

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ของผู้ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้ลูกค้าทั่วไป พนักงานธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 240 ราย โดยข้อมูลที่ได้นำมาแปลผล โดยโปรแกรม SPSS for Windows ผลการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารที่ใช้บริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	129	53.75
หญิง	111	46.25
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.75 และเพศหญิง ร้อยละ 46.25

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ(ปี)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	16	6.67
20-30 ปี	72	30.00
31-40 ปี	95	39.58
41-50 ปี	36	15.00
51-60 ปี	14	5.83
ตั้งแต่ 61 ปี ขึ้นไป	7	2.92
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 39.58 รองลงมา เป็นผู้ที่มียุ ระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 30.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 15.00 อายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 6.67 อายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 5.83 อายุ 61 ปีขึ้นไปร้อยละ 2.92

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	105	43.75
สมรส	134	55.83
อื่นๆ	1	0.42
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ สมรสแล้ว ร้อยละ 55.83 สถานภาพโสด ร้อยละ 43.75 อื่นๆ ร้อยละ 0.42

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษาสูงสุด

การศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	20.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	137	57.08
สูงกว่าปริญญาตรี	53	22.08
อื่นๆ	2	0.84
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 57.08 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.08 ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 20.00 อื่น ๆ ร้อยละ 0.84

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	30	12.50
10,001- 20,000 บาท	113	47.08
20,001- 30,000 บาท	65	27.08
30,001 – 40,000 บาท	25	10.42
40,001 บาทขึ้นไป	7	2.92
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 47.08 รายได้ 20,001-30,000 ร้อยละ 27.08 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 12.50 รายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 10.42 รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 2.92

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	17	7.08
รับราชการ	38	15.83
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	19	7.92
พนักงานธนาคาร	73	30.42
พนักงานบริษัทเอกชน	65	27.08
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	27	11.25
เกษียณอายุ	1	0.42
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นพนักงานธนาคาร ร้อยละ 30.42 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 27.08 รับราชการ ร้อยละ 15.83 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ ร้อยละ 11.25 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 7.92 นักเรียน/นิสิตนักศึกษา ร้อยละ 7.08 เกษียณอายุ ร้อยละ 0.42

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการใช้บริการ
ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	69	28.75
1-2 ปี	95	39.58
มากกว่า 2 ปี	76	31.67
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตมา
นาน 1-2 ปี ร้อยละ 39.58 มากกว่า 2 ปี ร้อยละ 31.67 น้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 28.75

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ตของ แต่ละธนาคาร

ธนาคาร	ใช้		ไม่ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพ จำกัด(มหาชน)	46	19.17	194	80.83
กสิกรไทย จำกัด(มหาชน)	27	11.25	213	88.75
กรุงไทย จำกัด(มหาชน)	31	12.92	209	87.08
ไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)	44	18.33	196	81.67
กรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน)	110	45.83	130	54.17
ทหารไทย จำกัด(มหาชน)	19	7.92	221	92.08
เอเชีย จำกัด(มหาชน)	26	10.83	214	89.17
อื่น ๆ	15	6.25	225	93.75

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม 240 ราย

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) รองลงมา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ธนาคารเอเชีย จำกัด(มหาชน) ธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) และ ธนาคารอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง

เฉลี่ยจำนวนครั้ง/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	56	23.33
2 ครั้ง/เดือน	81	33.75
3 ครั้ง/เดือน	37	15.42
4 ครั้ง/เดือน	13	5.42
5 ครั้ง/เดือน	35	14.58
มากกว่า 5 ครั้ง	18	7.50
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการใช้บริการของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยจำนวนครั้งต่อเดือนส่วนใหญ่ จำนวน 2 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 33.75 จำนวน 1 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 23.33 จำนวน 3 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 15.42 จำนวน 5 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 14.58 มากกว่า 5 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 7.50 จำนวน 4 ครั้ง/เดือน ร้อยละ 5.42

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการในระบบ
ของธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

บริการ	ใช้		ไม่ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สอบถามยอดคงเหลือ	209	87.08	31	12.92
บริการชำระค่าสินค้า ค่าบัตรเครดิต	88	36.67	152	63.33
บริการดูข่าวสารธนาคาร	70	29.17	170	70.83
บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่น	66	27.50	174	72.50
บริการขอบัญชีย้อนหลัง	63	26.25	177	73.75
บริการโอนเงินภายในประเทศ	59	24.58	181	75.42
บริการข้อมูลทางด้านบัตรเครดิต	57	23.75	183	76.25
บริการข้อมูลทางด้านสินเชื่อ	42	17.50	198	82.50
บริการซื้อขายกองทุนเปิด	25	10.42	215	89.58
บริการอายัดเช็ค	20	8.33	220	91.67
บริการชำระเงินกู้ธนาคาร	17	7.08	223	92.92
บริการโอนเงินต่างประเทศ	14	5.83	226	94.17
อื่นๆ อัตราแลกเปลี่ยน	4	1.67	236	98.33

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 240 ราย

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ด้านสอบถามยอดคงเหลือ รองลงมา ชำระค่าสินค้า ค่าบัตรเครดิต บริการดูข่าวสารธนาคาร บริการโอนเงินไปยังบัญชีบุคคลอื่น บริการขอบัญชีย้อนหลัง บริการโอนเงินภายในประเทศ บริการข้อมูลทางด้านบัตรเครดิต บริการข้อมูลทางด้านสินเชื่อ บริการซื้อขายกองทุนเปิด บริการอายัดเช็ค บริการชำระเงินกู้ธนาคาร บริการโอนเงินต่างประเทศ และบริการอื่นๆ เช่นอัตราแลกเปลี่ยน ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ใช้บริการ อินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์

สถานที่ที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต	ใช้		ไม่ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	135	56.25	105	43.75
ที่ทำงาน	123	51.25	117	48.75
อื่น ๆ ห้องสมุด ร้านอินเทอร์เน็ต	38	15.83	202	84.17

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 240 ราย

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม สถานที่ที่ใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ ที่บ้าน รองลงมาที่ทำงาน ที่อื่น ๆ ห้องสมุด ร้านอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการ อินเทอร์เน็ตของค่ายบริษัท

บริการอินเทอร์เน็ตที่ใช้เป็นของ บริษัท	ใช้		ไม่ใช้	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
LOXINFO	100	41.67	140	58.33
CS INTERNET	86	35.83	154	64.17
ทศท.1222	65	27.08	175	72.92
อื่น ๆ	22	9.17	218	90.83

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม 240 ราย

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม การใช้บริการอินเทอร์เน็ตของค่ายบริษัท ส่วนใหญ่ใช้ LOXIINFO รองลงมา CS INTERNET ทศท.1222 และ อื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุการใช้บริการ อินเทอร์เน็ต

สาเหตุที่ใช้	ใช่		ไม่ใช่	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวก	148	61.67	92	38.33
ประหยัดเวลาเดินทาง	113	47.08	127	52.92
ไม่ต้องเสียเวลารอแถว	71	29.58	169	70.42
ประหยัดค่าน้ำมันรถ	70	29.17	170	70.83
ความปลอดภัย	58	24.17	182	75.83
อื่น ๆ ค่าธรรมเนียมถูก	12	5.00	228	95.00

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 240 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่าสาเหตุที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เนื่องจาก ความสะดวก รวดลงมา ประหยัดเวลาเดินทาง ไม่ต้องเสียเวลารอแถว ประหยัดค่าน้ำมันรถ ความปลอดภัย และสาเหตุอื่น ๆ เช่นค่าธรรมเนียมถูก ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพึงพอใจจากการใช้บริการโดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวม	จำนวน	ร้อยละ
พอใจ	207	86.25
ไม่พอใจ	1	0.42
เฉยๆ	32	13.33
รวม	240	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่าความพึงพอใจจากการใช้บริการโดยส่วนใหญ่ พพอใจ ร้อยละ 86.25 ไม่พอใจ ร้อยละ 0.42 เฉยๆ ร้อยละ 13.33

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีบริการธนาคาร เช่น ฝาก/ ถอน อายัดเช็ค โอนเงิน	87 (36.3)	84 (35.0)	56 (23.3)	12 (5.0)	1 (0.4)	4.02 (มาก)
มีบริการชำระค่าสินค้าและ บริการ	83 (34.6)	82 (34.2)	68 (28.3)	5 (2.1)	2 (0.8)	4.00 (มาก)
มีบริการโอนเงิน ต่างประเทศ	35 (14.6)	89 (37.1)	77 (32.1)	19 (7.9)	20 (8.3)	3.42 (ปานกลาง)
มีบริการซื้อขายกองทุนเปิด	45 (18.8)	61 (25.4)	74 (30.8)	43 (17.9)	17 (7.1)	3.31 (ปานกลาง)
มีการออกบริการใหม่ ตลอดเวลาในเว็บไซต์	62 (25.8)	68 (28.3)	98 (40.8)	7 (2.9)	5 (2.1)	3.73 (มาก)
ความน่าสนใจ/ความ ทันสมัย/ความสวยงามของ เว็บไซต์	68 (28.3)	71 (29.6)	74 (30.8)	24 (10.0)	3 (1.3)	3.74 (มาก)
ความสะดวกรวดเร็วในการ เข้าถึงข้อมูล	87 (36.3)	56 (23.3)	66 (27.5)	29 (12.1)	2 (0.8)	3.82 (มาก)
ความปลอดภัยในการทำ รายการ	87 (36.3)	80 (33.3)	68 (28.3)	3 (1.3)	2 (0.8)	4.03 (มาก)
มีความง่ายในการใช้งาน	75 (31.3)	89 (37.1)	48 (20.0)	27 (11.3)	1 (0.4)	3.88 (มาก)
สามารถทำรายการได้จากที่ ต่างๆทั่วประเทศ	94 (39.2)	43 (17.9)	85 (35.4)	15 (6.3)	3 (1.3)	3.88 (มาก)
11.ประเภทของบริการมี เพียงพอ	71 (39.2)	78 (17.9)	75 (35.4)	15 (6.3)	1 (1.3)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวม มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความคาดหวังมาก ใน 3 อันดับแรกได้แก่ ความปลอดภัยในการทำรายการ มีบริการธนาคาร เช่น ฝาก/ถอน ออโต้เช็ค โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา มีบริการชำระค่าสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีความง่ายในการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีบริการธนาคาร เช่น ฝาก/ ถอน ออโต้เช็ค โอนเงิน	55 (22.9)	100 (41.7)	77 (32.1)	7 (2.9)	1 (0.4)	3.84 (มาก)
มีบริการชำระค่าสินค้าและ บริการ	65 (27.1)	92 (38.3)	64 (26.7)	18 (7.5)	1 (0.4)	3.84 (มาก)
มีบริการโอนเงินต่างประเทศ	16 (6.7)	78 (32.5)	96 (40.0)	23 (9.6)	27 (11.3)	3.14 (ปานกลาง)
มีบริการซื้อขายกองทุนเปิด	22 (9.2)	51 (21.3)	97 (40.4)	53 (22.1)	17 (7.1)	3.03 (ปานกลาง)
มีการออกบริการใหม่ ตลอดเวลาในเว็บไซต์	30 (12.5)	71 (29.6)	93 (38.8)	40 (16.7)	6 (2.5)	3.33 (ปานกลาง)
ความน่าสนใจ/ความทันสมัย/ ความสวยงามของเว็บไซต์	43 (17.9)	76 (31.7)	81 (33.8)	37 (15.4)	3 (1.3)	3.50 (ปานกลาง)
ความสะดวกรวดเร็วในการ เข้าถึงข้อมูล	44 (18.3)	82 (34.2)	82 (34.2)	29 (12.1)	3 (1.3)	3.56 (มาก)
ความปลอดภัยในการทำ รายการ	62 (25.8)	96 (40.0)	60 (25.0)	20 (8.3)	2 (0.8)	3.82 (มาก)
มีความง่ายในการใช้งาน	54 (22.5)	87 (36.3)	58 (24.2)	39 (16.3)	2 (0.8)	3.63 (มาก)
สามารถทำรายการได้จากที่ ต่างๆทั่วประเทศ	72 (30.0)	49 (20.4)	85 (35.4)	32 (13.3)	2 (0.8)	3.65 (มาก)
ประเภทของบริการมีเพียงพอ	62 (25.8)	82 (34.2)	76 (31.7)	19 (7.9)	1 (0.4)	3.77 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.55 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมดี มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ มีบริการธนาคาร เช่น ฝาก/ถอน อายัดเช็ค โอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีบริการชำระค่าสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมา ประเภทของบริการมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ตารางที่ 17 แสดง ค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี	141 (58.8)	64 (26.7)	31 (12.9)	2 (0.8)	2 (0.8)	4.42 (มาก)
ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	144 (60.0)	62 (25.8)	28 (11.7)	4 (1.7)	2 (0.8)	4.43 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการ โอนเงินในประเทศไม่สูง เกินไป	83 (34.6)	82 (34.2)	48 (20.0)	25 (10.4)	2 (0.8)	3.91 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการ โอนเงินต่างประเทศไม่สูง เกินไป	75 (31.3)	68 (28.3)	74 (30.8)	22 (9.2)	1 (0.4)	3.81 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมโอนเงิน ระหว่างบัญชีตนเองไม่สูง เกินไป	96 (40.0)	71 (29.6)	61 (25.4)	10 (4.2)	2 (0.8)	4.04 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการ ชำระค่าสินค้าและบริการไม่ สูงเกินไป	88 (36.7)	82 (34.2)	58 (24.2)	11 (4.6)	1 (0.4)	4.02 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						4.105 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 4.105) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความคาดหวังมาก 3 อันดับแรกได้แก่ ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.43) รองลงมาไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.42) และอัตราค่าธรรมเนียมโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไม่สูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี	101 (42.1)	85 (35.4)	42 (17.5)	9 (3.8)	3 (1.3)	4.13 (มาก)
ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	112 (46.7)	64 (26.7)	49 (20.4)	11 (4.6)	4 (1.7)	4.12 (มาก)
.อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินในประเทศไม่สูงเกินไป	39 (16.3)	96 (40.0)	75 (31.3)	19 (7.9)	11 (4.6)	3.55 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป	29 (12.1)	88 (36.7)	83 (34.6)	19 (7.9)	20 (8.3)	3.36 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียมโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไม่สูงเกินไป	46 (19.2)	74 (30.8)	86 (35.8)	22 (9.2)	12 (5.0)	3.50 (ปานกลาง)
อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการไม่สูงเกินไป	42 (17.5)	112 (46.7)	64 (26.7)	18 (7.50)	4 (1.7)	3.71 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.73 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมากใน 3 อันดับแรกได้แก่ ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) และอัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการไม่สูงเกินไป (ค่าเฉลี่ย 3.71) ประเทศไม่สูงเกินไป

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	84 (35.0)	80 (33.3)	72 (30.0)	2 (0.8)	2 (0.8)	4.01 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	72 (30.0)	82 (34.2)	83 (34.6)	2 (0.8)	1 (0.4)	3.93 (มาก)
สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	102 (42.5)	71 (29.6)	65 (27.1)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.13 (มาก)
สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ	75 (31.3)	77 (32.1)	83 (34.6)	4 (1.7)	1 (0.4)	3.92 (มาก)
สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตจาก Website ของธนาคารได้เลย	73 (30.4)	79 (32.9)	77 (32.1)	10 (4.2)	1 (0.4)	3.89 (มาก)
ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลาโอน	89 (37.1)	70 (29.3)	79 (32.9)	1 (0.4)	1 (0.4)	4.02 (มาก)
มีสถานที่ให้บริการ(สาขา/ตู้ ATM) มาก	87 (36.3)	69 (28.8)	63 (26.3)	19 (7.9)	2 (0.8)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.97 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมต่อมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความคาดหวังมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลาโอน (ค่าเฉลี่ย 4.02) และมีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความพึงพอใจ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ

ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	48 (20.0)	82 (34.2)	92 (38.3)	17 (7.1)	1 (0.4)	3.66 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	25 (10.4)	91 (37.9)	113 (47.1)	8 (3.3)	3 (1.3)	3.53 (มาก)
สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	89 (37.1)	82 (34.2)	52 (21.7)	16 (6.7)	1 (0.4)	4.01 (มาก)
สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ	43 (17.9)	105 (43.8)	76 (31.7)	13 (5.4)	2 (0.8)	3.73 (มาก)
สามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตจาก Website ของธนาคารได้เลย	52 (21.7)	94 (39.2)	75 (31.3)	17 (7.1)	2 (0.8)	3.74 (มาก)
ความปลอดภัยของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลาโอน	46 (19.2)	98 (40.8)	76 (31.7)	19 (7.9)	1 (0.4)	3.70 (มาก)
มีสถานที่ให้บริการ(สาขา/ตู้ ATM) มาก	53 (22.1)	88 (36.7)	77 (32.1)	19 (7.9)	3 (1.3)	3.70 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.72 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรกได้แก่ สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาสามารถสมัครใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตจาก Website ของธนาคารได้เลย (ค่าเฉลี่ย 3.74) และสามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความคาดหวัง ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	60 (25.0)	98 (40.8)	78 (32.5)	3 (1.3)	1 (0.4)	3.89 (มาก)
การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้ บริการ	60 (25.0)	82 (34.2)	86 (35.8)	11 (4.6)	1 (0.4)	3.79 (มาก)
การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำ รายการ	60 (25.0)	80 (33.3)	74 (30.8)	25 (10.4)	1 (0.4)	3.72 (มาก)
การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิก ใหม่	72 (30.0)	77 (32.1)	78 (32.5)	12 (5.0)	1 0.4%	3.86 (มาก)
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณี ไม่เข้าใจการใช้งาน	60 (25.0)	78 (32.5)	88 (36.7)	12 (5.0)	2 (0.8)	3.76 (มาก)
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบ รักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ	62 (25.8)	85 (35.4)	80 (33.3)	11 (4.6)	2 (0.8)	3.81 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.81 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความคาดหวังมาก 3 อันดับแรกได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมาการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.86) และการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ	42 (17.5)	94 (39.2)	81 (33.8)	21 (8.8)	2 (0.8)	3.64 มาก
การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้ บริการ	30 (12.5)	66 (27.5)	96 (40.0)	45 (18.8)	3 (1.3)	3.31 ปานกลาง
การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำ รายการ	28 (11.7)	82 (34.2)	80 (33.3)	45 (18.8)	5 (2.1)	3.35 ปานกลาง
การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับ สมาชิกใหม่	42 (17.5)	80 (33.3)	76 (31.7)	22 (9.2)	20 (8.3)	3.43 ปานกลาง
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณี ไม่เข้าใจการใช้งาน	27 (11.3)	84 (35.0)	100 (41.7)	16 (6.7)	13 (5.4)	3.40 ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบ รักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ	35 (14.6)	66 (27.5)	127 (52.9)	7 (2.9)	5 (2.1)	3.50 ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.44 ปานกลาง

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆเช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โปสเตอร์ โฆษณา ทีวี วิทยู การให้ข่าว ฯลฯ (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.50) และการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาชัดเจน	63 (26.3)	81 (33.8)	92 (38.3)	2 (0.8)	2 (0.8)	3.84 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ	80 (33.3)	72 (30.0)	84 (35.0)	3 (1.3)	1 (0.4)	3.95 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	68 (28.3)	97 (40.4)	68 (28.3)	5 (2.1)	2 (0.8)	3.93 (มาก)
พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆในเว็บไซต์ชัดเจน	56 (23.3)	96 (40.0)	75 (31.3)	12 (5.0)	1 (0.4)	3.81 (มาก)
พนักงานแก้ปัญหาในการใช้เว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว	69 (28.8)	92 (38.3)	52 (21.7)	25 (10.4)	2 (0.8)	3.84 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.87 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมต่อค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความคาดหวังมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.95) รองลงมา พนักงานมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.93) พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
31.พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาชัดเจน	39 (16.3)	99 (41.3)	91 (37.9)	9 (3.8)	2 (0.8)	3.68 (มาก)
32.พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ	40 (16.7)	90 (37.5)	94 (39.2)	15 (6.3)	1 (0.4)	3.64 (มาก)
33.พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	40 (16.7)	87 (36.3)%	99 (41.3)	11 (4.6)	3 (1.3)	3.63 (มาก)
34.พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆในเว็บไซต์ชัดเจน	39 (16.3)	62 (25.8)	114 (47.5)	22 (9.2)	3 (1.3)	3.47 (ปานกลาง)
35.พนักงานแก้ปัญหาในการใช้เว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว	39 (16.3)	94 (39.2)	78 (32.5)	16 (6.7)	13 (5.4)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.59 (มาก)

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.68) รองลงมาพนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ(ค่าเฉลี่ย 3.64) และพนักงานมีความน่าเชื่อถือ(ค่าเฉลี่ย 3.63)

ตารางที่ 25 แสดงการประเมินระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
รูปแบบและความสวยงามของ เว็บไซต์	2 (0.8)	4 (1.7)	76 (31.7)	117 (48.8)	41 (17.1)	3.80 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล ลูกค้า	2 (0.8)	4 (1.7)	76 (31.7)	67 (27.9)	91 (37.9)	4.00 (มาก)
ความถูกต้องและความทันสมัย ของข้อมูล	2 (0.8)	6 (2.5)	60 (25.0)	104 (43.3)	68 (28.3)	3.96 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.92 (มาก)

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.96) และรูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
รูปแบบและความสวยงามของ เว็บไซต์	11 (4.6)	9 (3.8)	68 (28.3)	114 (47.5)	38 (15.8)	3.66 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล ลูกค้า	2 (0.8)	19 (7.9)	58 (24.2)	110 (45.8)	51 (21.3)	3.79 (มาก)
ความถูกต้องและความทันสมัย ของข้อมูล	3 (1.3)	18 (7.5)	51 (21.3)	123 (51.3)	45 (18.8)	3.79 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.75 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.79) และรูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการต่างๆ

ปัจจัยด้านกระบวนการต่างๆ	ระดับความคาดหวัง					ค่าเฉลี่ย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์	2 (0.8)	12 (5.0)	56 (23.3)	84 (35.0)	86 (35.8)	4.00 (มาก)
ความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์	2 (0.8)	10 (4.2)	58 (24.2)	83 (34.6)	87 (36.3)	4.01 (มาก)
ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการของเว็บไซต์	2 (0.8)	13 (5.4)	57 (23.8)	86 (35.8)	82 (34.2)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม						3.99 (มาก)

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก(ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความคาดหวังมากที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์(ค่าเฉลี่ย 4.01) ความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการของเว็บไซต์

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการต่างๆ

ปัจจัยด้านกระบวนการต่างๆ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
ความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์	3 (1.3)	26 (10.8)	65 (27.1)	119 (49.6)	27 (11.3)	3.59 มาก
ความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์	3 (1.3)	28 (11.7)	54 (22.5)	113 (47.1)	42 (17.5)	3.68 มาก
ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการของเว็บไซต์	3 (1.3)	7 (2.9)	74 (30.8)	126 (52.6)	30 (12.5)	3.72 มาก
ค่าเฉลี่ยรวม						3.66 มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการต่าง ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการของเว็บไซต์(ค่าเฉลี่ย 3.72) ความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.68)และความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์ (ค่าเฉลี่ย 3.59)

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่าน
อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและ ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหาที่มีผลต่อความพึงพอใจใน
การใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารอินเทอร์เน็ต	มีปัญหา		ไม่มีปัญหา	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการของท่าน	85	35.42	155	64.58
ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	87	36.25	153	63.75
ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ	54	22.50	186	77.50
ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ	106	44.17	134	55.83
เว็บไซต์ไม่น่าสนใจ ไม่สวยงามและไม่ทันสมัย	34	14.17	206	85.83
ชื่อเสียงและภาพพจน์ธนาคารไม่มีความน่าเชื่อถือ	23	9.58	217	90.42
เข้าไปใช้งานได้ยาก	68	28.33	172	71.67
ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น	47	19.58	193	80.42
ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าสูงกว่าบริการอื่น	45	18.75	195	81.25
ไม่ได้รับความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	44	18.33	196	81.67
ขั้นตอนการสมัครใช้บริการและอนุมัติเป็นไปด้วยความล่าช้า	70	29.17	170	70.83
ไม่สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	37	15.42	203	84.58
ไม่สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ	42	17.5	198	82.5
ไม่สามารถใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้	21	8.75	219	91.25
ไม่เคยได้รับการโฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ	65	27.08	175	72.92
ไม่มีการแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	41	17.08	199	82.92
ไม่มีการสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ	49	20.42	191	79.58
ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	68	28.33	172	71.67
อื่นๆระบุ.....	3	1.25	237	98.75

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถาม 240 ราย

ตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ในด้านความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการสูงที่สุด รองลงมาคือปัญหาในด้านความไม่สะดวก และรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการของท่าน ขั้นตอนการสมัครใช้บริการและอนุมัติเป็นไปด้วยความล่าช้า เข้าไปใช้งานได้ยาก ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรี สำหรับสมาชิกใหม่ ไม่เคยได้รับการโฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ ไม่มีการสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าสูงกว่าบริการอื่น ไม่ได้รับความสะดวกในการสมัครใช้บริการ ไม่สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ ไม่มีการแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ ไม่สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง เว็บไซต์ไม่น่าสนใจ ไม่สวยงามและไม่ทันสมัย ชื่อเสียงและภาพพจน์ธนาคารไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่สามารถใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารได้ และด้านอื่น ๆ ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างธนาคารที่ใช้บริการและปัจจัยส่วนประทศการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีบริการธนาคาร เช่น ผัก/ถอน อายุเช็ค โอนเงิน	4.09 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	4.05 (มาก)	3.83 (มาก)	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	3.92 (มาก)	3.77 (มาก)	4.43 (มาก)	4.14 (มาก)
มีบริการชำระค่า สินค้าและบริการ	3.98 (มาก)	3.87 (มาก)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.58 (มาก)	3.52 (มาก)	4.02 (มาก)	3.91 (มาก)	4.07 (มาก)	3.91 (มาก)	3.79 (มาก)	3.84 (มาก)	4.04 (มาก)	3.62 (มาก)	4.14 (มาก)	4.29 (มาก)
มีบริการโอนเงิน ต่างประเทศ	3.37 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.45 (มาก)	3.43 (มาก)	3.42 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.43 (น้อย)
มีบริการซื้อขาย กองทุนเปิด	3.30 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)
มีการออกบริการ ใหม่ตลอดเวลาใน เว็บไซต์	3.59 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.87 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)
ความน่าสนใจ/ ความทันสมัย/ความ สวยงามของ เว็บไซต์	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.59 (มาก)	3.05 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.65 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)

ตารางที่ 30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวก รวดเร็วในการ เข้าถึงข้อมูล	4.04 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	4.04 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.71 (มาก)
ความปลอดภัยใน การทำรายการ	4.13 (มาก)	3.91 (มาก)	4.04 (มาก)	3.85 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)	3.91 (มาก)	3.86 (มาก)	4.17 (มาก)	3.85 (มาก)	3.68 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	3.50 (มาก)	4.14 (มาก)	4.29 (มาก)
มีความง่ายในการ ใช้งาน	3.98 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	3.80 (มาก)	3.70 (มาก)	4.03 (มาก)	3.71 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.93 (มาก)
สามารถทำรายการ ได้จากที่ต่างๆทั่ว ประเทศ	4.11 (มาก)	3.91 (มาก)	3.67 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.73 (มาก)	4.01 (มาก)	3.70 (มาก)	3.21 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.69 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
ประเภทของบริการ มีเพียงพอ	3.98 (มาก)	3.78 (มาก)	3.74 (มาก)	3.70 (มาก)	3.52 (มาก)	3.58 (มาก)	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)	3.97 (มาก)	3.75 (มาก)	3.53 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
รวม	3.87 (มาก)	3.63 (มาก)	3.70 (มาก)	3.51 (มาก)	3.58 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)	3.90 (มาก)	3.61 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.91 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.79 (มาก)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน ราคา	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี	4.04 (มาก)	3.80 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	4.10 (มาก)	4.00 (มาก)	4.61 (มาก)	4.32 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.15 (มาก)	4.47 (มาก)	4.21 (มาก)	4.08 (มาก)	3.96 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)
ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า	4.13 (มาก)	3.96 (มาก)	3.96 (มาก)	3.74 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.66 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)	4.32 (มาก)	4.00 (มาก)	3.92 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)
อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินในประเทศไม่สูงเกินไป	3.89 (มาก)	3.52 (มาก)	3.89 (มาก)	3.44 (มาก)	3.68 (มาก)	3.55 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	4.01 (มาก)	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	4.21 (มาก)	4.07 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป	3.72 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.11 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.59 (มาก)	3.94 (มาก)	3.55 (มาก)	3.63 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)

ตารางที่ 31 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน ราคา	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อัตราค่าธรรมเนียมโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไม่สูงเกินไป	3.87 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	4.27 (มาก)	3.75 (มาก)	4.11 (มาก)	3.72 (มาก)	4.05 (มาก)	3.63 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)
อัตราค่าธรรมเนียมในการชำระค่าสินค้าและบริการไม่สูงเกินไป	4.00 (มาก)	3.74 (มาก)	3.89 (มาก)	3.52 (มาก)	3.74 (มาก)	3.61 (มาก)	4.07 (มาก)	3.73 (มาก)	4.15 (มาก)	3.78 (มาก)	4.05 (มาก)	3.63 (มาก)	3.96 (มาก)	3.92 (มาก)	3.93 (มาก)	3.79 (มาก)
รวม	3.94 (มาก)	3.60 (มาก)	3.86 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.60 (มาก)	4.23 (มาก)	3.79 (มาก)	4.21 (มาก)	3.78 (มาก)	4.06 (มาก)	3.77 (มาก)	3.93 (มาก)	3.60 (มาก)	4.30 (มาก)	4.07 (มาก)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน ช่องทางการ ให้บริการ	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีความสะดวกในการสมัครใช้บริการ	3.91 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.59 (มาก)	3.65 (มาก)	3.52 (มาก)	4.02 (มาก)	3.55 (มาก)	4.25 (มาก)	3.81 (มาก)	3.89 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว	3.98 (มาก)	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	4.11 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.07 (มาก)	3.64 (มาก)
สามารถทำรายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.09 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.74 (มาก)	4.18 (มาก)	4.02 (มาก)	4.29 (มาก)	4.09 (มาก)	4.42 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.81 (มาก)	4.00 (มาก)	4.43 (มาก)
สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ	4.13 (มาก)	3.76 (มาก)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.65 (มาก)	3.84 (มาก)	3.70 (มาก)	4.16 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)	3.86 (มาก)	4.14 (มาก)

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน ช่องทางการ ให้บริการ	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
สามารถสมัครใช้ บริการทาง อินเทอร์เน็ตจาก Website ของ ธนาคารได้เลย	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.63 (มาก)	3.63 (มาก)	3.65 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.68 (มาก)	4.11 (มาก)	3.85 (มาก)	3.53 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.88 (มาก)	3.96 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)
ความปลอดภัย ของระบบ เช่น มั่นใจได้เวลา โอน	4.07 (มาก)	3.70 (มาก)	3.89 (มาก)	3.52 (มาก)	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)	4.02 (มาก)	3.59 (มาก)	4.32 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.53 (มาก)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.93 (มาก)	4.07 (มาก)
มีสถานที่ ให้บริการ(สาขา/ ตู้ ATM) มาก	3.98 (มาก)	3.74 (มาก)	3.74 (มาก)	3.41 (มาก)	3.58 (มาก)	3.45 (มาก)	4.00 (มาก)	3.84 (มาก)	4.16 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	3.73 (มาก)	3.62 (มาก)	3.93 (มาก)	4.14 (มาก)
รวม	3.99 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.59 (มาก)	3.94 (มาก)	3.69 (มาก)	4.20 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	3.56 (มาก)	3.74 (มาก)	3.69 (มาก)	3.95 (มาก)	4.06 (มาก)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การโฆษณาผ่านสื่อ ต่างๆเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเตอร์ โฆษณาทีวีวิทยุ การให้ข่าว ฯลฯ	3.76 (มาก)	3.67 (มาก)	3.74 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	3.55 (มาก)	4.07 (มาก)	3.64 (มาก)	3.84 (มาก)	3.63 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)	4.29 (มาก)	4.21 (มาก)
การแจกของที่ระลึก เวลาสมัครใช้ บริการ	3.74 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	2.97 (ปานกลาง)	3.84 (มาก)	3.43 (มาก)	3.95 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)	3.57 (มาก)
การสะสมคะแนน เมื่อเข้าไปทำ รายการ	3.59 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.50 (มาก)	3.94 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.79 (มาก)
การให้ทดลองใช้ ฟรีสำหรับสมาชิก ใหม่	3.76 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.19 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.29 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)	3.59 (มาก)	3.95 (มาก)	3.59 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน	3.80 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.15 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.95 (มาก)	3.69 (มาก)	3.62 (มาก)	3.93 (มาก)	3.57 (มาก)
การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยเพียงพอ	3.85 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)	3.53 (มาก)	3.79 (มาก)	3.58 (มาก)	3.73 (มาก)	3.81 (มาก)	3.86 (มาก)	3.71 (มาก)
รวม	3.75 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)	3.40 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.98 (มาก)	3.50 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.68 (มาก)	3.54 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน บุคลากร	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานให้คำแนะนำและคำปรึกษาชัดเจน	3.80 (มาก)	3.67 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.64 (มาก)	4.12 (มาก)	3.71 (มาก)	3.53 (มาก)	3.89 (มาก)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.93 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.89 (มาก)	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	4.02 (มาก)	3.61 (มาก)	4.15 (มาก)	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)	3.50 (มาก)	3.54 (มาก)	4.07 (มาก)	4.00 (มาก)
พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)	3.93 (มาก)	3.74 (มาก)	3.58 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.68 (มาก)	4.13 (มาก)	3.59 (มาก)	3.79 (มาก)	3.89 (มาก)	3.58 (มาก)	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	3.64 (มาก)
พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆในเว็บไซต์ชัดเจน	3.80 (มาก)	3.63 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.52 (มาก)	4.05 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.74 (มาก)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.38 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.50 (มาก)

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน บุคลากร	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงาน แก้ไขปัญหาในการ ใช้เว็บไซต์ได้ อย่างรวดเร็ว	3.72 (มาก)	3.52 (มาก)	3.70 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.68 (มาก)	4.02 (มาก)	3.54 (มาก)	3.53 (มาก)	3.53 (มาก)	3.65 (มาก)	3.58 (มาก)	3.93 (มาก)	3.93 (มาก)
รวม	3.81 (มาก)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)	3.63 (มาก)	3.54 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.91 (มาก)	3.63 (มาก)	4.09 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	3.58 (มาก)	3.55 (มาก)	3.83 (มาก)	3.81 (มาก)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.74 (มาก)	3.67 (มาก)	3.61 (มาก)	3.77 (มาก)	3.91 (มาก)	3.73 (มาก)	3.96 (มาก)	3.72 (มาก)	3.63 (มาก)	3.32 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.69 (มาก)	3.57 (มาก)	3.57 (มาก)
ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้า	4.09 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	3.89 (มาก)	3.87 (มาก)	3.74 (มาก)	4.11 (มาก)	3.77 (มาก)	4.15 (มาก)	3.80 (มาก)	3.89 (มาก)	3.84 (มาก)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)
ความถูกต้องและความทันสมัยของข้อมูล	3.98 (มาก)	3.83 (มาก)	3.78 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.74 (มาก)	4.00 (มาก)	3.77 (มาก)	4.12 (มาก)	3.84 (มาก)	3.84 (มาก)	3.63 (มาก)	3.77 (มาก)	3.77 (มาก)	3.71 (มาก)	3.71 (มาก)
รวม	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)	3.75 (มาก)	3.75 (มาก)	4.01 (มาก)	3.76 (มาก)	4.08 (มาก)	3.78 (มาก)	3.79 (มาก)	3.60 (มาก)	3.69 (มาก)	3.65 (มาก)	3.79 (มาก)	3.79 (มาก)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารผ่านทางอินเทอร์เน็ต จำแนกตามธนาคารที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ต่าง ๆ	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ	คาดหวัง	พึงพอใจ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์	4.09 (มาก)	3.72 (มาก)	3.93 (มาก)	3.70 (มาก)	3.71 (มาก)	3.52 (มาก)	4.09 (มาก)	3.57 (มาก)	4.19 (มาก)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.58 (มาก)	3.86 (มาก)	3.57 (มาก)
ความสะดวกในการเข้าใช้บริการเว็บไซต์	4.02 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)	3.74 (มาก)	3.81 (มาก)	3.52 (มาก)	4.11 (มาก)	3.68 (มาก)	4.13 (มาก)	3.76 (มาก)	3.95 (มาก)	3.68 (มาก)	3.81 (มาก)	3.50 (มาก)	3.79 (มาก)	3.71 (มาก)
ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการของเว็บไซต์	4.07 (มาก)	3.59 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)	3.77 (มาก)	3.65 (มาก)	4.09 (มาก)	3.82 (มาก)	4.10 (มาก)	3.78 (มาก)	3.84 (มาก)	3.79 (มาก)	3.85 (มาก)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)	3.64 (มาก)
รวม	4.06 (มาก)	3.68 (มาก)	3.85 (มาก)	3.74 (มาก)	3.76 (มาก)	3.56 (มาก)	4.10 (มาก)	3.69 (มาก)	4.14 (มาก)	3.75 (มาก)	3.82 (มาก)	3.63 (มาก)	3.82 (มาก)	3.60 (มาก)	3.74 (มาก)	3.64 (มาก)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละ ต่อปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามธนาคาร

ปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ
บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการของท่าน	17	36.95	11	40.74	15	48.39	15	34.09	34	30.91	4	21.05	15	57.69	4	26.67
ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล	18	39.13	8	29.63	13	41.94	15	34.09	37	33.64	9	47.37	12	46.15	6	40.00
ความไม่ปลอดภัยในการทำรายการ	5	10.86	7	25.93	12	38.71	10	22.73	21	19.09	6	31.58	4	15.38	3	20.00
ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ	19	41.30	8	29.63	14	45.16	23	52.27	47	42.73	10	52.63	11	42.31	7	46.67
เว็บไซต์ไม่น่าสนใจ ไม่สวยงามและไม่ทันสมัย	10	21.73	11	40.74	6	19.35	5	11.36	21	19.09	2	10.53	2	7.69	1	6.67

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ต่อปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามธนาคาร

ปัญหาที่พบในการ ใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ต	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ
ชื่อเสียงและ ภาพพจน์ธนาคาร ไม่มีความน่าเชื่อถือ	4	8.69	5	18.52	3	9.68	4	9.09	11	10.00	1	5.26	2	7.69	3	20.00
เข้าไปใช้งานได้ยาก	15	32.61	6	22.22	8	25.81	12	27.27	33	30.00	4	21.05	10	38.46	5	33.33
ค่าธรรมเนียมแรก เข้าและรายปีสูงกว่า บริการอื่น	12	26.08	11	40.74	8	25.81	11	25.00	21	19.09	9	47.37	4	15.38	2	13.33
ค่าธรรมเนียมใน การโอนเงินและ ชำระค่าสินค้าสูง กว่า บริการอื่น	13	28.26	11	40.74	7	22.58	10	22.73	25	22.73	5	26.32	1	3.85	2	13.33
ไม่ได้รับความ สะดวกในการ สมัครใช้บริการ	6	13.04	5	18.52	1	3.23	5	11.36	28	25.45	6	31.58	5	19.23	2	13.33

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ต่อปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามธนาคาร

ปัญหาที่พบในการ ใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ต	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ
ขั้นตอนการสมัคร ใช้บริการและ อนุมัติเป็นไปด้วย ความล่าช้า	13	28.26	10	37.04	11	35.48	11	25.00	28	25.45	3	15.79	10	38.46	5	33.33
ไม่สามารถทำ รายการได้ตลอด 24 ชั่วโมง	9	19.56	5	18.52	3	9.68	11	25.00	23	20.91	4	21.05	1	3.85	2	13.33
ไม่สามารถสมัครใช้ บริการได้จากสาขา ทั่วประเทศ	7	15.21	8	29.63	5	16.13	10	22.73	18	16.36	10	52.63	3	11.54	2	13.33
ไม่สามารถใช้ บริการทาง อินเทอร์เน็ตของ ธนาคารได้	2	4.34	2	7.41	2	6.45	6	13.64	8	7.27	2	10.53	5	19.23	3	20.00
ไม่เคยได้รับการ โฆษณาจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ ต่างๆ	12	26.08	6	22.22	12	38.71	16	36.36	27	24.55	6	31.58	10	38.46	1	6.67

ตารางที่ 37 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ ต่อปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต ของธนาคารพาณิชย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามธนาคาร

ปัญหาที่พบในการ ใช้บริการธนาคาร ผ่านอินเทอร์เน็ต	ธนาคาร 1		ธนาคาร 2		ธนาคาร 3		ธนาคาร 4		ธนาคาร 5		ธนาคาร 6		ธนาคาร 7		ธนาคาร 8	
	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ	มีปัญหา	ร้อยละ
ไม่มีการแจกของที่ระลึกเวลาที่สมัครใช้บริการ	9	19.56	5	18.52	4	12.90	5	11.36	31	28.18	3	15.79	3	11.54	1	6.67
ไม่มีการสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ	8	17.39	5	18.52	4	12.90	7	15.91	33	30.00	1	5.26	7	26.92	2	13.33
ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่	7	15.21	5	18.52	5	16.13	15	34.09	37	33.64	5	26.32	10	38.46	5	33.33
อื่นๆระบุ.....	1	2.17	0	0.00	0	0.00	1	2.27	1	0.91	0	0.00	0	0.00	0	0.00

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยผลิตภัณฑ์ของธนาคาร 1 2 4 5 7 และ 8 ในระดับมาก เช่นเดียวกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก แต่จะมีความคาดหวังระดับมากต่อธนาคาร 3 และ 6 ในขณะที่มีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อแยกพิจารณาตามปัจจัยส่วนย่อยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าธนาคาร 1 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์

ธนาคาร 2 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์

ธนาคาร 3 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้านความน่าสนใจ/ความทันสมัย/ความสวยงามของเว็บไซต์

ธนาคาร 4 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์ และความน่าสนใจ/ความทันสมัย/ความสวยงามของเว็บไซต์

ธนาคาร 5 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้านมีบริการ โอนเงินต่างประเทศ และมีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์

ธนาคาร 6 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 7 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้านมีบริการ โอนเงินต่างประเทศ มีบริการซื้อขายกองทุนเปิด มีการออกบริการใหม่ตลอดเวลาในเว็บไซต์

ธนาคาร 8 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจ ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้านธนาคาร มีบริการ โอนเงินต่างประเทศ

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านราคาของธนาคาร 1 3 4 5 6 7 และ 8 ในระดับมาก เช่นเดียวกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก แต่จะมีความคาดหวังระดับมากต่อธนาคาร 2 ในขณะที่มีระดับความพึงพอใจความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อแยกพิจารณาตามปัจจัยส่วนย่อยด้านราคา พบว่าธนาคาร 1 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป และ อัตราค่าธรรมเนียมโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไม่สูงเกินไป

ธนาคาร 2 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป และอัตราค่าธรรมเนียมโอนเงินระหว่างบัญชีตนเองไม่สูงเกินไป

ธนาคาร 3 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป

ธนาคาร 4 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า

ธนาคาร 5 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน ไม่เสียค่าธรรมเนียมแรกเข้า

ธนาคาร 6 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินในประเทศไม่สูงเกินไป และอัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป

ธนาคาร 7 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินในประเทศไม่สูงเกินไป และอัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป

ธนาคาร 8 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน อัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินต่างประเทศไม่สูงเกินไป

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการของธนาคาร 1 2 3 4 5 6 7 และ 8 ในระดับมาก เช่นเดียวกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก เมื่อแยกพิจารณาตามปัจจัยส่วนย่อยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าธนาคาร 1 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 2 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

ธนาคาร 3 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 4 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

ธนาคาร 5 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 6 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

ธนาคาร 7 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 8 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน ขั้นตอนการสมัครสมาชิกและการอนุมัติเป็นไปด้วยความง่ายและรวดเร็ว

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของธนาคาร 1 2 3 4 5 6 7 และ 8 ในระดับมาก เช่นเดียวกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก แต่จะมีความคาดหวังระดับมากต่อธนาคาร 1 2 3 และ 4 ในขณะที่มีระดับความพึงพอใจความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อแยกพิจารณาตามปัจจัยส่วนย่อยด้านราคา พบว่าธนาคาร 1 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการ การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน

ธนาคาร 2 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการ การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งานและ การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยมีเพียงพอ

ธนาคาร 3 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการและ การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่

ธนาคาร 4 ลูกคามีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 5 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการ การสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ และ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่ดีในกรณีไม่เข้าใจการใช้งาน

ธนาคาร 6 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการ และการสะสมคะแนนเมื่อเข้าไปทำรายการ

ธนาคาร 7 ลูกคามีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน การแจกของที่ระลึกเวลาสมัครใช้บริการ และ การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่

ธนาคาร 8 ลูกคามีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของธนาคาร 1 2 4 5 6 7 และ 8 ในระดับมาก เช่นเดียวกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก แต่จะมีความคาดหวังระดับมากต่อธนาคาร 3 ในขณะที่มีระดับความพึงพอใจความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เมื่อแยกพิจารณาตามปัจจัยส่วนย่อยด้านราคา พบว่าธนาคาร 1 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 2 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานแก้ปัญหาในการใช้เว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว

ธนาคาร 3 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆในเว็บไซต์ชัดเจน และพนักงานแก้ปัญหาในการใช้เว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว

ธนาคาร 4 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 5 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆในเว็บไซต์ชัดเจน

ธนาคาร 6 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 7 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน พนักงานอธิบายถึงลำดับขั้นตอนในการทำงานและเงื่อนไขต่างๆในเว็บไซต์ชัดเจน

ธนาคาร 8 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการของธนาคาร 1 2 3 4 5 6 7 และ 8 ในระดับมาก เช่นเดียวกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก เมื่อแยกพิจารณาตามปัจจัยส่วนย่อยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าธนาคาร 1 ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 2 ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 3 ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 4 ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 5 ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 6 ลูกค้านี้ระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน รูปแบบและความสวยงามของเว็บไซต์

ธนาคาร 7 ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 8 ลูกค้านี้มีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความคาดหวังต่อปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการของธนาคาร 1 2 3 4 5 6 7 และ 8 ในระดับมาก เช่นเดียวกับความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก

เมื่อแยกพิจารณาตามปัจจัยส่วนย่อยด้านช่องทางการให้บริการ พบว่าธนาคาร 1 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 2 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 3 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 4 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 5 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 6 ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังในปัจจัยย่อยด้าน ความสะดวกในการสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์

ธนาคาร 7 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

ธนาคาร 8 ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับเดียวกับความคาดหวัง

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคาร 1 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล และบริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการ

ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคาร 2 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการ เว็บไซต์ไม่น่าสนใจ ไม่สวยงามและไม่ทันสมัย ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น ค่าธรรมเนียมในการโอนเงินและชำระค่าสินค้าสูงกว่าบริการอื่น

ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคาร 3 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการ ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล

ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคาร 4 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ ไม่เคยได้รับการโฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการ ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล

ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคาร 5 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่

ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคาร 6 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ ไม่สามารถสมัครใช้บริการได้จากสาขาทั่วประเทศ ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ค่าธรรมเนียมแรกเข้าและรายปีสูงกว่าบริการอื่น

ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่ ธนาคาร 7 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ บริการอินเทอร์เน็ตที่มีไม่ตรงกับความต้องการของท่าน ความไม่สะดวกและรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูลเข้าไปใช้งานได้ยาก ไม่เคยได้รับการโฆษณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ และไม่มีการให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่

ปัญหาในการใช้บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ตของธนาคารต่าง ๆ 3 อันดับแรกได้แก่
ธนาคาร 8 ปัญหา 3 ลำดับแรก คือ ความไม่เข้าใจในการเข้าไปใช้บริการ ความไม่สะดวกและ
รวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล ขั้นตอนการสมัครใช้บริการและอนุมัติเป็นไปด้วยความล่าช้า และไม่มี
การให้ทดลองใช้ฟรีสำหรับสมาชิกใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved