สารบาญ

หน้า

บทคัดย่อ..... (1)

กิตติกรรมประกาศ..... (2)

สารบาญตาราง..... (7)

สารบาญภาพประกอบ..... (10)

บทที่

1. บทนำ..... 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

1.3 ขอบเขตของการวิจัย..... 3

1.4 สมมุติฐานของการศึกษา..... 3

1.5 วิธีการดำเนินงานวิจัย..... 4

1.6 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 4

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 5

1.8 นิยามศัพท์..... 6

1.9 แผนงานวิจัย..... 9

2. กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 10

2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี..... 10

2.1.1 นวัตกรรมทางการเงินในประเทศไทย..... 10

2.1.2 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค..... 11

2.1.2.1 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค..... 12

2.1.2.2 พฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้บริโภค..... 13
2.1.2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค..... 14
2.1.3 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ..... 15
2.1.4 ทฤษฎีความต้องการหลักทรัพย์..... 17
2.1.4.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความเสี่ยงจากการลงทุนในตราสารหนี้.... 18
2.1.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคคลิกภาพ และทัศนคติ..... 20
2.1.5.1 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ..... 21
2.1.5.2 ความทุ่มเทความพยามยามในการซื้อ..... 22
2.1.6 การจัดสรรเงินลงทุน..... 22
2.1.6.1 การจัดสรรเงินลงทุนของบุคคลทั่วไป..... 22
2.1.6.2 วงจรชีวิตและความมั่งคั่งและกลยุทธ์การลงทุน 22
2.1.6.3 ระดับการยอมรับความเสี่ยง 24
2.1.7 องค์ประกอบของตราสารหนี้..... 25
2.1.8 คุณภาพการบริการ (Quality of services)..... 26
2.1.8.1 กลยุทธ์และปัจจัยสู่ความสำเร็จในการปรับปรุงคุณภาพการ.....
บริการ 28
2.1.8.2 รูปแบบที่มีประสิทธิผลของคุณภาพการบริการ..... 29
2.1.9 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการ..... 30
2.1.9.1 การบริหารความสำคัญลูกค้า 32
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 35

3. ระเบียบวิธีวิจัย..... 38

3.1 สมมุติฐานของการศึกษา..... 38
3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย..... 39
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 40
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล..... 41

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล 43
3.6 ตัวแปรและการให้คะแนนคำตอบ..... 43
3.6.1 ปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ 44
3.6.2 ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ 45

4. ผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล..... 50

4.1 โครงสร้างข้อมูลของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่..... 50
4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่..... 50
4.1.2 การวิเคราะห์ความความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับปัจจัยด้าน....
องค์ประกอบของตราสารหนี้และปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาด.....
ตราสารหนี้..... 53
4.2 โครงสร้างข้อมูลขององค์ประกอบของตราสารหนี้..... 76
4.2.1 ข้อมูลในส่วนองค์ประกอบของตราสารหนี้..... 76
4.3 โครงสร้างข้อมูลของเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้..... 82
4.3.1 ให้คำปรึกษาทางด้านการลงทุนของเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้..... 82

5. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ..... 95

5.1 สรุปผลการวิจัย..... 95
5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อวางแนวทางกลยุทธ์..... 99
5.2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ 103
5.2.2 กลยุทธ์ด้านการให้บริการหรือด้านเจ้าหน้าการตลาดตราสารหนี้..... 104
5.2.3 การวางแนวกลยุทธ์ด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้และด้าน.....
เจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ของนักลงทุนในแต่ละช่วงอายุ..... 105

ภาคผนวก

ก. แบบสำรวจความคิดเห็น “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารหนี้……
ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่ ศึกษาระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของ……
ตราสารหนี้กับปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้”..... 111

บรรณานุกรม…….. 117

ประวัติการศึกษา..... 120