

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
<b>บทที่ 2 เอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	7
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	17
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ	31
ประวัติความเป็นมาของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย	37
นโยบายการพัฒนาระบบบริการของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>53</b>
ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	53
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
วิธีการรวบรวมข้อมูล	54
การวิเคราะห์ข้อมูล	54
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	55
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>57</b>
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการของธนาคารกรุงไทย	62
ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ของผู้ให้บริการ จำแนก ตามสถานภาพส่วนบุคคล	116
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>165</b>
สรุปผลการวิจัย	166
อภิปรายผล	176
ข้อเสนอแนะ	179
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	180
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>181</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>184</b>
แบบสอบถาม	187
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>193</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	59
4.2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามเพศ	62
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามอายุ	69
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามสถานภาพสมรส	77
4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา	84
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ	92
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	100
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	108
4.9 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเพศ	116

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.10	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอายุ	122
4.11	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส	129
4.12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	135
4.13	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ	141
4.14	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามรายได้	149
4.15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการ	157

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	15
2.2	โครงสร้างของระบบการบริการ	23

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี