

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	13
2.3 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	15
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	21
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	21
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	22

3.3	ข้อมูลที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	22
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	23
3.5	วิธีการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4	ผลการศึกษา	26
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	26
4.2	ปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าธนาคารกสิกรไทยจำกัด(มหาชน)ในการเลือกใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ	30
4.3	พฤติกรรมการใช้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ	41
4.4	ความพึงพอใจการให้บริการทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ	51
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา	63
5.1	สรุปผลการศึกษา	63
5.2	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	65
5.3	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	66
เอกสารอ้างอิง		67
ภาคผนวก		69
ประวัติผู้เขียน		89

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนธุรกรรมทางการเงินจากธนาคารพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์มือถือ	2
ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	28
ตารางที่ 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการในภาพรวม	32
ตารางที่ 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามอายุ	35
ตารางที่ 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการทางการเงินจำแนกตามรายได้	39
ตารางที่ 4.5 ระยะเวลาในการใช้บริการทางการเงินของกลุ่มตัวอย่าง	42
ตารางที่ 4.6 เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ทำธุรกรรมทางการเงิน	43
ตารางที่ 4.7 ประเภทของธุรกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	44
ตารางที่ 4.8 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	45
ตารางที่ 4.9 จำนวนครั้งของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	46
ตารางที่ 4.10 แหล่งการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	47
ตารางที่ 4.11 ผู้ที่แนะนำให้ใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	48
ตารางที่ 4.12 สถานที่ที่ใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	49
ตารางที่ 4.13 ด้านบริการอื่นๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	50
ตารางที่ 4.14 ปัญหาที่พบของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทางการเงิน	51
ตารางที่ 4.15 ความพึงพอใจที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการในภาพรวม	53
ตารางที่ 4.16 ความพึงพอใจที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการจำแนกตามอายุ	56
ตารางที่ 4.17 ความพึงพอใจที่มีผลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการจำแนกตามรายได้	60

สารบัญญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 สถิติของผู้ใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของธนาคารพาณิชย์ พ.ศ. 2557	3
ภาพที่ 3.1 กรอบแนวความคิด	22



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved