สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญ		ซ
สารบัญตาราง		ญ
บทที่ 1	**บทนำ**	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	นิยามศัพท์	4
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม**	5
	แนวคิดและทฤษฎี	5
	แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	5
	ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ	5
	การบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ต	8
	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3	**ระเบียบวิธีการศึกษา**	14
	ขอบเขตการศึกษา	14
	วิธีการศึกษา	18
	สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	20
	ระยะเวลาในการดำเนินการ	20
บทที่ 4	**ผลการศึกษา**	21
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	22
	ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ต ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	24

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ต ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ 30
ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อการบริการธนาคารทาง อินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ 61
ส่วนที่ 5 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวัง และการ รับรู้ของลูกค้า โดยใช้ Paired t-test ต่อการบริการธนาคารทาง อินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ 63
ส่วนที่ 6 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความคาดหวัง และการ รับรู้ ของลูกค้า โดยใช้ Paired t-test ต่อการบริการธนาคารทาง อินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ จำแนกตามอายุ 81

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ 101
สรุปผลการศึกษา 101
อภิปรายผล 109
ข้อค้นพบ 112
ข้อเสนอแนะ 114
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป 118

บรรณานุกรม 119
ภาคผนวก 121
ประวัติผู้เขียน 134

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	แสดงจำนวนลูกค้าจำแนกตามสาขา ในใช้การบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2554	15
3.2	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	17
4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	22
4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	22
4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	23
4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	23
4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	24
4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	24
4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จักบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (ต่อ)	25
4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ในการใช้บริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	26
4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาเหตุในการเลือกใช้บริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	27
4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการใช้บริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	28
4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	28

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเห็นต่อปริมาณการใช้บริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตในอีก 3 ปีข้างหน้า	29
4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำให้บุคคลรู้จักให้มาใช้บริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือไม่	29
4.14	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	30
4.15	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	32
4.16	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	34
4.17	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	36
4.18	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	38
4.19	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	40
4.20	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	42
4.21	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	44
4.22	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	45

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.23	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านราคา	47
4.24	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านสถานที่	49
4.25	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	51
4.26	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านบุคลากร	53
4.27	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	55
4.28	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	57
4.29	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	59
4.30	แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	60
4.31	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	63
4.32	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านราคา	66
4.33	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านสถานที่	68
4.34	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.35	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านบุคลากร	73
4.36	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	75
4.37	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	77
4.38	แสดงผลต่างของค่าเฉลี่ย (ความคาดหวัง – การรับรู้) และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่	80
4.39	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ	81
4.40	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ	84
4.41	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านสถานที่ จำแนกตามอายุ	87
4.42	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	88
4.43	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ	91
4.44	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามอายุ	94
4.45	การทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวัง และการรับรู้ ต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุ	96

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.46	แสดงผลต่างของค่าเฉลี่ย (ความคาดหวัง – การรับรู้) และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริการธนาคารทางอินเตอร์เน็ตของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	99

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved