

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.4 ขอบเขตการศึกษา	8
1.5 นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้การสื่อสาร	10
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี	11
2.3 ทฤษฎีอุปสงค์	12
2.4 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	14
2.5 ทฤษฎีเสนอชื่อของผู้ใช้บริการ	22
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	26
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33

4.2	พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
4.3	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเลเซอร์ เอทีเอ็ม	53
4.4	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเลเซอร์ เอทีเอ็ม	87
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	104
5.2	ข้อเสนอแนะ	108
เอกสารอ้างอิง		109
ภาคผนวก		
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	113
	ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์โดยใช้ Chi-square	123
ประวัติผู้เขียน		135

สารบัญตาราง

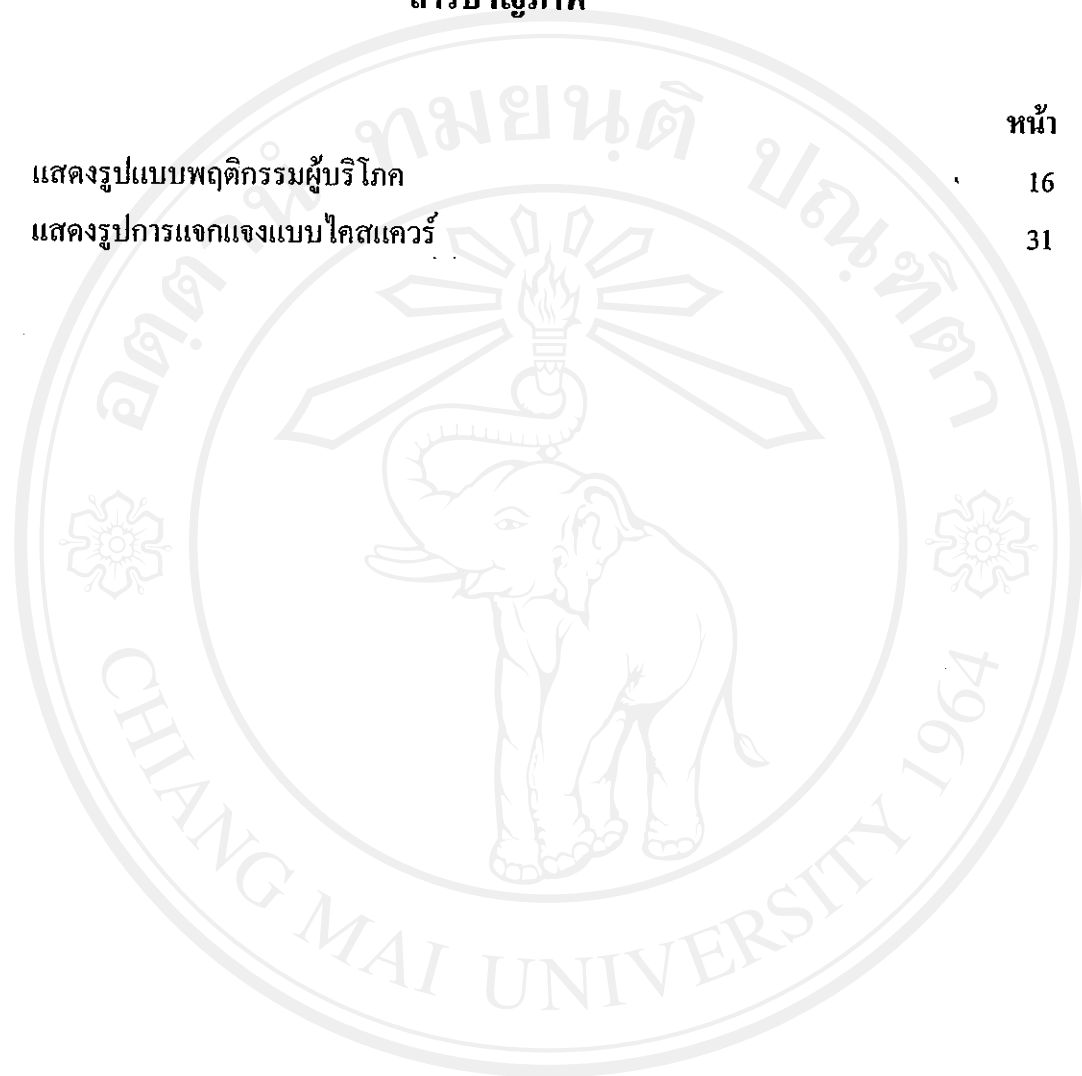
ตาราง	หน้า
1.1 เงินฝาก สินเชื่อ และสินทรัพย์ของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) ในปี 2537 – 2549	4
1.2 ตารางแสดงความแตกต่างระหว่าง เคาน์เตอร์เซอร์วิส และ เลเซอร์ เอทีเอ็ม	5
1.3 ข้อมูลการชำระเงินค่าสาธารณูปโภคผ่านสถาบันการเงิน	7
4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเลเซอร์เอทีเอ็มของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	34
4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเลเซอร์เอทีเอ็มของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	35
4.3 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์ เอทีเอ็มของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	36
4.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเลเซอร์เอทีเอ็มของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	37
4.5 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิส และเลเซอร์เอทีเอ็มของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	38
4.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์ เอทีเอ็มของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	39
4.7 แหล่งข้อมูลการให้บริการของเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์เอทีเอ็ม	40
4.8 เหตุผลในการเลือกใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์เอทีเอ็ม	41
4.9 จุดรับบริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์เอทีเอ็ม	43
4.10 ช่วงเวลาที่ใช้บริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่ใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์เอทีเอ็ม	46
4.11 วันที่ใช้บริการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่ใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์ เอทีเอ็ม	47
4.12 จำนวนการให้บริการต่อเดือนที่กลุ่มตัวอย่างเลือกที่ใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์ เอทีเอ็ม	49

4.13	ประเภทการให้บริการของกลุ่มตัวอย่างเลือกที่ใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสและ เลเซอร์ เอทีเอ็ม	50
4.14	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการ ระหว่าง เคาน์เตอร์เซอร์วิส และ เลเซอร์ เอทีเอ็มในภาพรวม	54
4.15	ปัจจัยด้านระยะทางของจุดให้บริการ	58
4.16	ปัจจัยด้านระยะทางระหว่างจุดให้บริการกับสถานที่ทำงาน	59
4.17	ปัจจัยด้านบริเวณและที่ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการค้นหา	60
4.18	ปัจจัยด้านบริเวณที่จอดรถของสถานที่ให้บริการ	61
4.19	ปัจจัยด้านความสะดวกในทางเข้า – ออกสะดวก	63
4.20	ปัจจัยด้านความปลอดภัย	64
4.21	ปัจจัยความหลากหลายของบริการที่รับชำระ	65
4.22	ปัจจัยด้านความปลอดภัยในรูปแบบที่รับชำระ	66
4.23	ปัจจัยด้านคุณภาพ เชื้อถือได้ของบริการ	67
4.24	ปัจจัยด้านความทันสมัยของเครื่องมือและอุปกรณ์	69
4.25	ปัจจัยด้านความซับซ้อนของการให้บริการ	70
4.26	ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการ	71
4.27	ปัจจัยด้านขั้นตอนในการทำรายการ	73
4.28	ปัจจัยด้านระยะเวลาในการให้บริการ	74
4.29	ปัจจัยด้านระยะเวลาการรอคอย	75
4.30	ปัจจัยด้านเวลาที่ใช้ในการทำรายการ	76
4.31	ปัจจัยด้านความพึงพอใจของจุดให้บริการ	78
4.32	ปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการได้หลากหลาย	79
4.33	ปัจจัยด้านบริษัทร่วมรับชำระค่าสินค้าและบริการ	80
4.34	ปัจจัยด้านการโฆษณา	82
4.35	ปัจจัยด้านการช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่	83
4.36	ปัจจัยด้านชื่อเสียงและความมั่นคง	84
4.37	ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและบริการระหว่าง เคาน์เตอร์เซอร์วิส และ เลเซอร์ เอทีเอ็มในภาพรวม	87
4.38	ความพึงพอใจด้านสถานที่ตั้ง	89
4.39	ความพึงพอใจด้านป้ายหรือสัญลักษณ์	90

4.40	ความพึงพอใจด้านสถานที่ติดต่อสอบถาม	91
4.41	ความพึงพอใจด้านความสะอาด	92
4.42	ความพึงพอใจด้านที่จอดรถ	93
4.43	ความพึงพอใจด้านความสว่างของสถานที่ให้บริการ	94
4.44	ความพึงพอใจด้านความซับซ้อนของการใช้บริการ	95
4.45	ความพึงพอใจด้านอุปกรณ์	96
4.46	ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของเครื่องที่ให้บริการ	96
4.47	ความพึงพอใจด้านบริการ	97
4.48	ความพึงพอใจด้านระยะเวลาในการให้บริการ	98
4.49	ความพึงพอใจด้านความหลากหลายของบริการ	99
4.50	สรุปการทดสอบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ บริการชำระค่าสินค้าและบริการระหว่างเคาน์เตอร์เซอร์วิสและเลเซอร์ เอทีเอ็ม	100
4.51	สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในการชำระค่าสินค้าและ บริการระหว่าง เคาน์เตอร์เซอร์วิส และเลเซอร์ เอทีเอ็ม	101
4.52	สรุปความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการชำระค่าสินค้าและบริการระหว่าง เคาน์เตอร์ เซอร์วิส และเลเซอร์ เอทีเอ็ม	102

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
1.1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค	16
1.2	แสดงรูปการแจกแจงแบบโคสแควร์	31



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved