

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ท
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 ทฤษฎีอุปสงค์	7
2.2 แนวคิดด้านการตลาดบริการ	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	10
2.4 ทฤษฎีเสนอชื่อของผู้ใช้บริการ	11
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	15
3.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	16

3.3 ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	17
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	17
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
4.1 ด้านข้อมูลทั่วไป	19
4.2 ด้านพฤติกรรมของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่มาใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน	22
4.3 ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของ พนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน	25
4.4 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระ ค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงชีลำพูน	31
<b>บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลการศึกษา	62
5.2 ข้อเสนอแนะ	65
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	67
<b>ภาคผนวก</b>	69
<b>ประวัติผู้เขียน</b>	74

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	แสดงค่าธรรมเนียมจากการรับชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเคาน์เตอร์ ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงกิ้งีลำพูน ในช่วงเดือน ม.ค. - ธ.ค. 2552	4
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	19
4.2	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	20
4.3	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	20
4.4	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	21
4.5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงรายได้	21
4.6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะที่พักอาศัย	22
4.7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทการใช้บริการ	22
4.8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้ต่อเดือน	23
4.9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนรายการที่ใช้บริการ ต่อเดือน	23
4.10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนช่วงเวลาที่ใช้บริการ	24
4.11	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามมูลค่าในการชำระค่า สินค้าและบริการในแต่ละครั้ง	24
4.12	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงกิ้งีลำพูน	25
4.13	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงกิ้งีลำพูน	26
4.14	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงกิ้งีลำพูน	27

4.15	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขต นิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงกิ้งลำพูน	28
4.16	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านพนักงานที่ให้บริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคม อุตสาหกรรมภาคเหนือผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงกิ้งลำพูน	29
4.17	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือก ใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการของพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม ภาคเหนือผ่านเคาน์เตอร์ธนาคารกรุงไทย สาขาย่อยบึงกิ้งลำพูน	30
4.18	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านความหลากหลายของประเภทที่รับชำระ	31
4.19	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์ของธนาคาร	32
4.20	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านความมีชื่อเสียงของธนาคาร	33
4.21	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านอัตราค่าธรรมเนียมถูกกว่าช่องทางหรือธนาคารอื่นๆ	34
4.22	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านที่จอดรถสะดวก	35
4.23	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านความกว้างขวางของสถานที่	36
4.24	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่	37
4.25	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านเวลาเปิดทำการสะดวกต่อการใช้บริการ	38
4.26	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านมีบริการอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และน้ำดื่ม	39
4.27	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัย ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	40

4.28	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการแนะนำจากผู้เคยใช้บริการ	41
4.29	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการชิงโชค สะสมแต้มในการชำระ	42
4.30	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้ส่วนลดในการชำระครั้งต่อไป	43
4.31	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการบริการของพนักงานที่มีคุณภาพ	44
4.32	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ	45
4.33	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความเป็นกันเองของพนักงาน	46
4.34	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสะดวกรวดเร็วในการบริการ	47
4.35	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความถูกต้องและปลอดภัยจากการใช้บริการ	48
4.36	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความพร้อมและประสิทธิภาพของอุปกรณ์ในสาขา	49
4.37	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความถูกต้องและปลอดภัยจากการใช้บริการ	50
4.38	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการชิงโชค สะสมแต้ม	51
4.39	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการให้ส่วนลดในการชำระครั้งต่อไป	52
4.40	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความหลากหลายของประเภทที่รับชำระ	53
4.41	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความเป็นกันเองของพนักงานพนักงาน	54
4.42	ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านที่จอดรถสะดวก	55

4.43	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์	56
4.44	ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาค่าธรรมเนียม	57
4.45	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาค่าธรรมเนียม	58
4.46	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านที่จอดรถสะดวก	59
4.47	ความสัมพันธ์ระหว่างที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเวลาเปิดทำการสะดวก	61

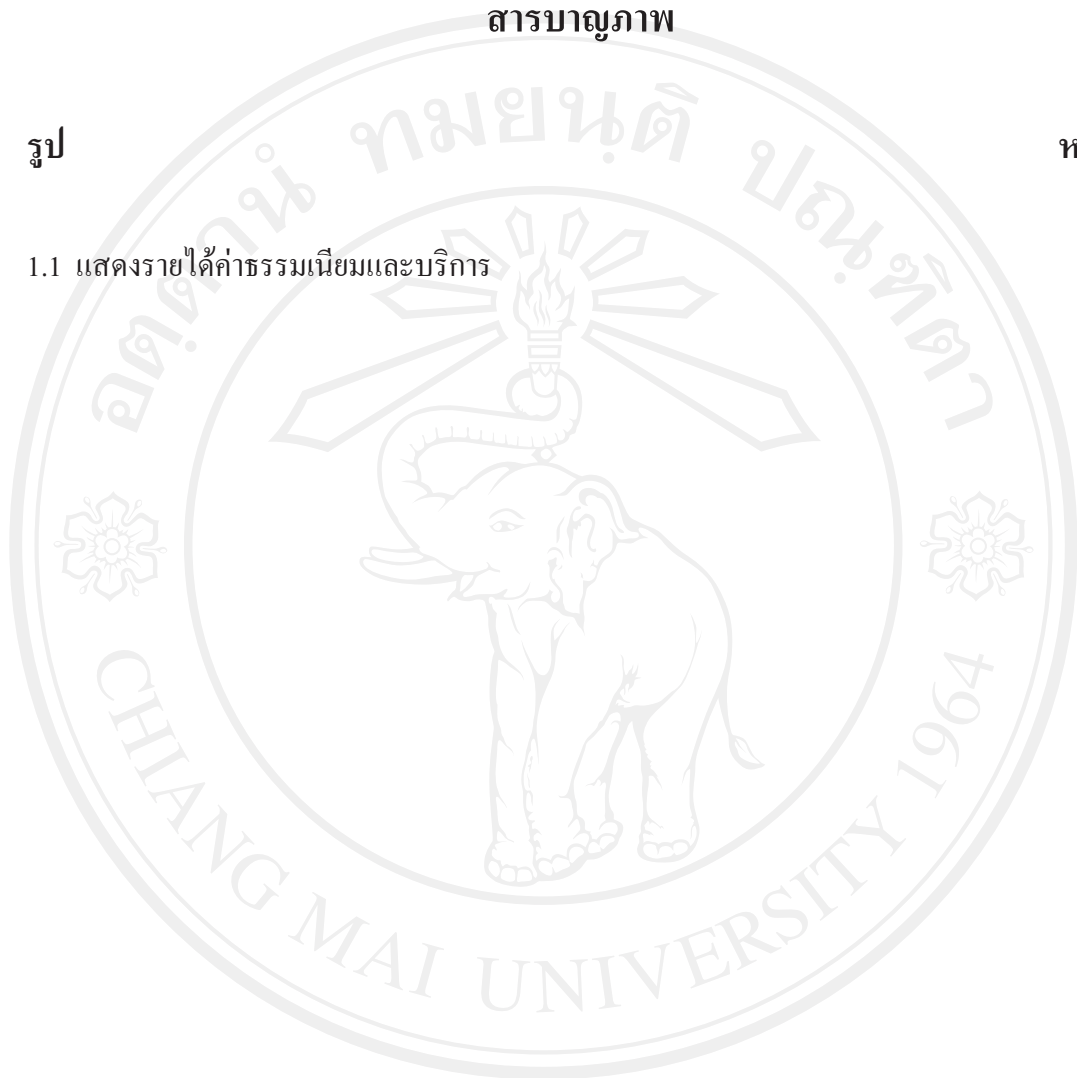
## สารบัญภาพ

รูป

หน้า

1.1 แสดงรายได้ค่าธรรมเนียมและบริการ

2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved