

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การวิเคราะห์เว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ไทย

ผู้เขียน

นางสาวกันยรัตน์ สุมณศิริ

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สารสนเทศศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์รัตนา ณ ลำพูน

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ไทย และเพื่อให้ทราบรูปแบบและวิธีการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ไทยรวม 7 แห่ง ประกอบด้วยธนาคารขนาดใหญ่ 4 แห่งและขนาดกลาง 3 แห่ง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย แบบสำรวจเว็บไซต์ แบบสอบถาม และแบบประเมินด้านการออกแบบและการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ สถิติที่ใช้ในการศึกษา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิเคราะห์พบว่า เว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ไทยมีรูปแบบเป็น Dynamic Website และจัดอยู่ในประเภทของเว็บไซต์ธุรกิจและการตลาด เว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ 4 แห่ง นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาและนโยบายกำกับดูแลกิจการ ประเภทลูกค้า ผลิตภัณฑ์และบริการประเภทต่างๆ รวมทั้งข่าวสารและกิจกรรม สำหรับธนาคารพาณิชย์ขนาดกลาง 3 แห่ง พบว่าเนื้อหาทุกด้านที่นำเสนอบนเว็บไซต์คล้ายคลึงกับธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นการออกแบบและการนำเสนอเนื้อหาบนเว็บไซต์ของผู้ดูแลเว็บไซต์ธนาคารแต่ละแห่ง พบว่า ด้านการออกแบบเว็บไซต์ของธนาคารขนาดใหญ่มีผลการวิเคราะห์โดยรวมในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.30 ความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน ได้แก่ หน้าจอแสดงถึงลักษณะของธนาคาร และสามารถเข้าถึงโดยไม่จำกัดเบราว์เซอร์ ส่วนผลการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.00 ความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 5.00 คือ มีการนำเสนอข้อมูลของธนาคารที่ครอบคลุม สำหรับธนาคารขนาดกลางมีผลการวิเคราะห์ด้านการออกแบบเว็บไซต์โดยรวมในระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.26

ความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 5.00 คือ เว็บไซต์ของธนาคารสามารถเข้าถึงโดยไม่จำกัด  
เว็บเบราว์เซอร์ และมีผลการวิเคราะห์ด้านการนำเสนอเนื้อหาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย  
3.21 ความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน คือ มีการนำเสนอข้อมูลของ  
ธนาคารที่ครอบคลุม และมีการนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นระบบ

ผลการประเมินการออกแบบเว็บไซต์ธนาคารพาณิชย์ไทยโดยผู้เชี่ยวชาญโดยจำแนกเป็นราย  
ธนาคาร พบว่า ธนาคารขนาดใหญ่ทั้ง 4 แห่ง ที่มีผลการประเมินการออกแบบเว็บไซต์โดยรวมใน  
ระดับมาก โดยเว็บไซต์ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.30 และมีความ  
คิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 5.00 เท่ากัน คือ การจัดวางตาราง การแบ่งกรอบ การจัดวาง  
หน้า ใช้พื้นที่ว่างและการกำหนดบรรทัดมีความเหมาะสม สำหรับเว็บไซต์ธนาคารขนาดกลางมีผล  
การประเมินโดยรวมในระดับมากโดยเว็บไซต์ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยมาก  
ที่สุด คือ 4.05 และมีรายการความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.67 เท่ากัน คือ ความ  
กว้างของหน้าเว็บเบราว์เซอร์ความละเอียดของหน้าจอมีความเหมาะสม และเว็บไซต์มีความ  
สวยงาม ทั้งนี้ธนาคารขนาด จำกัด (มหาชน) มีรายการความคิดเห็นที่อยู่ในระดับและค่าเฉลี่ย  
ดังกล่าวเช่นกัน คือ มีรายชื่อ ที่อยู่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ จดหมายข่าว กลุ่มข่าว การพูดคุย  
นอกจากนั้นผู้ศึกษาได้เสนอข้อค้นพบจากการศึกษาและข้อเสนอแนะไว้ในงานนี้ด้วย

**Independent Study Title** Analysis of Thai Commercial Banks' Websites

**Author** Miss Kanyarat Sumonsiri

**Degree** Master of Arts (Information Studies)

**Independent Study Advisor** Associate Professor Ratana Na Lamphun

## ABSTRACT

This study aimed to analyze Thai commercial banks and to find the form and how the contents of their websites are presented. The samples used in this study were seven Thai commercial websites which consisted of 4 large banks and 3 medium banks. The instruments consisted of the surveys, questionnaires and website evaluation forms. The statistics used were percentage, means and standard deviation.

From the study, it was found that Thai commercial websites are in the form of dynamic website and are classified as business and marketing websites. The four large Thai commercial banks present their backgrounds and corporate governance policies. In terms of customers, the information of products, types of services including news and activities are presented. For the three medium Thai commercial banks, in general, all aspects of information are presented as same as the four large Thai commercial banks.

The results of evaluating the designs of Thai commercial banks from each bank's web master were found that the satisfaction level towards their designs were rated at the highest level at  $\bar{X}=4.30$ . The aspects rated at the high level at  $\bar{X}=5.00$  are such as the screen displaying the unique of the banks and the access with unlimited browsers. For the results of analyzing the overall contents, they were rated at the moderate level at  $\bar{X}=3.00$ . The aspect rated at the highest level at  $\bar{X}=5.00$

is how the contents are completely presented. For the medium size banks, the overall satisfaction level towards their designs were rated at the high level at  $\bar{X}=4.26$ . The aspect rated at the highest level at  $\bar{X}=5.00$  is the access with unlimited browsers. Also, the overall contents were rated at the moderate level at  $\bar{X}=3.21$  and the ways they present the contents completely and systematically were rated the highest level at  $\bar{X}=4.67$ .

It was found that in terms of experts' opinions towards the designing websites of each Thai Commercial Bank and among the large four Thai commercial banks, Siam Commercial Bank's design got the highest rate. Siam Commercial Bank's website has the highest mean at 4.30 and the aspects of arranging the tables, dividing margins, setting the pages, using the space and setting up the lines appropriately were equally rated at the highest rate at 5.00. For the medium banks' websites, they were evaluated at the highest level. TMB Bank has the highest mean at 4.05 and the aspects which were rated at the same highest mean at 4.67 are the width of the web browsers, the proper screen solutions and the beauty of the websites. Also, Thanachart Bank's name lists, addresses, electronic mails, newsletters, new groups and discussion were rated the same. Furthermore, the researcher gives suggestions for further studies as well.