

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	22
3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษา	22
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	23
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
3.6 สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย	26
3.7 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย	26

บทที่ 4 ผลการศึกษา	28
4.1 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าส่วนบุคคล ของธนาคารกรุงไทย (จำกัด) มหาชน	28
4.2 ผลการวิเคราะห์การใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของลูกค้าที่เป็นองค์กรธุรกิจของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	50
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	65
5.1 สรุปผลการศึกษา	65
5.2 ข้อเสนอแนะ	67
เอกสารอ้างอิง	69
ภาคผนวก	70
ประวัติผู้เขียน	100

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของลูกค้าส่วนบุคคลผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	29
4.2 แสดงพฤติกรรมการใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าส่วนบุคคล	33
4.3 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	36
4.4 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	37
4.5 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัด สินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	38
4.6 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัด สินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	39
4.7 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการตัด สินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	40
4.8 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการที่มีผลต่อ การตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	41
4.9 แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทางด้านอื่นๆของธนาคารที่มีผลต่อการตัด สินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	42
4.10 แสดงระดับคะแนนการตัดสินใจของลูกค้าส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของปัจจัยต่างๆ พร้อมกันทั้ง 7 ปัจจัย	43
4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ กับประเภทของบริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์	47
4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาของลูกค้าส่วนบุคคลในการใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	49

4.13	แสดงข้อมูลทั่วไปของลูกค้าองค์กรธุรกิจที่ใช้บริการและไม่ได้ใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking	53
4.14	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking	56
4.15	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking	57
4.16	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ ขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking	57
4.17	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัด สินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking	58
4.18	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านบุคลากรของธนาคารที่มีผลต่อการ ตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเภท Corporate Banking	59
4.19	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการของการให้บริการที่มีผล ต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ ประเภท Corporate Banking	59
4.20	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยด้านอื่นๆของธนาคารที่มีผลต่อการตัดสินใจ ขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking	60
4.21	แสดงระดับคะแนนเฉลี่ยของการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจในการเลือกใช้บริการ ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของปัจจัยต่างๆพร้อม กันทั้ง 7 ปัจจัย	61
4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของปัญหาขององค์กรธุรกิจที่ใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	62
4.23	แสดงความคิดเห็นขององค์กรธุรกิจที่มีได้ใช้บริการ Corporate Banking	63
4.24	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขององค์กรธุรกิจที่ไม่เลือกใช้บริการธนาคาร อิเล็กทรอนิกส์ประเภท Corporate Banking ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)	64

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1 แสดงรูปแบบทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค	10
2 แสดงรายละเอียดของแบบแผนพฤติกรรมของผู้ซื้อ	11
3 แสดงส่วนประสมทางการตลาด	19
4 กรอบแนวคิดในการศึกษา	22

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved