

# สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
กิตติกรรมประกาศ .....	ก
บทคัดย่อ .....	ข
ABSTRACT .....	ง
สารบัญ .....	จ
สารบัญตาราง .....	ช
สารบัญแผนภาพ .....	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ภูมิหลัง .....	1
คำถามในการศึกษา .....	2
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	3
สมมติฐานของการศึกษา .....	3
ขอบเขตของการศึกษา .....	3
ข้อตกลงเบื้องต้น .....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>7</b>
ประวัติความเป็นมาและวิวัฒนาการของธนาคารอาคารสงเคราะห์ .....	7
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง .....	12
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	27
กรอบแนวคิดในการศึกษา .....	33
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา .....</b>	<b>34</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	36

หัวข้อ	หน้า
การสร้างเครื่องมือในการศึกษาและทดสอบคุณภาพเครื่องมือ .....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	38
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	39
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>42</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	42
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	44
ข้อเสนอและของกลุ่มตัวอย่าง .....	126
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>128</b>
สรุปผลการศึกษา .....	128
อภิปรายผล .....	130
ข้อเสนอแนะ .....	133
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>136</b>
<b>ภาคผนวก .....</b>	<b>139</b>
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	140
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ .....	150
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .....	152
<b>ประวัติผู้วิจัย .....</b>	<b>156</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงเงื่อนไขในการเปิดบัญชีและการฝากเงิน .....	6
2 แสดงรายงานสรุปรยอดเงินฝากคงเหลือ ณ 31 ธันวาคม 2549 .....	34
3 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	35
4 แสดงจำนวนร้อยละ ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ .....	44
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกลยุทธ์ตลาด บริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม จำแนกรายด้านและโดยรวม .....	46
6 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการด้านเงินฝาก ของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์สาขามหาสารคาม .....	47
7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกลยุทธ์การตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม ด้านเพศ จำแนกรายด้านและโดยรวม .....	51
8 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการของลูกค้าธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม จำแนกตาม เพศ .....	52
9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกลยุทธ์การตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม ด้านอายุ จำแนกรายด้านและโดยรวม .....	59
10 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการของลูกค้าธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม จำแนกตามอายุ .....	60
11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้าธนาคาร ผู้ใช้บริการของธนาคารด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ว่า มีการโฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ทางสิ่งพิมพ์สม่ำเสมอ ของผู้ใช้ บริการที่มีอายุต่างกัน .....	68

## ตารางที่

## หน้า

12	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้าธนาคารผู้ใช้บริการของธนาคารด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ว่า มีการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ อย่างชัดเจน ของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน .....	69
13	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกลยุทธ์การตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สามหาสารคาม ด้านสถานภาพ จำแนกรายด้านและโดยรวม .....	70
14	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการของลูกค้าธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาหาสารคาม จำแนกตามสถานภาพ .....	71
15	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้าธนาคารผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกันต่อการบริการของ ธนาคารด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ว่า มีการให้ข้อมูล ข่าวสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์อย่างชัดเจน ของผู้ใช้บริการที่มี สถานภาพต่างกัน .....	79
16	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกลยุทธ์การตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้าธนาคารอาคารสงเคราะห์ สามหาสารคาม ด้านระดับการศึกษา จำแนกรายด้านและ โดยรวม .....	80
17	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการของลูกค้าธนาคาร อาคารสงเคราะห์ สาขาหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม ระดับการศึกษา .....	81
18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้าธนาคารผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ ธนาคารด้านผลิตภัณฑ์ ข้อที่ว่า รูปแบบของสมุดเงินฝากสวยงามพกพา สะดวก ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	88
19	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้าธนาคารผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ ธนาคารด้านผลิตภัณฑ์ ข้อที่ว่า บริการแจ้งยอดเหลือในบัญชีสม่ำเสมอ ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	89

ตารางที่

หน้า

20 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ  
ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ  
ธนาคารด้านผลิตภัณฑ์ ข้อที่ว่า มีบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การหักค่า  
สาธารณูปโภค ฯลฯ ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ..... 90

21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ  
ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ  
ธนาคารด้านราคา ข้อที่ว่า จำนวนเงินที่เปิดบัญชีครั้งแรกอยู่ในเกณฑ์ที่  
เหมาะสม ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ..... 91

22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ  
ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ  
ธนาคารด้านราคา ข้อที่ว่า อัตราการคิดค่าธรรมเนียม ผ่าก – ถอน ชำแฆต  
อยู่ในอัตราที่เหมาะสม ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ..... 92

23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ  
ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ  
ธนาคารด้านสถานที่ ข้อที่ว่า สถานที่สะอาดแลลสวยงาม ของผู้ให้บริการ  
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ..... 93

24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ  
ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ  
ธนาคารด้านสถานที่ ข้อที่ว่า บรรยากาศของสถานที่ดี เช่น มีเพลงไพเราะ  
มีทีวีให้ชม แสงสว่างพอเพียง ไม่แออัดยัดเยียด เป็นต้น ของผู้ให้บริการ  
ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ..... 94

25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ  
ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ  
ธนาคารด้านกระบวนการ ข้อที่ว่า มีการแจ้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากชัดเจน  
ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ..... 96

ตารางที่

หน้า

26	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ ธนาคารด้านกระบวนการ ข้อที่ว่า มีความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ ไม่ต้องรอนาน ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	97
27	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ ธนาคารด้านกระบวนการ ข้อที่ว่า การบริการมีความถูกต้อง เหมาะสม และเชื่อถือได้ ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	98
28	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ ธนาคารด้านกระบวนการ ข้อที่ว่า ระเบียบ ขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ยุ่งยากและ ซับซ้อน ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	99
29	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านักการผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันต่อการบริการของ ธนาคารด้านกระบวนการ ข้อที่ว่า มีความเสมอภาคในการให้บริการแก่ ลูกค้าทุกคน ของผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน .....	100
30	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกลยุทธ์การตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้านักการอาคารสงเคราะห์ สามหาสารคาม ด้านอาชีพ จำแนกรายด้านและโดยรวม .....	101
31	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการของลูกค้านักการ อาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม จำแนกตามอาชีพ .....	102
32	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกลยุทธ์การตลาดบริการด้านเงินฝากของลูกค้านักการอาคารสงเคราะห์ สามหาสารคาม ด้านรายได้ จำแนกรายด้านและโดยรวม .....	111
33	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการของลูกค้านักการ อาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม จำแนกตามรายได้ .....	112

ตารางที่	หน้า
34 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านาคารผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันต่อการบริการของธนาคาร ด้านราคา ข้อที่ว่า ดอกเบี้ยที่ได้รับการยกเว้นภาษี ของผู้ใช้บริการที่มี รายได้ต่างกัน .....	120
35 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านาคารผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันต่อการบริการของธนาคาร ด้านสถานที่ ข้อที่ว่า มีที่นั่งรระหว่างรอรับบริการเพียงพอ ที่มีรายได้ ต่างกัน .....	121
36 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านาคารผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันต่อการบริการของธนาคาร ด้านการส่งเสริมการตลาด ข้อที่ว่า มีพนักงานธนาคารออกไปแนะนำบริการ ที่มีรายได้ต่างกัน .....	122
37 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านาคารผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันต่อการบริการของธนาคาร ด้านพนักงาน ข้อที่ว่า พนักงานที่ให้บริการมีความสามารถในการแก้ไข ปัญหาได้ ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน .....	123
38 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านาคารผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันต่อการบริการของธนาคาร ด้านพนักงาน ข้อที่ว่า พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการ ของผู้ใช้บริการ ที่มีรายได้ต่างกัน .....	124
39 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การตลาดบริการ ของลูกค้านาคารผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันต่อการบริการของธนาคาร ด้านพนักงาน ข้อที่ว่า มีจำนวนพนักงานเพียงพอในการให้บริการ ของผู้ใช้ บริการที่มีรายได้ต่างกัน .....	125

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
1 รูปแบบพฤติกรรมผู้ใช้บริการอย่างง่าย หรือ S-R Theory .....	24
2 รายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมผู้ใช้บริการ .....	24
3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ ด้านเงินฝากของลูกค้า ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขามหาสารคาม .....	33



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY