

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	๓
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวคิดในการศึกษา</b>	<b>4</b>
ทฤษฎีและแนวคิด	4
ทฤษฎีหรือแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	4
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	4
การตลาดของธุรกิจบริการ	4
ทบทวนวรรณกรรม	6
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา</b>	<b>8</b>
ขอบเขตการศึกษา	8
ขอบเขตประชากร	8
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือก	8
วิธีการศึกษา	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูล	9
สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	11
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>12</b>
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	12
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	11

	หน้า
ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจในการ ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	11
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ</b>	<b>63</b>
สรุปผลการศึกษา	63
การอภิปรายผล	75
ข้อค้นพบ	77
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	82
ภาคผนวก	83
ประวัติผู้เขียน	92

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
3	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพการสมรส	14
4	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การศึกษาสูงสุด	14
5	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	15
6	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	16
7	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะเวลาการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	17
8	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการ ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของแต่ละธนาคาร	18
9	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก ตามการใช้บริการของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อเดือน	19
10	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การใช้บริการในระบบของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	20
11	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่การ ใช้บริการอินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์	21
12	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้ บริการอินเทอร์เน็ตของค่ายบริษัท	21
13	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สาเหตุการใช้บริการอินเทอร์เน็ต	22
14	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ความพึงพอใจจากการใช้บริการโดยรวม	22

ตารางที่	หน้า
15	23
แสดง จำนวน และร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวัง จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	
16	24
แสดง จำนวน และร้อยละ ของการประเมินระดับความพึงพอใจ จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	
17	25
แสดง จำนวน และร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	
18	26
แสดง จำนวน และร้อยละ ของการประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	
19	27
แสดง จำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	
20	28
แสดง จำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวังความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	
21	29
แสดง จำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	
22	30
แสดง จำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด	
23	31
แสดง จำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านบุคลากร	
24	32
แสดง จำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านบุคลากร	
25	33
แสดงจำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	
26	34
แสดงจำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ	

ตารางที่	หน้า
27	35
แสดงจำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย ด้านกระบวนการต่างๆ	
28	36
แสดงจำนวนร้อยละ ของการประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัย	
30	39
แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจ ของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ	
31	42
แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจ ของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ	
32	45
แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการ ใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ	
33	48
แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการ ใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ	
34	51
แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการ ใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ	
35	54
แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการ ใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ	
36	56
แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการ ใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ	
37	58
แสดงจำนวน ร้อยละ ต่อปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ของธนาคารพาณิชย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามธนาคาร	
38	80
แสดงความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคาร ที่ใช้บริการ	

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
5.1	กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์	66
5.2	กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจด้านราคา	68
5.3	กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ	69
5.4	กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการส่งเสริมตลาด	71
5.5	กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจด้านบุคลากร	72
5.6	กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	73
5.7	กราฟแสดงความคาดหวังและความพึงพอใจด้านกระบวนการต่าง ๆ	74