

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะที่สำคัญของการบริการ	5
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด	6
หลักการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ	6
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	11
ขอบเขตการศึกษา	11
ขอบเขตเนื้อหา	11
ขอบเขตประชากร	11
วิธีการศึกษา	12
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	12
การรวบรวมข้อมูล	12
การวิเคราะห์และสถิติที่ใช้	13
ระยะเวลาการศึกษา	14

บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	15
	ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าผู้ตอบแบบสอบถาม	18
	ส่วนที่ 2. ข้อมูลการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก	
	ประเภทประจำของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	21
	ส่วนที่ 3. ข้อมูลความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก	
	ประเภทประจำของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	25
	ส่วนที่ 4. ข้อมูลปัญหาของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก	
	ประเภทประจำของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	57
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	74
	สรุปผลการศึกษา	74
	อภิปรายผล	89
	ข้อเสนอแนะ	95
บรรณานุกรม		97
ภาคผนวก		98
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	99
	ภาคผนวก ข ประเภทบัญชีเงินฝากของธนาคารอาคารสงเคราะห์	108
ประวัติผู้เขียน		110

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามข้อมูลทั่วไป	18
2. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำจำแนกตามสิ่งท่จูงใจให้ลูกค้ำมาใช้บริการเงินฝากประเภทประจำของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	21
3. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้บริการเงินฝากประเภทประจำของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	22
4. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำจำแนกตามจำนวนครั้งต่อเดือนที่เข้ามาติดต่อใช้บริการเงินฝากประเภทประจำของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	22
5. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำจำแนกตามเวลาในการรับบริการฝากเงินและถอนเงินในแต่ละครั้งของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	23
6. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้ำจำแนกตามการดำเนินการเมื่อปัญหิเงินฝากประเภทประจำครบกำหนดของธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาเชียงใหม่	23
7. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำด้านผลิตภัณฑ์	25
8. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำด้านราคา	27
9. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำด้านสถานที่	29
10. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำด้านการส่งเสริมการตลาด	31
11. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำด้านพนักงาน	33
12. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำด้านกระบวนการ	35
13. แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำด้านกายภาพ	37

14. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำ ด้านต่างๆ	39
15. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก ประเภทประจำด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ	42
16. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก ประเภทประจำด้านราคาจำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ	45
17. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก ประเภทประจำด้านสถานที่จำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ	47
18. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก ประเภทประจำด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ	49
19. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก ประเภทประจำด้านพนักงานจำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ	51
20. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก ประเภทประจำด้านกระบวนการจำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ	53
21. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการเงินฝาก ประเภทประจำด้านกายภาพจำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ	55
22. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ เงินฝากประเภทประจำด้านผลิตภัณฑ์	57
23. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ เงินฝากประเภทประจำด้านราคา	58
24. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ เงินฝากประเภทประจำด้านสถานที่	60
25. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ เงินฝากประเภทประจำด้านการส่งเสริมการตลาด	62
26. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ เงินฝากประเภทประจำด้านพนักงาน	64
27. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ เงินฝากประเภทประจำด้านกระบวนการ	66

28. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการ
เงินฝากประเภทประจำด้านกายภาพ 67
29. แสดงจำนวนและร้อยละของลูกค้าจำแนกตามเงินฝากประเภทประจำ
และตามปัญหาที่มีต่อการใช้บริการเงินฝากประเภทประจำในด้านต่างๆ 69

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University