

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 วงจรชีวิตของความมั่งคั่ง.....	23
2.2 Service Quality Effectiveness Model.....	30
2.3 กระบวนการของกลยุทธ์.....	31
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	39
3.2 จำนวนนักลงทุนบุคคลรายใหญ่และปริมาณการจำหน่ายตราสารหนี้.....	40
4.1 ระดับการตัดสินใจลงทุนระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ต่อปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่จำแนกตามอายุ	56
4.2 ระดับรายได้ต่อเดือนของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่จำแนกตามอายุ.....	60
4.3 การประกอบอาชีพของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่จำแนกตามอายุ.....	60
4.4 ระดับการตัดสินใจลงทุนระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ต่อปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่จำแนกตามอาชีพ	65
4.5 ระดับการตัดสินใจลงทุนระหว่างปัจจัยด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ต่อปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่จำแนกตามระดับรายได้.....	73
4.6 ความเห็นด้านองค์ประกอบของตราสารหนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน....บุคคลรายใหญ่.....	78
4.7 การหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนบุคคลรายใหญ่.....	83
4.8 เหตุผลที่เจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้มีอิทธิพลต่อการลงทุน.....	86
4.9 ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่การตลาดตราสารหนี้ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของ.....นักลงทุนบุคคลรายใหญ่.....	88
5.1 กระบวนการของกลยุทธ์.....	100
5.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนและการกำหนดกลยุทธ์.....	101