สารบัญ

หัวเรื่อง หน้า

กิตติกรรมประกาศ ..... ก
บทคัดย่อ ..... ข
ABSTRACT ..... ง
สารบัญ ..... จ
สารบัญตาราง ..... ช
สารบัญแผนภูมิ ..... ฌ

บทที่ 1 บทนำ 1
ภูมิหลัง 1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา 3
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา 3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา 6

บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7
การบริหารและการดำเนินงานของธนาคารอาคารสงเคราะห์ 7
ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขากาฬสินธุ์ 14
ลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด 20
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ 22
หลักการเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดบริการ 26
แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนของผู้บริโภคเมื่อใช้บริการ 32
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่า
ในงานบริการ 35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 48
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย 49

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา	51
ขอบเขตด้านเนื้อหา	51
ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	52
ขอบเขตด้านระยะเวลา	52
ขอบเขตด้านข้อมูล	53
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	54
การเก็บและรวบรวมข้อมูล	56
สถิติที่ใช้ในการศึกษา	56
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	57
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	72
สรุปผลการศึกษา	72
อภิปรายผล	73
ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษา	75
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	79
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	80
ภาคผนวก ข ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	88
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	93
ประวัติผู้วิจัย	95

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตารางที่ หน้า

1 จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 57

2 จำนวน ร้อยละ ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการในด้านสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย 59

3 จำนวน ร้อยละ ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการในด้านสินเชื่อเพิ่มเติมจากเดิม 60

4 จำนวน ร้อยละ ข้อมูลจำนวนครั้งในการติดต่อของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการใน 1 เดือน 61

5 จำนวน ร้อยละ ระยะเวลาในการติดต่อธนาคารในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการ 61

6 จำนวน ร้อยละ วิธีการชำระหนี้ของผู้ตอบแบบสอบถาม 62

7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยภาพรวมและรายด้าน 63

8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านผลิตภัณฑ์ 64

9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านราคา 64

10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านสถานที่ 65

11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านการส่งเสริมการตลาด 66

12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านพนักงาน 67

13 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านหลักฐานทางกายภาพ 68

14 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำคัญของปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ด้านกระบวนการ 68

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
RAJABHAT PHRANAKHON UNIVERSITY

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
15	ค่าความถี่และร้อยละ ปัญหาปัจจัยทางการตลาดของผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขากาฬสินธุ์	69
16	ค่าความถี่และ ร้อยละ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขากาฬสินธุ์	71

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ หน้า

1 ต้นทุนของผู้บริโภคเมื่อใช้บริการ 34
2 ข้อผิดพลาดที่เกิดจากการส่งมอบการบริการ 39
3 กรอบแนวคิดในการศึกษา 49

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY