

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	7
2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์	7
2.1.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
2.1.3 ทฤษฎีการประมาณค่าแบบจำลองถดถอยที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรหุ่น	15
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการทำวิจัย	28
3.2 วิธีการประมวลผลและการวิเคราะห์	28
3.3 การสร้างแบบจำลอง	29
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	33
4.2 ความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากธนาคารกสิกรไทย	37

4.3	ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ	39
4.4	การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	40
4.5	ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ	45
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการวิจัย	47
5.1.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	47
5.1.2	ด้านความพึงพอใจในบริการที่ได้รับจากธนาคารกสิกรไทย	48
5.1.3	ความพึงพอใจด้านสถานที่ประกอบการ	49
5.1.4	การศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ	50
5.1.5	การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ	51
5.2	ข้อเสนอแนะ	51
	เอกสารอ้างอิง	53
	ภาคผนวก	55
	ประวัติผู้เขียน	60

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	เพศของกลุ่มตัวอย่าง	34
4.2	อายุของกลุ่มตัวอย่าง	34
4.3	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.4	อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.5	รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	36
4.6	สถานภาพการสมรสของกลุ่มตัวอย่าง	36
4.7	ประเภทของผลิตภัณฑ์ของธนาคารที่กลุ่มตัวอย่างใช้อยู่	37
4.8	แสดงความพึงพอใจในบริการด้านต่างๆ ได้รับจากธนาคารกสิกรไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	38
4.9	แสดงความรู้สึกเกี่ยวกับสถานที่ประกอบการของธนาคารกสิกรไทย	40
4.10	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Maximum Likelihood Estimate	41
4.11	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์โดยวิธี Marginal Effect	42
4.12	ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ให้บริการ	46

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
2.1 แสดงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์	7
2.2 แสดงแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อ (ผู้บริโภคร)	10



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved