

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ	5
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	7
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
ประวัติโรงเรียนวัดธรรมจริยาภิรมย์	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
ขอบเขตประชากร	12
ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	12
การรวบรวมข้อมูล	13
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
ระยะเวลาในการศึกษา	14

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
4.2 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลา วันและช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	18
4.3 จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศและช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	19
4.4 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	20
4.5 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	21
4.6 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ	22
4.7 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	23
4.8 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	25
4.9 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของธนาคารโรงเรียน	27
4.10 จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	28
4.11 สรุปค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	29
4.12 ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.13	ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามระยะเวลาที่มาใช้บริการ	38
4.14	ค่าเฉลี่ย และการแปลผลระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำนวนตามช่วงเวลาที่มาใช้บริการ	48
4.15	จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์	56
4.16	จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านราคา	57
4.17	จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการให้บริการ	58
4.18	จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด	59
4.19	จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านบุคลากรผู้ให้บริการ	60
4.20	จำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของธนาคารโรงเรียน	61
4.21	จำนวนและร้อยละ ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามด้านกระบวนการให้บริการ	62
5.1	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารโรงเรียน จำแนกตามเพศ	67
5.2	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารโรงเรียน จำแนกตามระยะเวลาที่เข้ามาใช้บริการ	70
5.3	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารโรงเรียน จำแนกตามช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ	73
5.4	ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีความคิดเห็นว่ากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการต่าง ๆ ไม่เหมาะสม	76