

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 คำนิยามศัพท์	5
บทที่ 2 ทฤษฎี และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	6
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย	13
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	13
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	13
3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	14
3.5 การรายงานผลการศึกษา	14
3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	14
บทที่ 4 ประวัติความเป็นมาของอินเทอร์เน็ตผลการศึกษา	
4.1 ประวัติความเป็นมาอินเทอร์เน็ตของโลก	15
4.2 ประวัติความเป็นมาอินเทอร์เน็ตของประเทศไทย	17

บทที่ 5 ผลการวิจัย	18
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	
6.1 บทสรุป	36
6.2 ข้อเสนอแนะ	37
เอกสารอ้างอิง	39
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	42
ภาคผนวก ข. ฐานการอินเตอร์เน็ต	47
ประวัติผู้เขียน	53

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย	2
1.2 แสดงอัตราส่วนเว็บไซต์ที่ผู้ใช้นิยมเข้าไปใช้บริการ	3
5.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	18
5.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	18
5.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	19
5.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
5.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้โดยประมาณต่อเดือน	20
5.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้งานอินเทอร์เน็ต	20
5.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเริ่มรู้การใช้งานอินเทอร์เน็ต	21
5.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	21
5.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต	22
5.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเวลาในการใช้งานอินเทอร์เน็ต แต่ละครั้ง	22
5.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักของการใช้อินเทอร์เน็ต	23
5.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนสมุดบัญชีเงินฝากทั้งหมดที่มี	23
5.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบัตรเครดิตทั้งหมดที่มี	24
5.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารหลักที่ใช้ในปัจจุบัน	24
5.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายที่ต้องชำระผ่านทาง เคาน์เตอร์ธนาคาร	25
5.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยอดเงินรวมของค่าใช้จ่าย ทั้งหมดที่ต้องชำระผ่านทางเคาน์เตอร์ธนาคาร	26
5.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการไปชำระ แต่ละครั้งโดยประมาณต่อเดือน	26
5.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการทราบว่าสามารถทำ รายการชำระค่าใช้จ่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้	27

5.19	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการผ่านทาง ธนาคารอินเทอร์เน็ต	27
5.20	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความประหัยคในการใช้ บริการผ่านทางธนาคารอินเทอร์เน็ต	28
5.21	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามธนาคารอินเทอร์เน็ตที่ใช้ ในปัจจุบัน	28
5.22	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการชำระค่าใช้จ่าย ผ่านทางธนาคารอินเทอร์เน็ต	29
5.23	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจใช้ บริการธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	30
5.24	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้ไม่ใช้บริการ ธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต	30
5.25	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการชำระค่าใช้จ่าย ผ่านทางธนาคารอินเทอร์เน็ต	31
5.26	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญที่ทำให้ใช้ บริการทางธนาคารอินเทอร์เน็ต	32
5.27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศที่มีการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	32
5.28	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	33
5.29	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	33
5.30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	34
5.31	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	34
5.32	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่รู้จักหรือใช้อินเทอร์เน็ตกับการใช้บริการ ธนาคารทางอินเทอร์เน็ต	35
5.33	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตกับการใช้บริการธนาคารทาง อินเทอร์เน็ต	35

ญ

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	แนวโน้มและการเติบโตของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ต	3
2.1	โมเดลพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)	8



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved