,001 บาทขึ้นไป	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
นักเรียน/นักศึกษา	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์ โฆษณา ทวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่
รับราชการ	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์ โฆษณา ทวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์ โฆษณา ทวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่
พนักงานธนาคาร	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์ โฆษณา ทวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ
พนักงานบริษัทเอกชน	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์ โฆษณา ทวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์ โฆษณา ทวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่
เกษียณอายุ	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์ โฆษณา ทวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ



ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด 3 ลำดับแรก จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ และระยะเวลาที่ใช้บริการ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ให้ความสำคัญลำดับที่ 1	ให้ความสำคัญลำดับที่ 2	ให้ความสำคัญลำดับที่ 3
ระยะเวลาที่ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ และการแจกของที่ระลึก	การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน
ระยะเวลาที่ใช้บริการ 1-2 ปี	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน
ระยะเวลาที่ใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไป	เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ	การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ เป็นลำดับแรก

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 51-60 ปีให้ความสำคัญต่อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอายุ 21-30 และ 31-40 ปี ให้ความสำคัญในเรื่อง การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ และผู้มีอายุ 41-50 ให้ความสำคัญในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน

เมื่อจำแนกตามการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีหรือเทียบเท่าให้ความสำคัญในเรื่อง การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์โฆษณา ทีวี วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน และการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,000-20,000 และรายได้ 20,000-30,000 บาท ให้ความสำคัญในเรื่อง การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ เป็นลำดับแรก ผู้มีรายได้ 30,001-40,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญในเรื่องการแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ ผู้มีอาชีพรับราชการและเกษียณอายุให้ความสำคัญในเรื่อง การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์โฆษณา ทิว วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ พนักงานธนาคาร และพนักงานบริษัทเอกชนให้ความสำคัญในเรื่อง การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ พนักงานรัฐวิสาหกิจและผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญในเรื่อง เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี และผู้ที่ใช้บริการ 1-2 ปีให้ความสำคัญในเรื่อง การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์โฆษณา ทิว วิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ และผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 2 ปีให้ความสำคัญในเรื่องมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน และการสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ

### ส่วนที่ 3 ปัญหา ในการเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่พบมากตามลำดับคือ ความปลอดภัยในการทำรายการ จำนวน 210 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.0 ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ จำนวน 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.6 ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ จำนวน 161 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.1 ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าสูงกว่าบริการอื่น จำนวน 153 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.3 เข้าไปใช้งานได้ยาก จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.7 บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการของท่าน จำนวน 111 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการสมัครใช้บริการ จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.2 เว็บไซต์ไม่น่าสนใจ ไม่สวยงามและไม่ทันสมัย จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6 ขั้นตอนการสมัครสมาชิกเป็นไปด้วยความล่าช้า จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.6 ไม่เคยได้รับการโฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ไม่มีการแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.7 ไม่มีการสะสม

คะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.1 ชื่อเสียงและภาพพจน์ธนาคารไม่น่าเชื่อถือ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ไม่สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.8 ไม่สามารถทำรายการ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.9 ไม่สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.9 และปัญหาอื่นๆ ที่พบได้แก่ การเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนตัวทำได้ยาก จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6

### อภิปรายผล

จากการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด อภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคา (Price) มากเป็นลำดับแรก รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ (Place)

#### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในการทำรายการ มีค่าเฉลี่ยและลำดับความสำคัญมากเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขนิษฐา ชุนโป (2545) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัย ได้แก่ ความปลอดภัยในการทำรายการ และความปลอดภัยในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว ซึ่งแตกต่างกับผลการศึกษาของ ชัชพงศ ตั้งมณี (2546) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนน้อยที่คำนึงถึงความปลอดภัยของข้อมูล

#### ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ในรายละเอียดพบว่า อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า อัตราค่าธรรมเนียมรายปี มีค่าเฉลี่ยและลำดับความสำคัญมากตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิระกานต์ คำเรืองบุญ (2546) พบว่า ผู้สมัครใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตมีความพึงพอใจมากในเรื่องค่าธรรมเนียมแรกเข้า และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขนิษฐา ชุนโป (2545) พบว่าปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมาก เกี่ยวกับอัตราค่าธรรมเนียมสูงกว่าที่สาขาธนาคาร

### ปัจจัยย่อยด้านช่องทางให้บริการ

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมให้ความสำคัญต่อย่อยปัจจัยด้านช่องทางให้บริการในระดับมาก ในรายละเอียดพบว่า มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ขั้นตอนการสมัครสมาชิกเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญมากตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขนิษฐา ชุน โป (2545) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในเรื่องการสมัครใช้บริการมีความง่ายและสะดวกในการสมัคร ขั้นตอนในการสมัครและการอนุมัติตลอดจนการแก้ไขข้อมูลส่วนตัวควรให้มีความรวดเร็ว

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ในรายละเอียดพบว่า การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ มีค่าเฉลี่ยและลำดับความสำคัญมากเป็นลำดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ขนิษฐา ชุน โป (2545) พบว่า การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ ซึ่งผู้ให้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ได้แก่ การเปิดบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตให้กับลูกค้าทดลองใช้ฟรี 1 ปีแรก เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในบริการก็จะเกิดความจงรักภักดีในเทคโนโลยี ดังกล่าว

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

แม้ว่าผู้ศึกษาได้ใช้วิธีโควต้าเท่ากันทุกธนาคาร ธนาคารที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ และธนาคารที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตน้อย ได้แก่ ธนาคารทหารไทย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยในการทำรายการส่วนเพศชายให้ความสำคัญในเรื่องมีความง่ายในการ ผู้ใช้บริการอายุไม่เกิน 20 ปีจะให้ความสำคัญในเรื่องอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปี สำหรับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้ามากที่สุด ส่วนผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในเรื่องของอัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ ในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้า และการขอบัญชีย้อนหลัง ฯลฯ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ

ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตนี้ระยะเวลา 1-2 ปี ธนาคารที่ใช้บริการมากที่สุดคือ ธนาคารกรุงเทพ บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตที่ผู้ใช้บริการเข้าไปใช้น้อยกว่าบริการอื่น คือ บริการขอข้อมูลบัตรเครดิต บริการขออายุัดเช็ค และบริการขอข้อมูลด้านสินเชื่อ ตามลำดับ

เมื่อนำปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต และปัญหาการทำกรเรียงลำดับความสำคัญพบว่า

ตารางที่ 46 แสดงลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญและปัญหาพบ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ลำดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ลำดับปัญหาที่พบ
ด้านราคา (4.36)	ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ
ด้านผลิตภัณฑ์ (4.11)	ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่
ด้านการส่งเสริมการตลาด (3.99)	ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น
ด้านช่องทางให้บริการ (3.85)	ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ

ตารางที่ 47 แสดงรายละเอียดปัจจัยย่อยลำดับแรกและลำดับสุดท้าย และปัญหาลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยความสำคัญลำดับแรก	ค่าเฉลี่ยความสำคัญลำดับสุดท้าย	ปัญหาลำดับแรก
ด้านผลิตภัณฑ์	ความปลอดภัยในการทำรายการ	มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์	ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ
ด้านราคา	อัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้า	อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆในการใช้บริการ เช่น ชำระค่าสินค้าและการขอบัญชีย้อนหลัง ฯลฯ	ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น
ด้านช่องทางให้บริการ	มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้	ไม่ได้รับความสะดวกในการสมัครใช้บริการ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ	ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่



### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาดังกล่าว มีข้อเสนอแนะตามผลที่ได้จากการศึกษาดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในการทำรายการเป็นลำดับแรก และปัญหาที่พบเป็นอันดับแรกคือ ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ ดังนั้นการที่ธนาคารจะทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจและคลายความวิตกในเรื่องของความปลอดภัยในการทำรายการ ธนาคารควรมีการให้ความรู้กับลูกค้า โดยมีการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้กับประชาชน โดยมีการจัดทำคู่มือวิธีการใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตเบื้องต้นให้กับลูกค้า ควรจัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามความต้องการและความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการ และจะได้นำไปพัฒนาเมื่อมีการออกบริการใหม่ๆ ในเว็บไซต์

#### ด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับแรก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยในเรื่องของอัตราค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี และปัญหาที่พบเป็นอันดับแรกคือค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น ดังนั้นธนาคารควรมีการลดค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปีในช่วงของการส่งเสริมการขายเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการมากขึ้น และควรประชาสัมพันธ์ในเรื่องของค่าธรรมเนียมให้ผู้ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตทราบ

#### ด้านช่องทางให้บริการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ และปัญหาที่พบเป็นอันดับแรกคือไม่ได้รับความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ดังนั้นธนาคารจึงควรปรับปรุงขั้นตอนในการปฏิบัติงานของธนาคารให้มีการสมัครสมาชิกมีความสะดวกและเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ขั้นตอนในการอนุมัติควรทำให้เร็วขึ้นจาก 1-2 สัปดาห์ ควรลดเวลาให้เร็วขึ้นกว่านี้ และธนาคารควรจัดให้มีพนักงานที่มีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีในเรื่องของบริการธนาคาร



ผ่านอินเทอร์เน็ต มาคอยให้คำแนะนำเวลาที่ลูกค้ามาสมัครใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตที่สาขา

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ และปัญหาที่พบเป็นอันดับแรกคือ ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ เพื่อเป็นการโฆษณาบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ให้ลูกค้าได้รู้จักผลิตภัณฑ์ และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ให้กับธนาคารให้ลูกค้าเกิดความรับรู้ในบริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ธนาคารจึงควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในระยะแรกอาจให้มีการทดลองใช้ฟรี 3 เดือนหรือ 6 เดือน สำหรับลูกค้าที่เข้ามาสมัครใช้บริการการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ หรือสร้างความเข้าใจ (awareness) เกี่ยวกับธนาคารทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เนื่องจากคนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จักว่าธนาคารทางอินเทอร์เน็ตคืออะไร มีประโยชน์อย่างไร และมีข้อดีข้อเสียอย่างไรเมื่อเทียบกับการให้บริการที่สาขาของธนาคาร โดยมีการแข่งขานและให้ข่าวเกี่ยวกับบริการประเภทใหม่ๆ ในธนาคารทางอินเทอร์เน็ตจากทางสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือแผ่นพับ โบชัวร์ของธนาคาร และควรมีการส่งเสริมการขายโดยการแจกของที่ระลึกเวลาที่ลูกค้ามาสมัครใช้บริการ หรือมีการสะสมคะแนนสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและทำรายการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตบ่อยๆ หรือมีการจับฉลากผู้โชคดีเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้เกิดสนใจที่จะใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต เพิ่มขึ้น

### ข้อจำกัดของการศึกษา

ในขั้นตอนการจัดทำแบบสอบถาม ผู้ศึกษาไม่ได้แยกปัญหาออกเป็นปัญหาแต่ละด้านตามส่วนประสมการตลาด จึงทำให้ทราบผลเกี่ยวกับปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตในภาพรวมเท่านั้น ดังนั้น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะให้ผู้ที่จะศึกษาในครั้งต่อไป จำแนกปัญหาออกเป็นแต่ละด้านให้ชัดเจน นอกจากนี้การสอบถามปัญหา ควรใช้มาตราวัดระดับ (Rating Scale) เพื่อจะได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบกับความสำคัญของปัจจัยในแต่ละด้านได้ชัดเจนขึ้น