

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ ทักษะ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคาร
พาณิชย์ในประเทศไทย



นางสาวพรพรรณ ประจักษ์เนตร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-03-0691-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3 ก.ย. 2546

T.20159444

MEDIA EXPOSURE,KNOWLEDGE,ATTITUDE,PERCEIVED USES AND SATISFACTION WITH
E-BANKING SERVICE OF THAI COMMERCIAL BANKS

MISS PORNPUN PRAJAKNATE

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-03-0691-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

โดย

นางสาวพรพรรณ ประจักษ์เนตร

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

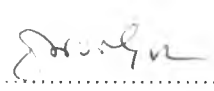
อาจารย์ที่ปรึกษา


รองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา)


..... กรรมการ
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

พรพรรณ ประจักษ์เนตร : การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. (MEDIA EXPOSURE, KNOWLEDGE, ATTITUDE, PERCEIVED USES AND SATISFACTION WITH E-BANKING SERVICE OF THAI COMMERCIAL BANKS)

อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์พัชณี เขยจรวยง, 280 หน้า. ISBN 974-03-0691-8..

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 461 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน,t-test และ One-way ANOVA ซึ่งประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากหนังสือพิมพ์,นิตยสาร,พนักงานของธนาคาร,ป้ายโฆษณาที่ป้ายรถโดยสารประจำทาง, เอกสารเผยแพร่, แผ่นพับ, โปสเตอร์,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารทางตู้ATM,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารในเวปไซต์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking
2. การเปิดรับข่าวสารจากบริการ E-Banking จากหนังสือพิมพ์,พนักงานของธนาคาร,เพื่อน,ป้ายโฆษณาที่ป้ายรถโดยสารประจำทาง,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารทางตู้ATM,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารในเวปไซต์ และสื่อโฆษณาผ่านทางสลิป ATM มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อบริการ E-Banking
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากโทรทัศน์,หนังสือพิมพ์,นิตยสาร,เพื่อน,บุคคลภายในครอบครัว,ป้ายโฆษณาที่ป้ายรถโดยสารประจำทาง,เอกสารเผยแพร่, แผ่นพับ,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารทางตู้ATM,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารในเวปไซต์และสื่อโฆษณาผ่านทางสลิป ATM มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking
4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากป้ายโฆษณาที่ป้ายรถโดยสารประจำทาง,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารทางตู้ATM และสื่อโฆษณาผ่านทางสลิป ATM มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจในบริการ E-Banking
5. ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการ E-Banking
6. ทัศนคติต่อบริการ E-Banking มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในบริการ E-Banking
7. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากโทรทัศน์,นิตยสาร,บุคคลภายในครอบครัว,ป้ายโฆษณาที่ป้ายรถโดยสารประจำทาง,เอกสารเผยแพร่, แผ่นพับ,โปสเตอร์,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารทางตู้ ATM และบูธของแต่ละธนาคารที่จัดขึ้นในนิทรรศการต่างๆ แยกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากหนังสือพิมพ์,พนักงานของธนาคาร,เพื่อนบ้าน,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารทางตู้ ATM ,สื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารในเวปไซต์แตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากหนังสือพิมพ์ ,เพื่อนบ้าน,บริการให้คำแนะนำทางโทรศัพท์ และสื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารในเวปไซต์ แยกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากเพื่อนบ้าน,บุคคลภายในครอบครัว,ป้ายโฆษณาที่ป้ายรถโดยสารประจำทาง,เอกสารเผยแพร่,แผ่นพับ,บริการให้คำแนะนำทางโทรศัพท์ และสื่อโฆษณาบริการต่างๆของธนาคารในเวปไซต์ แยกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากวิทยุ,พนักงานของธนาคาร,เพื่อนบ้านและบริการให้คำแนะนำทางโทรศัพท์ แยกต่างกัน
8. ผู้ใช้บริการที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่างกัน มีความรู้ การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในบริการ E-Banking แยกต่างกัน
9. ผู้ใช้บริการที่มี เพศ อายุ รายได้ ต่างกันมีทัศนคติต่อบริการ E-Banking แยกต่างกัน

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

4385101128 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD: MEDIA EXPOSURE/KNOWLEDGE/ATTITUDE/PERCEIVED USES/ SATISFACTION

PORNPUN PRAJAKNATE : MEDIA EXPOSURE,KNOWLEDGE,ATTITUDE,PERCEIVED USES AND SATISFACTION WITH E-BANKING SERVICE OF THAI COMMERCIAL BANKS.

THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.PATCHANEE CHEYJUNYA 280 pp.ISBN 974-03-0691-8.

The purpose of this research was to study the correlation among media exposure,knowledge,attitude ,perceived uses and satisfaction with E-Banking service of Thai Commercial Banks. Questionnaires were used to collect the data from a total of 461 users samples.Frequency,Percentage,Mean,Pearson's Product Moment Correlation Coefficient,T-test,One-way ANOVA were employed for the test of the differences and the correlations among variables under study. SPSS program was used for data processing.

The results of the study were as follows :

1. Exposure to information about E-Banking services from newspaper,magazines,bank's officials,bus stop ads ,pamphlets,folders,posters,ATM's ad ,Thai commercial bank website, ATM slip positively correlated with knowledge.
- 2.Exposure to information about E-Banking services from newspaper,bank's officials,friend,bus stop ads , ATM's ad ,Thai commercial bank website, ATM slip positively correlated with attitude.
- 3.Exposure to information about E-Banking services from television,newspaper,magazines,friend ,relatives,bus stop ads ,pamphlets,folders,ATM's ad ,Thai commercial bank website, ATM slip positively correlated with perceived uses.
4. Exposure to information about E-Banking services from bus stop ads , ATM 's ad, ATM slip positively correlated with satisfaction.
5. Knowledge about E-Banking services positively correlated with attitude,perceived uses and satisfaction on E-Banking services .
6. Attitude toward E-Banking services positively correlated with Satisfaction on E-Banking services.
7. Users differing in sex were exposure about E-Banking services from television,magazines,relatives, bus stop ads ,pamphlets,folders,posters,ATM's ad and exhibition. Users differing in age were exposure about E-Banking services from newspaper, bank's officials,neighbour,ATM's ad and Thai commercial bank website. Users differing in education were exposure about E-Banking services from newspaper,neighbour,phone banking and Thai commercial bank website. Users differing in occupation were exposure about E-Banking services from neighbour,relatives,bus stop ads, pamphlets,folders, phone banking ,Thai commercial bank website. Users differing in income were exposure about E-Banking services from radio, bank's officials,neighbour and phone banking.
- 8.Users differing in age ,education ,income are different in knowledge, perceived uses and satisfaction on E-Banking services.
- 9.Users differing in sex, age, income are different in attitude toward E-Banking services

Department Public Relations..... Student's signature.....
Field of study Development Communication..... Advisor's signature.....
Academic year 2001..... Co-advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจให้ลูกเรียนหนังสือและทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอบคุณน้ำซึ่พพอกคนที่สอง และน้องอรรถที่คอยช่วยเหลือพี่เสมอ ขอบคุณนักคนพิเศษที่เป็นกำลังใจในทุก ๆ เรื่อง การรับฟังปัญหาและการช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถที่มีให้เสมอ ขอบคุณพี่ติพิ่สาวที่น่ารักที่เป็นแรงจูงใจของชีวิตทำให้ผู้วิจัยมีวันนี้

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของรองศาสตราจารย์พัชนี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่อาจารย์ได้ให้คำแนะนำ ความคิดเห็น ความช่วยเหลือในทุก ๆ เรื่องอย่างดี ในการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการวิจัยมาด้วยดี โดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวิดี บุญลือ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ และ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำและความคิดเห็นเป็นอย่างดีแก่ผู้วิจัย รวมทั้งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มาตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษา

ขอบคุณเป้ และจุ่ม สำหรับความเป็นเพื่อนที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือ ผู้วิจัยอย่างดี ขอบคุณ อ้อเพื่อนที่คอยให้คำปรึกษา มิ่งที่เป็นแรงผลักดันให้เพื่อนคนนี้ตั้งใจเรียนหนังสือและพี่แหม่ม เดือน เหมียว โอ้ เจน และเพื่อนนิเทศศาสตร์พัฒนาการทุกคนที่เป็นกำลังใจ เดิ้ล โอ้ อู๋ นก แอ้ม แอน หมู และเพื่อนหอการค้าทุกคน ที่คอยช่วยเพื่อนเก็บข้อมูลจนสำเร็จ

ขอบพระคุณธนาคารกสิกรไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารเอเซียที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอขอบคุณธนาคารกสิกรไทยที่สนับสนุนทุนในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอบคุณเบเกอรี่มิวสิคที่ ประพันธ์เพลงฤดูที่แตกต่าง และถ่ายทอดออกมาได้อย่างดีเยี่ยม จนกลายเป็นพลังสำคัญเวลาที่ผู้วิจัยท้อแท้ เมื่อฟังเพลงนี้ จะมีกำลังใจและสามารถทำงานและดำเนินชีวิตได้ต่อไป

ท้ายนี้ขอขอบคุณ ผู้ที่อยู่ในหัวใจ ที่ทำให้ผู้วิจัยเปลี่ยนแปลงชีวิต และเป็นกำลังใจแรงผลักดัน แรงจูงใจ ให้ผู้วิจัยเรียน ทำวิทยานิพนธ์และทำทุกสิ่งทุกอย่างจนสำเร็จ และมีวันนี้ของชีวิต

นางสาวพรพรรณ ประจักษ์เนตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ซ
บทที่ 1	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
สมมติฐานการวิจัย.....	7
ขอบเขตการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	13
ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร.....	13
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้.....	31
แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	36
แนวความคิดด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ.....	50
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ.....	59
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารนวงกรม.....	61
แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร.....	72
รูปแบบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์.....	76
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	82
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	96
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	96
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	96
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	97

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	98
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	101
เกณฑ์ในการให้คะแนน.....	103
การการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	105
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	106
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	106
การประมวลผลข้อมูล.....	106
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	107
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น.....	107
ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	108
การเปิดรับข่าวสาร.....	113
ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking.....	121
ทัศนคติต่อบริการ E-Banking.....	124
การรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking.....	128
พฤติกรรมการใช้บริการ E-Banking	131
ความพึงพอใจในบริการ E-Banking	136
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	190
สรุปผลการวิจัย.....	191
อภิปรายผล.....	207
ข้อเสนอแนะ.....	234
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	238
รายการอ้างอิง.....	240
ภาคผนวก.....	250
ภาคผนวก ก.....	251
ภาคผนวก ข.....	259
ประวัติผู้วิจัย.....	280

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	108
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	109
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	110
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	111
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	112
ตารางที่ 6.. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้งใน การเปิดรับข่าวสารจากบริการ E-Banking ของสื่อประเภทต่างๆ	113
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับบริการ E-Banking จากสื่อทุกชนิด.....	117
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับบริการ E- Banking จากสื่อมวลชน.....	118
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับบริการ E-Banking จากสื่อบุคคล.....	119
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับบริการ E- Banking จากสื่อเฉพาะกิจ.....	120
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-banking.....	121
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความรู้เกี่ยวกับบริการ E-banking.....	123
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ทัศนคติต่อบริการ E-Banking	124
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับทัศนคติต่อบริการ E-Banking	127
ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking	128
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking	130

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ธนาคารพาณิชย์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการ.....	131
ตารางที่ 18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ E-Banking.....	132
ตารางที่ 19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การใช้บริการ E-Banking รูปแบบต่างๆ.....	133
ตารางที่ 20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ประเภทการใช้บริการ E-Banking.....	134
ตารางที่ 21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปัญหาที่เกิดจากการใช้บริการ E-Banking	135
ตารางที่ 22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ความพึงพอใจในบริการ E-Banking.....	136
ตารางที่ 23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความพึงพอใจในบริการ E-Banking.....	139
ตารางที่ 24	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับบริการ E-Banking กับความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking.....	140
ตารางที่ 25	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking กับทัศนคติต่อบริการ E-Banking.....	143
ตารางที่ 26	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking กับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสาร เกี่ยวกับบริการ E-Banking.....	146
ตารางที่ 27	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking กับความพึงพอใจใน บริการ E-Banking	149
ตารางที่ 28	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking กับทัศนคติต่อบริการ E-Banking	151
ตารางที่ 29	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking กับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking.....	152

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 30	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking กับความพึงพอใจในบริการ E-Banking.....	153
ตารางที่ 31	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ทัศนคติต่อบริการ E-Banking กับความพึงพอใจในบริการ E-Banking.....	154
ตารางที่ 32	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจจำแนกตามเพศ.....	155
ตารางที่ 33	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E-Banking จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจจำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน.....	157
ตารางที่ 34	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ บริการ E-Banking จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจจำแนกตามกลุ่ม ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	160
ตารางที่ 35	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ บริการ E-Banking จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจจำแนกตามกลุ่ม ที่มีอาชีพต่างกัน.....	163
ตารางที่ 36	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ บริการ E-Banking จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจจำแนกตามกลุ่ม ที่มีรายได้ต่างกัน.....	167
ตารางที่ 37	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking จำแนกตามเพศ.....	170
ตารางที่ 38	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน	171
ตารางที่ 39	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	172
ตารางที่ 40	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....	173
ตารางที่ 41	แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน.....	174

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 42 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อบริการ E-Banking จำแนกตามเพศ.....	175
ตารางที่ 43 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน	176
ตารางที่ 44 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	177
ตารางที่ 45 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....	178
ตารางที่ 46 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทัศนคติต่อบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน.....	179
ตารางที่ 47 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประโยชน์ จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการE-Banking จำแนกตามเพศ.....	180
ตารางที่ 48 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประโยชน์ จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการE-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน	181
ตารางที่ 49 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประโยชน์จาก ข่าวสารเกี่ยวกับบริการE-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน....	182
ตารางที่ 50 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประโยชน์ จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการE-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....	183
ตารางที่ 51 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการรับรู้ประโยชน์ จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการE-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน.....	184
ตารางที่ 52 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในบริการ E-Banking จำแนกตามเพศ.....	185
ตารางที่ 53 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอายุต่างกัน	186
ตารางที่ 54 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกัน.....	187
ตารางที่ 55 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....	188

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 56 แสดงผลของการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจในบริการ E-Banking จำแนกตามกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน.....	189
ตารางที่ 57 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน.....	205
ตารางที่ 58 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ.....	206

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 1 แสดงประเภทของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ.....	48
แผนภาพที่ 2 แสดงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ.....	59
แผนภาพที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารและการเผยแพร่นวัตกรรม.....	66