สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

CUSTOMER'S SATISFACTION IN PEOPLE BANK LOAN SERVICE OF GOVERNMENT SAVINGS BANK PRAKANONG BRANCH BANGKOK

ณัฐกาญจน์ ชูศรี

NUTTAGAN CHOOSRI

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ลง: ส.ค. 2560
ส63220
9557

สถาบัน 144962
เลขทะเบียน
วัน.เดือน.ปี - 9 ส.ค. 2560

b.12895748
i.

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CUSTOMER'S SATISFACTION IN PEOPLE BANK LOAN SERVICE OF GOVERNMENT SAVINGS BANK PRAKANONG BRANCH BANGKOK

NUTTAGAN CHOOSRI

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

IN BUSINESS MANAGEMENT

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2014

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

COPYRIGHT 2014

ADMINISTRATION AND MANAGEMENT COLLEGE

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

CUSTOMER'S SATISFACTION IN PEOPLE BANK LOAN SERVICE OF GOVERNMENT SAVINGS BANK

ชื่อนักศึกษา นางสาวณัฐกาญจน์ ชูศรี

รหัสประจำตัว 55671250

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์	กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ	
รองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์	

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 10 เมษายน 2557 เวลา 10.00 – 11.00 น.

สถานที่สอบ วิทยาลัยการบริหารและจัดการ ชั้น 4 ห้อง Training Center

วิทยาลัยรับรองแล้ว

(อาจารย์ทัศไนย ปราณี)

รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยการบริหารและจัดการ

วันที่ 14 เดือน เมษายน พ.ศ. 2557

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง	**ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร**
นักศึกษา	นางสาวณัฐกาญจน์ ชูศรี
รหัสนักศึกษา	55671250
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2557
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ

บทคัดย่อ

จากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 ทำให้ธุรกิจขนาดใหญ่เกิดการชะลอตัว ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ บางธุรกิจต้องปิดกิจการลงเพื่อให้สามารถประครองหนี้สินไม่ให้เพิ่มขึ้นไปมากกว่าเก่า ผู้ประกอบกิจการขนาดใหญ่หลายรายต้องหันมาค้าขายเล็ก ๆ น้อย ๆ กลุ่มพ่อค้าแม่ค้ารายย่อยก็ประสบปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก รัฐบาลตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงมีนโยบายให้ธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นธนาคารของประชาชนในระดับรากหญ้า ร่วมมือกันแก้ปัญหาดังกล่าว โดยการปล่อยสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อประกอบอาชีพ โดยมีวงเงินไม่สูงมากนักและระยะเวลาการผ่อนชำระไม่นาน รวมทั้งเป็นการมุ่งเน้นการออมให้เกิดขึ้นในหมู่พ่อค้าแม่ค้าโดยทั่วไป การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) ในบริเวณ 10 แห่งของเขตพระโขนง สถิติที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก่อนกู้เงินโครงการธนาคารประชาชนเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินมาก่อน มีการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชนของธนาคารออมสิน เป็นครั้งแรก จำนวน 389 คน ไม่เคยผิดนัดชำระเงินกู้ ส่วนใหญ่ใช้สมาชิกโครงการเป็นหลักประกันการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน วัตถุประสงค์หลักในการขอสินเชื่อเพื่อนำไปใช้อุปโภคบริโภคส่วนตัว วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชนอยู่ระหว่าง 50,001 - 100,000 บาท เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน คือ ต้องการเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น เคยขอสินเชื่อกับธนาคารไทยพาณิชย์ และคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินอีกในอนาคต ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก พิจารณาแต่ละรายการพบว่าเมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน และด้านสถานที่ รายการที่มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการที่มีความก้าวหน้าด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร และด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ ตามลำดับ

การศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะคือ การให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ปรับปรุงในเรื่องพนักงาน พนักงานควรมีการออกตรวจสอบกิจการอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงและข้อมูลผู้กู้ในเชิงลึก และพนักงานควรให้บริการด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม ไม่ใส่อารมณ์กับลูกค้าแม้งานจะมากก็ตาม เรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสาร ควรให้ข่าวสารครบทุกเนื้อหา และชัดเจนมากขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังเสนอแนะในเรื่องการปรับปรุงการบริการควรเรียงตามลำดับการยื่นกู้ก่อน-หลัง และการให้บริการที่มีความรวดเร็วมากขึ้น ด้านขั้นตอนการขอกู้ควรลดขั้นตอนลง และขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อควรเพิ่มความรวดเร็วมากขึ้นควรมีการพัฒนาด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์บ้าง หากพบว่ายอดขายของร้านมีแนวโน้มลดลงเพื่อกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	Customer's Satisfaction in People Bank Loan Service of the Government Savings Bank Prakanong Branch Bangkok.
Student Name	Miss Nuttagan Choosri
Student ID.	55671250
Degree	Master of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2014
Advisor	Associate Professor Dr. Kulkanya Napompech
Co - Advisor	Assistant Professor Dr. Urasa Buatama

ABSTRACT

The Economy crisis in the year 1997 had slowed down many large-scale businesses. This crisis tremendously affected the overall economic structure of Thailand. There were numbers of businesses that shut themselves down to avoid bankruptcy. Many large-scale entreprenuers have suffered and eventually turned to smaller trade. The retail merchants have been struggling indifferently. The government is well aware of these problems. Therefore, the order was given to the Government Savings Bank (GSB), which is the bank for Thai citizens at grass-roots level, to solve the problems. GSB has set the loan program called "the people bank loan project" for the entrepreneurs and small business owners by lending out the working capital fund. The lending amount is not very high and has a long period of time of repayment. This project is created in order to help merchants to run their businesses smoother as well as encouraging them to save more money.

This study aims to investigate the customer behavior and satisfaction of loan service of the Government Savings Bank, Prakanong Branch, Bangkok. The data were collected by means of a questionnaire. The convenience sampling technique was used in 10 areas around Prakanong for the random selection of four hundred respondents in this study. Frequency, percentage, mean and standard deviation were parameters used in this study.

The result showed that the majority of the respondents were males within the age bracket of 20-30 years. They were single and had earned a bachelor's degree. They were all employees within the monthly income bracket of 15,001 – 25,000 baht. The findings also showed

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

that the majority of the respondents had used the banking service of GSB before the people bank loan project was lauched. 389 out of 400 respondents had their first loan with the people bank loan project and never missed a loan payment. The majority of personal guarantees in this people bank loan project were already members of the loan project. The main purpose of the loan was personal use. The credit line yielded from this project ranged from 50,001 to 100,000 baht. The respondents took this loan because they wanted a working capital fund. They were accustomed to a loan service offered by other banks. They had taken the loan from Siam Commercial Bank before. They showed a tendency to want to take a loan from GSB in the future. The result showed that the overall customer satisfaction of GSB's loan service ranked in a high level. The highest rank was found in the equivalent service and the location of the bank followed by the well-timed service, the ample service, the advanced information technology service and the process of obtaining a loan and credit approval respectively.

This study proposed some suggestions regarding the improvement of the bank employees. The bank employees should be encouraged to check out the business more closely and regularly to check the fact and the borrowers in-depth information. Employees should be service-minded and able to provide an accurate and complete information to customers. The service improvement was also suggested to speed up the loan process. The loan applications should be filed and processed sequentially. The unnecessary steps should be revised. The process of loan approval should be faster. The advertisements should be promoted to boost up the sales especially when the sales shows some declination in growth.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความช่วยเหลือ แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้ค้นคว้าขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ที่กรุณาให้คำแนะนำ และให้ความรู้ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำการค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นอย่างดียิ่ง ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรสา บัวตะมะ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วมและรองศาสตราจารย์อมรศรี ตันพิพัฒน์ ประธานกรรมการค้นคว้าอิสระที่ได้กรุณาแนะนำให้คำปรึกษา ตลอดจนแก้ไขปรับปรุงการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ ทั้งที่ทำงาน กลุ่มเพื่อนออนไลน์ เพื่อน ๆ นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกคน และนางสาวสุดาทิพย์ สุขโภคาสกุล จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รวมทั้งเจ้าหน้าที่วิทยาลัยการบริหารและจัดการทุกท่าน ที่มอบกำลังใจและความช่วยเหลืออันดีเยี่ยม

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่ได้จากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบแด่ ครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ พี่ น้อง และครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้ค้นคว้า ทำให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ณัฐกาญจน์ ชูศรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ I

ABSTRACT III

กิตติกรรมประกาศ V

สารบัญ VI

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา 2

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 2

1.4 ขอบเขตการศึกษา 2

1.5 นิยามศัพท์ 3

1.6 สมมุติฐานของการศึกษา 3

บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 4

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ 4

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ 11

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 12

2.4 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 18

2.5 วิธีดำเนินการวิจัย 19

บทที่ 3 สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน 23

3.1 ประวัติการก่อตั้งกิจการด้านการออมสิน 23

3.2 ความเป็นมาของโครงการธนาคารประชาชน 25

3.3 ผลการดำเนินงานโครงการธนาคารประชาชน 30

3.4 การพัฒนาของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในรอบกว่า 10 ปี ที่ผ่านมา 34

3.5 เป้าหมายและผลสำเร็จในการดำเนินงานสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน 35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษา 36

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 36

4.2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 40

4.3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 46

4.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร 52

4.5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน 53

บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ 73

5.1 สรุป 73

5.2 ข้อเสนอแนะ 75

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป 76

บรรณานุกรม 77

ภาคผนวก 79

ภาคผนวก แบบสอบถาม 80

ประวัติผู้เขียน 88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	การอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน 2544 – 31 มีนาคม 2556	31
3.2	การแบ่งเขตพื้นที่การบริการของธนาคารออมสินภาค 2	32
3.3	จำนวนรายอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินภาค 2 จำแนกเป็นรายเขต ณ 31 มีนาคม 2557	33
3.4	จำนวนรายอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จำแนกเป็นรายสาขา ณ 31 มีนาคม 2557	34
3.5	วงเงินให้กู้ และระยะเวลาชำระคืน	35
4.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	37
4.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	37
4.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	38
4.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	38
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	39
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	39
4.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินก่อนกู้โครงการธนาคารประชาชน	40
4.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน	41
4.9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการผิดนัดชำระเงินกู้ก่อนกู้โครงการ	41
4.10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหลักประกันการกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน	42
4.11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการขอสินเชื่อ	42
4.12	วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชน	43
4.13	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน	44
4.14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามก่อนกู้โครงการธนาคารประชาชนเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	44
4.15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	45

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน....45

4.17 ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน....46

4.18 ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา....47

4.19 ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ....47

4.20 ความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า....48

4.21 ความพึงพอใจด้านสถานที่....48

4.22 ความพึงพอใจด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร....49

4.23 ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ....50

4.24 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน....51

4.25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน....52

4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....57

4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....59

4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลากับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....61

4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....63

4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้ากับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....65

4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านสถานที่กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....67

4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....69

4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ....71

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

3.1 การอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน 2544 – 31 มีนาคม 2556 31

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการศึกษา

สืบเนื่องจากประเทศไทยประสบกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2540 ทำให้นักลงทุนขาดความมั่นใจกับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันในขณะนั้น รวมทั้งปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก (คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544) สถาบันการเงินขาดสภาพคล่อง กลายเป็นวิกฤตเศรษฐกิจที่รุนแรงมากขึ้นตามลำดับ ธุรกิจขนาดใหญ่เกิดการชะลอตัวส่งผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ บางธุรกิจต้องปิดกิจการลงเพื่อให้สามารถประครองหนี้สินไม่ให้เพิ่มขึ้นไปมากกว่าเก่า ผู้ประกอบกิจการขนาดใหญ่หลายรายต้องหันมาค้าขายเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อเลี้ยงตัวเองและครอบครัว กลุ่มพ่อค้าแม่ค้ารายย่อยก็ประสบปัญหาไม่แตกต่างกันมากนัก เงินทุนหมุนเวียนขาดมือ การค้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ รัฐบาลตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงมีนโยบายให้ธนาคารออมสิน ซึ่งเป็นธนาคารของประชาชนในระดับรากหญ้า ร่วมมือกันแก้ปัญหาดังกล่าว โดยการปล่อยสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีเงินทุนหมุนเวียนเพื่อประกอบอาชีพ โดยมีวงเงินไม่สูงมากนักและระยะเวลาการผ่อนชำระไม่นาน รวมทั้งเป็นการมุ่งเน้นการออมให้เกิดขึ้นในหมู่พ่อค้าแม่ค้าโดยทั่วไป (วารสารออมสิน, 2544 : 9)

เนื่องจากธนาคารออมสินเป็นสถาบันการเงินที่สนองนโยบายรัฐบาล เป็นธนาคารที่ประชาชนให้ความเชื่อมั่นศรัทธาว่าเป็นธนาคารของประชาชนมากกว่า 100 ปี อีกทั้งพื้นฐานลูกค้าเดิมของธนาคารออมสินเป็นประชาชนที่มีความผูกพันกันมาตั้งแต่เด็ก จึงถือได้ว่าเป็นธนาคารเพื่อประชาชนอย่างแท้จริง (ธนาคารออมสิน, 2556) ธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นเขตหนึ่งของธนาคารออมสิน มีการให้บริการรับฝากเงินและให้สินเชื่อแก่ประชาชนเช่นเดียวกับเขตอื่น ๆ ปัจจุบันการให้สินเชื่อของแต่ละธนาคารมีความหลากหลาย และมีการบริการที่สะดวกรวดเร็วมีการแข่งขันการให้บริการสินเชื่อระหว่างธนาคารสูง ดังนั้นจึงต้องพัฒนาการให้บริการให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น โดยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริการด้านสินเชื่อแก่ผู้ที่มาขอรับสินเชื่อ เพื่อให้ได้รับความสะดวกรวดเร็ว และมีความประทับใจในการมารับบริการมากที่สุด

จากเหตุผลข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการสินเชื่อที่สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงาน องค์กรธนาคารออมสิน ตลอดจนผู้สนใจที่จะศึกษาค้นคว้าต่อไป

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านสถานที่ ธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 สาขา และ หน่วยให้บริการเคลื่อนที่ 1 หน่วย รวมเป็น 10 แห่ง ได้แก่ สาขาพระโขนง สาขารามคำแหง สาขารามคำแหง 2 สาขาคลองตัน สาขาบางนา สาขาหัวหมาก สาขาพาราไดซ์พาร์ค สาขาซีคอนสแควร์ สาขาต้นซุงแอฟเวนิว หน่วยให้บริการ EXIM BANK พระราม 4 เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวเป็นเขตพื้นที่ที่มีผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินมากที่สุด

3. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 สาขา และ หน่วยให้บริการเคลื่อนที่ 1 หน่วย รวมเป็น 10 แห่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2556 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2557

1.5 นิยามศัพท์

สินเชื่อ หมายถึง เงินที่ทางธนาคารมีให้บริการกับลูกค้าที่มาขอสินเชื่อแต่ละประเภทและภาระผูกพันที่ลูกค้าและธนาคารได้ตกลงที่จะทำร่วมกัน ตามนโยบายของธนาคาร

สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน หมายถึงโครงการที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อให้บุคคลธรรมดาที่มีรายได้แน่นอน และผู้ประกอบอาชีพรายย่อยที่สนใจ อยากได้เงินมาเพื่อประกอบอาชีพและใช้จ่ายอุปโภคบริโภค และลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนนอกระบบ ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีโอกาสในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยตนเอง

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้รับบริการมีความรู้สึกยินดีหรือความผิดหวังต่อการให้บริการของโครงการธนาคารประชาชน

1.6 สมมุติฐานของการศึกษา

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานครได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านสถานที่ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาค้นคว้าแนวความคิด ทฤษฎี และเอกสาร เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยมีประเด็นและสาระสำคัญในการศึกษา ดังนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

2.1.1 ความหมายเกี่ยวกับการบริการ

คอตเลอร์ ฟิลิป (1997) กล่าวถึงความหมายของการบริการว่าเป็นการแสดง หรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งสามารถเสนอให้กับอีกหน่วยงานหนึ่ง อันเป็นสิ่งที่มีรูปลักษณ์อย่างเป็นแก่นสารและไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใด โดยที่การผลิตจะมีเงื่อนไขผูกมัดหรือไม่ผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพก็ได้

เลิฟล็อค และไรท์ (2546 : 4) ได้ให้นิยามความหมายของการบริการว่า บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefit)ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะ อันเป็นผลมาจากผู้รับบริการหรือผู้แทนที่นำความเปลี่ยนแปลงมาให้ แห่ง

นิคม จารุมณี (2546 : 138-139) ได้กล่าวไว้ว่าการบริการ คือ สินค้าอันหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการ และถึงแม้ว่าความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีจะมีมากขึ้น การนำอุปกรณ์ที่มีความทันสมัยมาใช้ในธุรกิจบริการจะทำให้การทำงานราบรื่นและรวดเร็วมากขึ้น แต่ลูกค้าส่วนมากยังคงนิยมการได้รับบริการแบบเก่า คือ ไมตรีจิตที่อบอุ่นจากพนักงานทุกคนในบริษัท

2.1.2 ลักษณะและคุณสมบัติของการบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546: 173-175) ได้สรุปถึงลักษณะองค์กรแห่งการบริการ ดังนี้

1. ให้บริการอย่างดีเลิศ ยึดลูกค้าเป็นหลัก โดยเริ่มจากการสร้างความเชื่อถือให้ลูกค้ารวมถึงการให้บริการอย่างรวดเร็ว ช่วยลูกค้าแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เอาใจใส่ลูกค้า พัฒนากระบวนการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการบริการให้ง่าย รักษาสัญญาที่ให้กับลูกค้า ยึดประโยชน์หรือคุณค่าที่ลูกค้าจะได้เป็นหลัก รวมทั้งลูกค้าต้องสามารถทราบขั้นตอนของการบริการอีกด้วย

2. ให้บริการอย่างถูกต้องตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดการให้บริการซึ่งวิธีการให้บริการที่ถูกต้องช่วยลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อบกพร่องได้

3. สร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นกระบวนการของการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่งจะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้ามีความแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น

4. มีจุดติดต่อเพียง 1 จุด ในการใช้บริการ การให้บริการที่มีคุณภาพที่ดีนั้น ลูกค้าควรติดต่อกับองค์กรเพียง 1 จุด เนื่องจากทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกว่าต้องใช้ความพยายามในการติดต่อ หรือการใช้บริการ นอกจากนี้หากพนักงานผู้ให้บริการไม่อยู่ การส่งต่องานต้องเป็นไปได้ ทำให้ลูกค้าไม่สะดุดในการใช้บริการ

5. ติดต่อได้ทุกวันทุกเวลา ลูกค้ามีความต้องการติดต่อกับบริษัทอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการสอบถามข้อมูล การร้องเรียน องค์กรแห่งการบริการจะต้องมีช่องทางให้ลูกค้าติดต่อได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะติดต่อผ่านทางลูกค้าสัมพันธ์ ทางโทรศัพท์ ทางอี-เมล์ ทางกล่องรับความคิดเห็น หรือสายตรงถึงผู้จัดการ

6. ติดต่อพนักงานเสมือนการติดต่อผู้จัดการ เป็นวิธีการซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่าการติดต่อผู้จัดการจะได้รับความสะดวก รวดเร็ว ได้รับการเอาใจใส่และการตัดสินใจที่มีคุณภาพ ความรู้สึกนี้ของลูกค้าควรหมดไป ผู้จัดการต้องมอบอำนาจการตัดสินใจในบางเรื่องให้พนักงานเพื่อสามารถให้บริการได้

7. มีการสื่อสารให้ข้อมูลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เมื่อลูกค้ารับรู้ว่าบริษัทมีความใส่ใจไม่ทอดทิ้ง โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า เช่น การออกบริการใหม่ การส่งเสริมการขาย เป็นต้น

8. มีนวัตกรรมออกมาให้บริการ การบริการเกินคาดหมายประการหนึ่งคือสร้างความแปลกใหม่ให้ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับคุณค่า ได้รับการตอบสนองความต้องการที่อาจจะยังไม่เคยมีธุรกิจใดตอบสนองมาก่อน

9. มีบรรยากาศของความสนุกสนาน การบริการเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสุขให้ลูกค้า ดังนั้น องค์กรแห่งการบริการควรมีบรรยากาศแห่งความสนุกสนาน ลูกค้าเข้ามาสามารถสัมผัสความรู้สึกนั้นได้ และกลับไปพร้อมกับความสุข พนักงานแต่งกายสวยงาม พูดจาไพเราะ พนักงานมีความกระฉับกระเฉงในการให้บริการ

10. มีการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารต้องมีการกำหนดนโยบายการปรับปรุงคุณภาพและปลูกจิตสำนึกด้านการให้บริการอย่างแท้จริงกับพนักงาน ทำให้ปัญหาต่าง ๆ ได้รับการแก้ไข และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเหล่านั้นในอนาคตได้

พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2544 : 59-60) กล่าวถึงลักษณะที่สำคัญของบริการมีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Service Intangibility) หมายความว่า การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น รู้สึกไม่ได้ ไม่ได้ยิน หรือไม่สามารถดมกลิ่นได้ ก่อนที่จะเกิดการซื้อดังนั้นผู้ซื้อต้องสังเกตสัญญาณ (Signals) ของคุณภาพของบริการเพื่อลดความไม่แน่นอนโดยสรุปได้จากสถานที่ บุคคล ราคา อุปกรณ์ และการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นงานของผู้จัดหาบริการ คือ ต้องทำให้บริการที่จับต้องได้ในแนวทางใดแนวทางหนึ่งหรือหลายแนวทาง

2. ไม่สามารถแบ่งแยกของการบริการได้ (Service Inseparability) หมายความว่า ลูกค้าไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิต ไม่ว่าผู้ผลิตจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักร ถ้าบุคคลเป็นผู้จัดหาบริการหมายถึง บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของบริการ และเนื่องจากลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่ และเวลาที่ผลิตบริการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาและลูกค้า (Provider-Customer Interaction) จึงเป็นลักษณะสำคัญของตลาดบริการ ทำให้ทั้งลูกค้าและผู้ผลิตมีผลต่อผลผลิตบริการ

3. ความแตกต่างกันของบริการ (Service Variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ให้บริการเมื่อไร ให้บริการที่ไหน และให้บริการอย่างไร

4. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ของบริการ (Service Perishability) หมายความว่า กิจการไม่สามารถเก็บบริการไว้เพื่อขายหรือใช้งานภายหลังได้ การบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการจะไม่มีปัญหา ถ้าความต้องการไม่แน่นอนจะเกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือไม่มีลูกค้า ทำให้ผู้บริหารกิจการต้องพยายามเอาชนะในการวางแผน การตั้งราคา และการส่งเสริมการบริการ

2.1.3 องค์ประกอบที่ทำให้ระบบการบริการมีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2539 : 36-37) ได้สรุปถึงองค์ประกอบที่ทำให้ระบบการบริการมีประสิทธิภาพ ได้แก่

1. ลูกค้าหรือผู้รับบริการ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายหลักของการบริการ เมื่อลูกค้ามีความพอใจในการบริการที่ดี ธุรกิจจะสามารถรักษาลูกค้าให้กลับมาใช้บริการนั้นต่อไปได้อีก ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรและประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง

2. ผู้ปฏิบัติงานบริการ เมื่อผู้ปฏิบัติงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณะของธุรกิจ เนื่องจากการแสดงออกของบุคลากรในองค์กรนั้น ซึ่งส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ได้รับบริการขณะนั้น

3. องค์การบริการ เนื่องจากการบริการเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ ถ้ามีการบริการดีมีประสิทธิภาพจะช่วยให้งานดำเนินไปด้วยดี และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยได้รับความพึงพอใจสูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ผลิตภัณฑ์บริการ ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญของการบริการเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่จะนำเสนอ แก่ลูกค้าจะต้องเน้นรูปแบบการให้บริการและภาพลักษณ์ของการบริการ

5. สภาพแวดล้อมของการบริการ การจัดสภาพแวดล้อม บรรยากาศ ที่เอื้อต่อการให้บริการแก่ลูกค้า การปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและประทับใจ

2.1.4 กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจการบริการ

2.1.4.1 ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ (Service Mix)

ส่วนประสมของการบริการ เป็นสิ่งที่องค์กรสามารถควบคุมและจัดการ เพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Product and Service) หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับลักษณะของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยที่ความต้องการของตลาดและตำแหน่งทางการแข่งขันจะเป็นตัวกำหนดการบริการหลัก บริการเสริม และคุณภาพของการให้บริการ และยังรวมไปถึงการบริการหลังการขายและการรับประกันอีกด้วย

2. ราคา (Price) นโยบายด้านราคาของการให้บริการจะเกี่ยวข้องกับส่วนลด ส่วนยอมให้ระยะเวลาการจ่ายเงิน และเงื่อนไขการจ่ายเงิน ซึ่งมีความซับซ้อนกว่าสินค้าโดยทั่วไป เนื่องจากบางครั้งราคาจะเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญที่ใช้ในการบริการจัดการความต้องการซื้อของลูกค้า เช่น การกำหนดราคาของโรงภาพยนต์ที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาของวัน นอกจากนี้การกำหนดราคาของการบริการอาจกำหนดจากขั้นตอนของการให้บริการ โดยเทียบจากขั้นตอนทั้งหมดที่ให้บริการก็ได้ เช่น การนวดหน้าเทียบกับการนวดทั้งร่างกาย สำหรับการบริการราคาไม่เพียงแต่จะมีอิทธิพลต่อระดับความต้องการซื้อของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นการส่งสารไปสู่ลูกค้าในเรื่องของความคาดหวังในตัวบริการที่จะได้รับด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะการบริการที่จับต้องไม่ได้และใช้ทักษะความสามารถของผู้ให้บริการสูงเนื่องจากราคาเป็นตัวบ่งชี้คุณค่าของการให้บริการ ดังนั้นองค์กรที่ให้บริการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ด้วย นอกเหนือจากต้นทุนในการกำหนดราคาของการให้บริการ เช่น ปัจจัยด้านการตลาดเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในการบริการขององค์กรที่ดีเยี่ยม

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) โดยทั่วไป หมายถึง สภาพที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่ายของการบริการ บางครั้งการบริการจะมีการจัดส่งถึงบ้าน หรือถึงบริษัทธุรกิจด้วยการตัดสินใจขององค์กรที่จะให้บริการ โดยให้ลูกค้าเดินทางมารับบริการในสถานที่ที่จัดไว้ หรือเลือกที่จะให้บริการแก่ลูกค้าตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการนั้น จะขึ้นอยู่กับชนิดของการบริการ ราคา ต้นทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และอีกปัจจัยหนึ่งคือ คู่แข่งขันที่อยู่ในตลาด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายของการบริการนั้นจะรวมถึงตัวแทนและเฟรนไชน์ด้วยเช่นกัน

4. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะทางกายภาพของการให้บริการเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของส่วนประสมของการบริการ เนื่องจากโดยปกติในขณะที่ใช้บริการลูกค้าจะต้องพบสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อุปกรณ์และพนักงาน ประกอบกับการให้บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ จึงทำให้ประเมินผลยาก ดังนั้น ลักษณะทางกายภาพจะเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพของการบริการก่อนที่จะใช้บริการจริง เช่น ลูกค้าจะพิจารณาจากการตกแต่งสถานที่ การแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงาน ปืนต้น ซึ่งองค์กรที่ให้บริการจะต้องออกแบบวางแผนและควบคุมลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการ

5. ผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงานที่ให้บริการ (Participants) ผู้มีส่วนร่วม หมายถึง พนักงานทุกคนที่มีบทบาทในการให้บริการแก่ลูกค้า ทัศนคติและการกระทำของพนักงานจะมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการให้บริการ พฤติกรรมของพนักงานจะต้องมุ่งเน้นที่การให้บริการลูกค้าให้ดีที่สุดในด้านการให้บริการนั้น งานด้านการตลาดจะเป็นหน้าที่ของทุกคนในองค์กร ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่พนักงานในองค์กรจะต้องมีทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อถือได้ และความสามารถ ต่าง ๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้า

6. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบริการต้องใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดแบบดั้งเดิมให้เป็นประโยชน์ด้วยเช่นกัน ซึ่งประกอบด้วยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการใช้พนักงานขาย อย่างไรก็ตามจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้นวิธีการในการส่งเสริมการตลาดจึงมีบางส่วนที่ต่างจากการส่งเสริมการตลาดของการบริการ เนื่องจากพนักงานทุกคนที่ติดต่อกับลูกค้าจะเป็นจุดขายของการบริการและองค์กร ดังนั้นต้องมีการอบรมพนักงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อเป็นการสนับสนุนการให้บริการในระหว่างขั้นตอนของการบริการ ส่วนสำคัญของการส่งเสริมการตลาดของการบริการจะเกิดขึ้นหลังจากการขาย และจัดส่งการบริการให้กับลูกค้าแล้ว เนื่องจากธุรกิจบริการจะขึ้นอยู่กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ดังนั้นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีอยู่จึงเป็นสิ่งสำคัญ การให้ผลประโยชน์จากการมาใช้บริการซ้ำ การให้รางวัลแก่ลูกค้าเก่า โดยการให้ความสนใจเป็นพิเศษหรือการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการตลาดหลังการบริการ หรือเป็นการตลาดแบบสัมพันธภาพ (Relationship Marketing) ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำหรับองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการ

7. ขั้นตอนของการให้บริการ (Process)ในขั้นตอนของการให้บริการนี้จะเกี่ยวข้องกับการออกแบบขั้นตอนและระบบในการจัดส่งการให้บริการแก่ลูกค้า ถ้าองค์กรไม่ให้ความสนใจกับขั้นตอนของการให้บริการอย่างเพียงพอ จะทำให้คุณภาพการบริการตกต่ำและทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้ สิ่งสำคัญในองค์กรที่ทำการผลิตสินค้า คือ ผลสำเร็จที่ได้จากขั้นตอนการผลิตนั้น แต่สำหรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์กรที่เป็นผู้ให้บริการแล้ว ขั้นตอนของการให้บริการและผลสำเร็จที่ออกมาจะมีความสำคัญเท่ากัน ดังนั้นนักการตลาดจะต้องออกแบบขั้นตอนของการให้บริการ เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพในการให้บริการ

2.1.4.2 รูปแบบกลยุทธ์ในธุรกิจการให้บริการ

การตลาดธุรกิจบริการต้องใช้เครื่องมือทั้งการตลาดภายใน (Internal Marketing) ซึ่งบริษัทต้องอาศัยพนักงานเข้าช่วย และต้องอาศัยการตลาดภายนอก (External Marketing) โดยการสื่อสารกับลูกค้าและการตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546 : 435 – 436)

1. การตลาดภายใน (Internal Marketing) การทำการตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงการฝึกอบรมการจูงใจพนักงานขายการบริการในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ารวมถึงพนักงานที่ให้การสนับสนุนการให้บริการ โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. การตลาดภายนอก (External Marketing) เป็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อให้บริการลูกค้าในการจัดเตรียมการให้บริการ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการให้บริการแก่ลูกค้า

3. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือ เกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการกับลูกค้า ลูกค้าจะยอมรับหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้าจะพิจารณาคุณภาพของการให้บริการ โดยพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1 คุณภาพด้านเทคนิค (Technical Quality)

3.2 คุณภาพด้านหน้าที่ (Functional Quality)

3.3 คุณภาพบริการที่ลูกค้าประเมินได้ก่อนซื้อ (Search Qualities)

3.4 คุณภาพด้านประสบการณ์ (Experience Qualities)

3.5 คุณภาพความเชื่อถือได้ว่าเป็นจริง (Credence Qualities)

2.1.5 การบริหารความแตกต่างทางการแข่งขัน

การบริการความแตกต่างทางการแข่งขัน (Managing Competitve Differentiation) งานการตลาดของผู้ขายการบริการจะต้องทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นการลำบากที่จะสร้างให้เห็นข้อแตกต่างของบริการอย่างเด่นชัดในความรู้สึกของลูกค้าการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งสามารถทำได้ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ. 2547 : 587 - 591)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. บริการที่นำเสนอ (Offer) โดยพิจารณาจากความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วย 2 ประการคือ

1.1 การให้บริการพื้นฐานเป็นชุด (Primary Service Package) ซึ่งได้แก่ สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากกิจการ

1.2 ลักษณะการให้บริการเสริม (Secondary Service Features) ได้แก่ บริการที่กิจการมีเพิ่มเติมให้นอกเหนือจากบริการพื้นฐานทั่วไป

2. การส่งมอบบริการ (Delivery) ที่มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอได้เหนือกว่าคู่แข่งขันโดยการตอบสนองความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการของผู้บริโภค

3. ภาพลักษณ์ (Image) การสร้างภาพลักษณ์สำหรับองค์กรที่ให้บริการโดยอาศัยสัญลักษณ์ (Symbols) ตราสินค้า (Brand) โดยอาศัยเครื่องมือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอื่น ๆ

4. ลักษณะด้านนวัตกรรม (Innovation Features) การเสนอบริการที่มีแนวคิดริเริ่มแตกต่างจากบริการของคู่แข่งขันทั่วไป

2.1.6 การจัดการด้านผลิตภาพ

การจัดการด้านผลิตภาพ (Managing Productivity) วิธีการปรับปรุงผลิตภาพการบริการ 7 ประการ ดังนี้ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2547 : 600-601)

1. การให้พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญเพิ่มขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม
2. เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยการยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง
3. เปลี่ยนบริการโดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วย
4. การให้บริการที่ไปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่น ๆ
5. การออกแบบบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
6. การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานแทนแรงงานของบริษัท
7. การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มศักยภาพในการบริการ

2.1.7 คุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจการบริการ คือการรักษาการให้ระดับบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ จะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการพูดปากต่อปาก จากการโฆษณาของธุรกิจการให้บริการ คุณภาพของการให้บริการจะมีลักษณะดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546: 440)

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) ต้องอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น เวลา สถานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การติดต่อสื่อสาร (Communication) การอธิบายอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้โดยง่าย

3. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญและมีความรู้ความสามารถในงานบริการ

4. ความมีน้ำใจ (Courtesy)

5. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) วิธีของการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการโดยเสนอบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า

6. ความไว้วางใจ (Creditably) บริการที่ให้ลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง

7. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็ว

8. ความปลอดภัย (Security)

9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก (Tangible)

10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding/Knowing Customer)

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ธารกมล อูปแก้ว (2544:12) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึงสภาพความต้องการต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

Vroom (1964) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น ส่วนทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Wolman (1973) นิยามไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

Tiffin and McCormick (1965) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์ และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ โดยการตอบสนองนั้นจะเกิดขึ้นเท่ากับหรือมากกว่าเป้าหมาย และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

2.2.2 แนวความคิดเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภค

ความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดขึ้นหลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้ ขึ้นอยู่กับว่าผลิตภัณฑ์นั้นให้สมรรถนะ (Product's Performance) มากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้บริโภคก่อนซื้อ (Customer Expectation) ดังนั้นนิยามความพึงพอใจผู้บริโภค (Customer Satisfaction) คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลอันเกิดจากการเปรียบเทียบสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ หรือผลลัพธ์ (Product's Performance or Result) กับความคาดหวังของบุคคล (Person Expectation) ความพึงพอใจเป็นความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะที่รับรู้ได้ (Perceived Performance) และความคาดหวัง (Expectation) โดยตรง ผู้บริโภคอาจได้รับความพึงพอใจ 3 ระดับคือ

1. ถ้าประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าที่คาดหวังผู้บริโภคจะไม่พึงพอใจ (Dissatisfied)
2. ถ้าประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เท่ากับที่คาดหวังไว้ผู้บริโภคจะพึงพอใจ (Satisfied)
3. ถ้าประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์สูงกว่าที่คาดหวังไว้แล้วนั้นจะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกพึงพอใจมาก (Highly Satisfied) หรือพอใจอย่างมาก (Delight) ทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (Repeated Purchase) และมีความจงรักภักดีต่อตรายี่ห้อ (Brand Loyalty)

ความคาดหวังของผู้บริโภคมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ที่สะสมมาตั้งแต่อดีตของผู้บริโภค หรือจากการซื้อในครั้งก่อน ๆ ข้อมูลการตลาด ตลอดจนคำสัญญาต่าง ๆ ที่ผู้ขายให้ไว้เพื่อดึงดูดลูกค้า ดังนั้นถ้านักการตลาดตั้งความหวังกับผู้บริโภคไว้สูง โอกาสที่ผู้บริโภคจะผิดหวังไม่เป็นไปตามที่หวังย่อมสูงตามไปด้วย ถ้านักการตลาดตั้งความหวังให้ผู้บริโภคต่ำไป มักส่งผลให้ไม่เพียงพอในการดึงดูดผู้บริโภคได้ โดยส่วนใหญ่แล้วนักการตลาดจะทำให้ผู้บริโภคตั้งความหวังในระดับที่พอใจกับผลิตภัณฑ์

2.3 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการโดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำของคนที่เกี่ยวกับการซื้อ และการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการกล่าว คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์การตลาดสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่าการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาด เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539: 106)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อน และเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านั้น อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543 : 5)

2.3.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย What? Why? Who? When? Where? และ How? เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมายเป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงส่วนประกอบของกลุ่มเป้าหมายตลาดเป้าหมายประกอบด้วยประเภทของบุคคล ลักษณะอาชีพ จำนวนรายได้

2. ผู้บริโภคจะซื้ออะไร เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสิ่งที่ตลาดซื้อ ซึ่งก็คือผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคต้องการจากสินค้า เช่น คุณสมบัติหรือองค์ประกอบของตัวสินค้า และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ หรือใช้บริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคทางด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือปัจจัยภายใน หรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าหรือใช้บริการประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใดเป็นคำถามเพื่อที่จะทราบถึงโอกาสในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี เป็นต้น

6. ผู้บริโภคซื้อที่ใด เป็นคำถามเพื่อทราบถึงสถานที่ ที่ผู้บริโภคจะไป ซึ่งนักการตลาดจะต้อง ศึกษาเพื่อจัดช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เป็นคำถามเพื่อทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ

2.3.3 ทฤษฎีและตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ

จุดเริ่มต้นของตัวแบบอยู่ที่มีสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนองดังนั้นตัวแบบนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎี ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น อาจจะเกิดขึ้นเองภายในร่างกาย และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจซื้อด้านจิตวิทยาก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา เช่น การที่กำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางจัดจำหน่ายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่นอกองค์การซึ่งบริษัทหรือผู้ผลิตควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่จะเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะผู้ซื้อลักษณะของผู้ซื้อมีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วยขั้นตอนคือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ คือการเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ

2.3.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของการซื้อของผู้บริโภค เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสมเมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ผ่านเข้ามาในความ รู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายจะไม่สามารถคาดเดาคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาดคือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดคือ ทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้าที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งจนถึงรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ ในสังคมหนึ่งค่านิยมทางวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น ๆ วัฒนธรรมกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาดวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคมเช่นลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย หมายถึง วัฒนธรรมแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันที่มีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่และดูสลับซับซ้อน วัฒนธรรมของกลุ่มย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ เช่น กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว กลุ่มอาชีพ เป็นต้น

1.3 ชั้นของสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิกในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกันแต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง นักการตลาดต้องศึกษาชั้นสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมายรวมทั้งจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละชั้นสังคมได้ถูกต้อง ชั้นสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง ระดับต่ำ

2. ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง ซึ่งเป็นของกลุ่มที่มีส่วนบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยม รวมถึงพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มจึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอิทธิพล

2.2 บทบาทและสถานะของกลุ่มบุคคลจะมีความเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่

3.1 อายุ กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

3.2 ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้า

3.4 รายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะมีผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน เป็นต้น

3.5 การศึกษา ผู้มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 รูปแบบของการดำรงชีวิต รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกนี้โดยการแสดงออกนั้นส่วนใหญ่เป็นในรูปของ AIOs ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมความสนใจ และความคิดเห็นแบบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรมชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคลนักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับแบบการดำรงชีวิต

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติการจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจกระทบจากปัจจัยภายนอกได้ เช่น วัฒนธรรมชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์อันประกอบด้วย ความต้องการทางร่างกาย และความต้องการด้านจิตวิทยาต่าง ๆ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการ

4.2 การรับรู้ ถือเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลจะได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูล เพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการของความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่อาศัยอยู่ เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์ และยังขึ้นอยู่กับลักษณะปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้นการรับรู้

4.3 การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในตัวของพฤติกรรม และหรือความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและจะเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือ ทฤษฎี สิ่งกระตุ้น การตอบสนอง (Stimulus-Response Theory = SR Theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก หรือจัดการส่งเสริมการขายเพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อและใช้สินค้า

4.4 ความเชื่อซึ่งเป็นความคิดส่วนบุคคลที่ยึดถือกันว่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

4.5 ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อจะมีความสัมพันธ์กัน

4.6 บุคลิกภาพ เป็นรูปแบบลักษณะของส่วนบุคคลที่จะเป็นตัวแบบกำหนดพฤติกรรมการตอบสนองหรืออาจหมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคล ซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอและมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

4.7 แนวความคิดของตนเอง หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
144962

2.4 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิษฐิดา ฉิมมา (2546) ศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานของโครงการธนาคารประชาชน กรณีศึกษา:โครงการธนาคารประชาชนในเขตจังหวัดสระบุรี วัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยประการแรกเพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินงานของโครงการธนาคารประชาชน ประการที่สองเพื่อประเมินผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์โครงการธนาคารประชาชน ในเขตจังหวัดสระบุรี โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิเป็นหลักซึ่งได้จากการออกแบบสอบถามและทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจำนวน 364 คน จากสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนในเขตจังหวัดสระบุรีซึ่งประกอบด้วยธนาคารออมสินสาขาจำนวน 8 สาขา สำหรับวิธีการศึกษาได้ใช้ ตาราง LogFrame เพื่อสร้างตัวชี้วัดและกำหนดเกณฑ์การประเมินตามวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ประการของโครงการธนาคารประชาชน และได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่าผลการประเมินที่ได้จากตัวชี้วัดในแต่ละข้อวัตถุประสงค์ผ่านเกณฑ์ แต่ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดเกณฑ์ผ่านการประเมินไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ทั้งนี้เพื่อเน้นความมีคุณภาพของโครงการ ดังนั้นจึงทำให้มีเพียงวัตถุประสงค์ของโครงการธนาคารประชาชนข้อเดียวที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน นั่นคือ โครงการธนาคารประชาชนมีการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพให้สมาชิกในขณะเดียวกันวัตถุประสงค์ของโครงการธนาคารประชาชนอีก 3 ข้อที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลคือ โครงการธนาคารประชาชนส่งเสริมให้ประชาชนมีอาชีพ รายได้และชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น โครงการธนาคารประชาชนส่งเสริมให้เกิดการออมทรัพย์อย่างเป็นระบบและโครงการธนาคารประชาชนเป็นแหล่งเงินทุนให้กับสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย อย่างไรก็ตามผลการศึกษาชี้ว่าสมาชิกมีความพึงพอใจต่อโครงการธนาคารประชาชน

ชาญวุฒิ สุวิทยพันธุ์ (2548) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อการศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อโครงการประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวัฒนานคร จังหวัดสระแก้วจำนวน 282 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม ชนิดมาตราส่วนประมาณค่ามีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสินสาขาวัฒนานคร ในด้านความไว้วางใจ ด้านความสามารถและด้านความสุภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการตอบสนอง ด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเข้าถึง ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความหน้าเชื่อถือด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้อยู่ในระดับมาก ระดับความพึงพอใจในการให้บริการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว จำแนกตามเพศ โดยรวมเพศชายอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเพศหญิงด้านความไว้วางใจ ด้านความสามารถ ด้านความสุภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ด้านการตอบสนอง ด้านการเข้าถึง ด้านการติดต่อสื่อสารด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจ และรู้จักลูกค้า และด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

อำนวย ราชศิลา ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของ (2551) ลูกค้าธนาคารกรุงไทย เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อและความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารกรุงไทย เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย สาขาแม่โจ้ จำนวน 285คน วิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนาใช้วิธีวัดตามแบบมาตรส่วนประเมินค่าหรือมาตรวัดลิคอร์ท(Likert Scale) และการทดสอบไคสแควร์จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มากที่สุด การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ปัจจัยที่ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน ปัจจัยด้านการเป็นลูกค้าเดิมของธนาคาร

2.5 วิธีดำเนินการวิจัย

2.5.1 วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ได้มีการดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามจากผู้บริโภคที่ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยค้นคว้าจากข้อมูล เอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หนังสือวิชาการ บทความ รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2 เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

2.5.3 ประชากรและขนาดของตัวอย่าง

เก็บรวบรวมข้อมูลทางด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวกของกัลยา วาณิชย์บัญชา. (2548 : 28)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z แทนระดับความเชื่อมั่น (ระดับความเชื่อมั่น 0.95 จะได้ค่า 1.96)

E แทนความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมให้เกิด (ในการวิจัยครั้งนี้ให้เท่ากับ 5% หรือ 0.05 คือ ระดับความเชื่อมั่น 95%)

แทนค่าในสูตร $n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$

$= 385$ คน

ดังนั้น ในการหากลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 15 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

2.5.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 กำหนดเขตที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง โดยจะเก็บข้อมูลสาขา และหน่วยให้บริการที่อยู่ในพื้นที่ดูแลของธนาคารออมสิน เขตพระโขนงทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 9 สาขา และ หน่วยให้บริการเคลื่อนที่ 1 หน่วย รวมเป็น 10 แห่งได้แก่ สาขาพระโขนง สาขารามคำแหง สาขารามคำแหง 2 สาขาคลองตัน สาขาบางนา สาขาหัวหมาก สาขาพาราไดซ์ พาร์ค สาขาซีคอนสแควร์ สาขาต้นซุงแอฟเวนิว หน่วยให้บริการ EXIM BANK พระราม 4

ขั้นที่ 2 กำหนดจำนวนตัวอย่างที่จะสอบถามในแต่ละสาขา โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดโควต้า (Quota sampling)โดยเฉลี่ยจากจำนวนตัวอย่างที่คำนวณไว้ กับจำนวนสาขาที่เลือกเป็นตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 9 สาขา และ หน่วยให้บริการเคลื่อนที่ 1 หน่วย รวมเป็น 10 แห่ง ๆ ละ 40 ราย ดังนั้นรวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย และสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้

2.5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ดังนี้

ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้โปรแกรม SPSS และใช้สถิติเชิงพรรณา (Descriptive Statistic) เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการสินเชื่อ นำเสนอในรูปแบบใช้วิเคราะห์ข้อมูลของร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย (Mean)

ในการวิเคราะห์ถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะใช้วิธีการวัดอันดับแบบสเกลของลิเคิท (Likert's Scale) โดยกำหนดเกณฑ์เพื่อใช้วัดออกเป็น 5 ระดับ

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
พอใจมากที่สุด	5
พอใจมาก	4
พอใจปานกลาง	3
พอใจน้อย	2
ไม่พอใจ	1

สำหรับระดับคะแนนที่ผู้กรอกแบบสอบถาม ให้ความเห็นในแต่ละด้านนำไปคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	พอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	พอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	พอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	พอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่พอใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทำการวิเคราะห์โดยการใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square test)

โดยความกว้างของแต่ละช่วง ของแต่ละระดับความสำคัญของปัจจัย กำหนดมาจากสูตรการหาความกว้างของชั้น (I) คือ

$$I = R/K$$

โดยที่ I = ความกว้างของชั้น

R = พิสัย คำนวณ ได้จากค่าสูงสุด – ค่าต่ำสุด

K = จำนวนชั้น

$$\frac{\text{(คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด)}}{\text{จำนวนชั้นที่จะแบ่ง}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3
สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ในบทนี้จะนำเสนอความเป็นมาและลักษณะการดำเนินงานของธนาคารออมสิน (The Government Saving Bank) และสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน (People Bank)

3.1 ประวัติการก่อตั้งกิจการด้านการออมสิน

"แบงค์ลีฟอเทีย" ต้นแบบการออม พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรง เห็นคุณประโยชน์ของการออมทรัพย์ เพื่อให้ประชาชนรู้จัก การประหยัด การเก็บออม มีสถานที่เก็บรักษาทรัพย์สิน เงินทองของประชาชน ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายจึงทรงริเริ่มจัดตั้งคลังออมสินทดลองขึ้น โดยทรงพระราชทาน นามแบงค์ว่า "ลีฟอเทีย" ในปีพ.ศ. 2450 เพื่อทรงใช้ ศึกษาและสำรวจนิสัยคนไทยในการออมเบื้องต้น พระองค์ทรงเข้าใจในราษฎรของพระองค์และทรงทราบดีว่าควรใช้กุศโลบายใดอันจะจูงใจคนไทยให้มองเห็นความสำคัญของการออม

กำเนิดธนาคารออมสิน ยุคที่ 1 คลังออมสิน สังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ พ.ศ. 2456 – 2471 เพื่อให้คลังออมสินได้เป็นประโยชน์เกื้อกูลเผื่อแผ่ไปถึงราษฎรโดยทั่วกัน พระองค์จึงได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ดำเนินการจัดตั้ง "คลังออมสิน" ขึ้น ในสังกัดกรมพระคลังมหาสมบัติ กระทรวงพระคลังมหาสมบัติ และพระราชทานพระบรมราชานุญาตประกาศใช้ "พระราชบัญญัติคลังออมสิน พ.ศ. 2456" ประกาศใช้ในวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2456

เติบโตอย่างรุดหน้า ยุคที่ 2 กองคลังออมสิน สังกัดกรมไปรษณีย์โทรเลข กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม พ.ศ. 2472 – 2489 ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ทรงมีพระราชดำริเห็นควร โอนกิจการคลังออมสินให้ไปอยู่ในความรับผิดชอบ ขอกรมไปรษณีย์โทรเลข กิจการได้เริ่มแพร่หลายและเป็นที่นิยมของประชาชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งนับได้ว่ากิจการคลังออมสิน ในช่วงระยะนี้เติบโตขึ้นมากจึงเรียกได้ว่าเป็น "ยุคแห่งความก้าวหน้าของการคลังออมสินแห่งประเทศไทย"

รากฐานความมั่นคง ยุคที่ 3 ธนาคารออมสิน สังกัดกระทรวงการคลัง พ.ศ. 2490 – ปัจจุบัน ต่อมาภายหลังเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง รัฐบาลได้เห็นถึงคุณประโยชน์ ของการออมทรัพย์และความสำคัญของคลังออมสินที่มีต่อการพัฒนาประเทศ จึงได้ยกฐานะของคลังออมสินขึ้นเป็นองค์การของรัฐ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ดำเนินธุรกิจภายใต้ "พระราชบัญญัติธนาคารออมสิน พ.ศ. 2489" มีการ บริหารงานโดยอิสระ ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการ ซึ่งได้รับการ แต่งตั้งจาก รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการคลัง เริ่มดำเนินธุรกิจในรูปธนาคาร ออมสินตั้งแต่วันที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1 เมษายน 2490 และคำว่า "คลังออมสิน" ก็ได้เปลี่ยน เป็นคำว่า "ธนาคารออมสิน" นับแต่บัดนั้น เป็นต้นมาโฉมใหม่สู่ความทันสมัยครบวงจร ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ธนาคารออมสินได้เปลี่ยนแปลง ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงาน และการบริการในทุกด้านอย่างเป็นพลวัตร ธนาคารจึงได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้ามากกว่า 26 ล้านบัญชี โดยระดมทรัพยากรในทุกด้าน เตรียมการเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ และรูปแบบการให้บริการที่ทันสมัยและครบวงจรยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการให้บริการที่สอดคล้องต่อความต้องการและครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ และทุกช่วงวัย

ปัจจุบันธนาคารออมสินมีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นรัฐวิสาหกิจ ในรูปของสถาบันการเงินที่มีรัฐบาลเป็นประกันอยู่ภายใต้ การกำกับดูแลของ กระทรวงการคลัง มีสาขา 995 สาขาทั่วประเทศ มีอายุครบ 100 ปี เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2556

3.1.1 วิสัยทัศน์ปี 2555-2560

เป็นสถาบันการเงินที่มั่นคงเพื่อการออม และเป็นผู้นำในการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและรายย่อยด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและธรรมาภิบาล

3.1.2 ค่านิยม

มุ่งมั่นวิสัยทัศน์ (VISION FOCUS)

ยึดมั่นในคุณธรรม (INTEGRITY)

เชี่ยวชาญงานบริการ (PROFESSIONALISM)

รับผิดชอบต่อสังคม (SOCIAL RESPONSIBILITY)

3.1.3 ผลการดำเนินงานของธนาคารออมสิน

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงผลการดำเนินการของธนาคารออมสินในภาพรวม เพื่อให้เห็นถึงขนาดธุรกรรมของธนาคารโดยรวม

1. สินทรัพย์รวม
   1.1 ยอดคงเหลือ 2,064,803 ล้านบาท
   1.2 ส่วนแบ่งตลาด เป็นอันดับ 4 ในระบบธนาคาร (ณ ตุลาคม 2556)
2. เงินฝาก
   2.1 ยอดคงเหลือ 1,756,036 ล้านบาท
   2.2 ส่วนแบ่งตลาด เป็นอันดับที่ 4 ในระบบธนาคาร (ณ ตุลาคม 2556)
3. สินเชื่อสุทธิ
   3.1 ยอดคงเหลือ 1,487,857 ล้านบาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ส่วนแบ่งตลาดสินเชื่อสุทธิ เป็นอันดับที่ 4 ในระบบธนาคาร (ณ ตุลาคม 2556)

4. สินเชื่อรวม (รวมสินเชื่อระหว่างสถาบันการเงิน)

4.1 ยอดคงเหลือ 1,645,558 ล้านบาท

5. เงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยงทั้งสิ้น

5.1 ณ ตุลาคม 2556 ยอดคงเหลือ ร้อยละ 10.82 Tier 1 – ร้อยละ 9.99

6. จำนวนพนักงานและลูกจ้าง

6.1 มีพนักงานจำนวน 14,625 คน และลูกจ้างจำนวน 4,759 คน

7. จำนวนสาขา

7.1 มีสาขาจำนวน 988 สาขา

8. จำนวนหน่วยให้บริการ (รวมรถ เรือเคลื่อนที่)

8.1 มีหน่วยให้บริการจำนวน 148 แห่ง (รถเคลื่อนที่จำนวน 120 คัน/เรือเคลื่อนที่ 2 ลำ/ที่อำเภอ 22 แห่ง/ที่ EXIM Bank 4 แห่ง)

9. จำนวนเครื่อง ATM

9.1 มี ATM จำนวน 4,897 ตู้

10. จำนวนธนาคารโรงเรียน

10.1 มีจำนวน 853 โรงเรียน

11. โครงการตามนโยบายรัฐ

11.1 กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ยอดคงเหลือบัญชีกองทุน จำนวน 53,730 กองทุน รวมเป็นเงิน 20,523 ล้านบาท

11.2 ธนาคารประชาชน ยอดอนุมัติ ม.ค. – พ.ย. 56 จำนวน 356,150 ราย เป็นจำนวนเงิน 35,530 ล้านบาท ยอดคงเหลือ พ.ย. 56 จำนวน 822,197 ราย เป็นเงิน 59,748 ล้านบาท

3.2 ความเป็นมาของโครงการธนาคารประชาชน

"โครงการธนาคารประชาชน" เป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล โดยอยู่ในความรับผิดชอบของธนาคารออมสิน ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระจายโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบและลดการพึ่งพาแหล่งเงินกู้นอกระบบของผู้ประกอบการรายย่อย และผู้ที่สนใจจะประกอบอาชีพอิสระรายย่อย รวมทั้งผู้ที่มีงานประจำ อยู่แล้วแต่ต้องการประกอบอาชีพเสริม โดยโครงการนี้มุ่งสนับสนุนการให้กู้ยืมแก่ผู้กู้ที่ไม่สามารถจะเข้าถึงระบบของธนาคารพาณิชย์ได้ เพราะการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์จำเป็นต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้จำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินกู้นอกระบบซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยเงินกู้นอกระบบสูงมากเป็นภาระหนักสำหรับผู้กู้ นอกจากนี้โครงการธนาคารประชาชนยังสร้างโอกาสให้ประชาชนในการสร้างงานสร้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ด้วยตนเอง โดยรัฐต้องการสนับสนุนให้ประชาชนที่ตั้งใจลงทุนทำมาหากินแต่ยังขาดแคลนเงินทุนเริ่มแรก หรือใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ให้มีโอกาสใช้สินเชื่อจากเงินกู้ในระบบที่มีดอกเบี้ยต่ำกว่า อันจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว โครงการธนาคารประชาชนจึงถือเป็นโครงการหนึ่งที่จะช่วยลดภาระของคนจนและทำให้คนจนมีรายได้เพียงพอที่จะใช้จ่าย ก่อนที่จะมีโครงการธนาคารประชาชน ธนาคารออมสินในฐานะที่เป็นธนาคารเพื่อสังคมได้เริ่มเปิดให้บริการทางการเงินแก่ผู้ประกอบการรายย่อยครั้งแรก ในปี 2538 ภายใต้ความร่วมมือของโครงการ ไทย – เยอรมัน เนื่องจากการดำเนินงานดังกล่าวมีต้นทุนในการดำเนินการและความเสี่ยงในการให้สินเชื่อสูง และจำเป็นต้องใช้บุคลากรในการดำเนินงานเป็นจำนวนมาก ประกอบกับในขณะนั้นรัฐบาลได้มีนโยบายในการชะลอการเพิ่มอัตรากำลังของธนาคาร ส่งผลให้ธนาคารไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง ธนาคารออมสินจึงจำเป็นต้องชะลอการให้บริการดังกล่าว ต่อมาในปี 2542 ธนาคารออมสินได้ทบทวนเปิดให้บริการทางการเงินแก่ผู้ประกอบการรายย่อยที่เป็นลูกค้าเงินฝากนอกสถานที่โดยในเบื้องต้นมีสาขาที่สมัครใจเปิดให้บริการจำนวน 13 สาขา (31 มีนาคม 2544 มีสาขาที่เปิดให้บริการทางการเงินแก่ผู้ประกอบการรายย่อย จำนวน 131 สาขา มีผู้ประกอบการรายย่อยที่มาใช้บริการทั้งสิ้นจำนวน 964 ราย เป็นเงิน 18,153,000 บาท) เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544 รัฐบาลได้แถลงต่อรัฐสภา เรื่องนโยบายเร่งด่วนประการหนึ่งของรัฐบาล คือ การส่งเสริมให้เกิดการกระจายโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับประชาชนผู้มีรายได้น้อย เพื่อสร้างทางเลือกและลดการพึ่งพาแหล่งเงินกู้นอกระบบ ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีโอกาสในการสร้างงาน สร้างรายได้ด้วยตนเอง รัฐบาลจึงได้มอบหมายให้ธนาคารออมสินจัดให้มีการบริการทางการเงินที่เต็มรูปแบบและให้บริการแบบต่อเนื่องสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนทั่วไปที่ประกอบอาชีพอิสระรายย่อยและยังขาดโอกาสในการเข้าถึงการใช้บริการทางการเงินที่มีอยู่ในปัจจุบัน ธนาคารออมสินจึงได้เปิดให้บริการทางการเงินภายใต้ชื่อ “โครงการธนาคารประชาชน” พร้อมทั้งกำหนดหลักเกณฑ์เงื่อนไขในการให้บริการโครงการธนาคารประชาชนให้สอดคล้องกับแนวทางตามนโยบายรัฐบาล และเพื่อให้การบริการโครงการธนาคารประชาชนเป็นไปอย่างครบวงจร ธนาคารได้จัดบริการให้การฝึกอบรมให้คำปรึกษา แก้ไขปัญหา และแนะนำด้านอาชีพให้แก่สมาชิกซึ่งธนาคารได้นำโครงการธนาคารประชาชนเสนอกระทรวงการคลัง และต่อมากระทรวงการคลังได้นำเสนอคณะรัฐมนตรี เพื่อให้ความเห็นชอบเมื่อ วันที่ 19 มิถุนายน 2544 เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ธนาคารจึงได้เตรียมความพร้อมทั้งทางด้านการพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาระบบงานต่าง ๆ ของธนาคาร โดยได้จัดให้มีการสัมมนาผู้บริหารของธนาคารและจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานสาขาทุกสาขา พร้อมทั้งพัฒนาระบบงานของธนาคารทั้งในส่วนของการปฏิบัติงานด้านสินเชื่อและด้านสารสนเทศ โดยได้จัดทำระบบงานตรวจสอบข้อมูลด้านสินเชื่อไว้ด้วย ธนาคารได้เปิดรับสมัครสมาชิกเพื่อเข้าร่วมโครงการธนาคารประชาชนเป็นโครงการนำร่องเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2544 โดยเปิดให้บริการ ณ ธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่ ซึ่งได้รับความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สนใจจากประชาชนทั่วไปอย่างมาก ต่อมาได้เปิดให้บริการโครงการธนาคารประชาชนอย่างเป็นทางการในวันที่ 25 มิถุนายน 2544

3.2.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ

หลักการดำเนินการของโครงการธนาคารประชาชนที่สำคัญ คือเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้กับประชาชนที่มีรายได้น้อย ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของธนาคารออมสินที่จะเป็นธนาคารในดวงใจของประชาชน และเพื่อสร้างพื้นฐานความมั่นคงที่ยั่งยืนแก่ผู้ประกอบการรายย่อยด้วยการให้บริการที่สมบูรณ์ด้วยองค์ประกอบ 3 ประการคือ ส่งเสริมการออมทรัพย์ ให้คำแนะนำ คำปรึกษาในการประกอบอาชีพ และการสนับสนุนเงินทุนอย่างมีเหตุผล ผู้สนใจจะต้องสมัครเข้าเป็นสมาชิกในเบื้องต้น โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

1. ส่งเสริมให้ประชาชนมีอาชีพ รายได้และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอันจะเป็นการ เสริมสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ
2. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการออมทรัพย์อย่างเป็นระบบในหมู่สมาชิก
3. เพื่อพัฒนาอาชีพให้สมาชิกและส่งเสริมให้สมาชิกมีงานทำ
4. เพื่อเป็นแหล่งเงินทุนให้กับสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งไม่สามารถเข้าสู่ระบบการเงินที่เป็นปกติได้อย่างต่อเนื่อง
5. เพื่อตอบสนองเจตนารมณ์ที่จะเป็นธนาคารในดวงใจของประชาชน

3.2.2 การดำเนินงานตามโครงการ

โครงการธนาคารประชาชนเริ่มเปิดให้บริการทางการเงินแก่ผู้ประกอบการรายย่อยอย่างเป็นทางการในวันที่ 25 มิถุนายน 2544 แต่ได้มีการเปิดโครงการนำร่องโดยเปิดรับสมัครสมาชิกตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2544 ซึ่งปรากฏว่าได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ในการดำเนินงานของธนาคารประชาชน ได้มีการกำ หนดกลุ่มเป้าหมาย เงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการดำ เนินการและผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ดังนี้คือ

1. กลุ่มเป้าหมายของโครงการธนาคารประชาชน
   1.1 ประชาชนทั่วไปที่ประกอบอาชีพอิสระรายย่อย
   1.2 ผู้มีรายได้ประจำ ที่ต้องการประกอบอาชีพเสริม
   1.3 ผู้ที่สนใจประกอบอาชีพอิสระรายย่อย

ทั้งนี้อาชีพอิสระรายย่อย หรืออาชีพเสริม ได้แก่ อาชีพค้าขายซึ่งประกอบด้วย พ่อค้า แม่ค้าประเภทรถเข็น หาบเร่ แผงลอย แผงประจำ หรือร้านค้า ร้านขายขนม ร้านขายผลไม้ ร้านขายของชำ ฯลฯ หรืออาชีพบริการต่าง ๆ อาทิ เช่น ร้านเสริมสวย ร้านซักแห้ง ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการดำเนินการ

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการดำเนินการของโครงการธนาคารประชาชน ตั้งแต่จุดเด่นของบริการ วัตถุประสงค์ คุณสมบัติผู้กู้ วงเงินให้กู้ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้ บุคคลค้ำประกัน หลักทรัพย์ค้ำประกัน ค่าธรรมเนียมบริการ เอกสารประกอบการขอกู้เงินผู้กู้ ผู้ค้ำประกัน

3.2.4 จุดเด่นของบริการ

1. เป็นเจ้าของกิจการขนาดเล็ก ที่ต้องการเพิ่มรายได้
2. มีความตั้งใจจะประกอบ ธุรกิจขนาดเล็ก
3. มีสถานที่ประกอบอาชีพ หรือให้บริการลูกค้าที่แน่นอน
4. มีสมุดบัญชีเงินฝาก กับธนาคารออมสิน

3.2.5 วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นเงินทุนหรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ หรือ เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ หรือชำระหนี้อื่น ๆ

3.2.6 คุณสมบัติผู้กู้

1. เป็นผู้ประกอบการรายย่อย หรือผู้มีรายได้ประจำ
2. เป็นผู้ที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพใด ๆ ที่มีความตั้งใจจะประกอบอาชีพอิสระรายย่อย
3. อายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป เมื่อรวมอายุผู้กู้และระยะเวลาชำระคืนต้องไม่เกิน 65 ปี
4. เป็นผู้มีถิ่นที่อยู่แน่นอน
5. มีสถานที่ประกอบอาชีพแน่นอน
6. เปิดบัญชีเงินฝากประเภทเผื่อเรียก ณ สาขาที่ยื่นขอกู้เงิน

3.2.7 วงเงินให้กู้

1. ให้กู้ได้ตามความจำเป็นและความสามารถในการชำระคืน ไม่เกินรายละ 200,000 บาท

3.2.8 อัตราดอกเบี้ย

1. วงเงินกู้ไม่เกิน 30,000 บาท อัตราดอกเบี้ยคงที่ ร้อยละ 0.50 ต่อเดือน (Flat Rate)

2. วงเงินกู้ตั้งแต่ 30,000 บาท อัตราดอกเบี้ยคงที่ร้อยละ 0.75 ต่อเดือน (Flat Rate) กรณีไม่มีประวัติผิดนัดชำระหนี้งวดใดงวดหนึ่งของการชำระหนี้ ตั้งแต่งวดที่ 1 ถึง งวดที่ 12 ธนาคารจะลดอัตราดอกเบี้ยของการชำระหนี้งวดที่ 13 เป็นต้นไป เป็นในอัตรา ร้อยละ 0.50 ต่อเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กรณีเป็นลูกค้าที่มีหน่วยงานรวบรวมเงินนำส่งธนาคาร ให้คิดอัตราดอกเบี้ยทุกวงเงิน ร้อยละ 0.50 ต่อเดือน (Flat Rate)

3.2.9 ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้

ระยะเวลาชำระคืนเงินกู้ และดอกเบี้ยไม่เกิน 8 ปี (96 งวด) โดยชำระเงินต้น และดอกเบี้ยเป็นงวดรายเดือน และคำนวณชำระหนี้แบบอัตราดอกเบี้ยคงที่ (Flat Rate)

3.2.10 บุคคลค้ำประกัน

1. กรณีวงเงินกู้ไม่เกิน 50,000 บาท

1.1 เป็นบุคคลที่ธนาคารให้ความเชื่อถือ หรือเป็นผู้มีอาชีพ และรายได้แน่นอน ตั้งแต่ 7,000 บาทขึ้นไป จำนวนไม่น้อยกว่า 1 คน

2. กรณีวงเงินกู้ตั้งแต่ 50,001 – 200,000 บาท

2.1 เป็นบุคคลที่ธนาคารให้ความเชื่อถือ หรือเป็นผู้มีอาชีพ และรายได้แน่นอน ตั้งแต่ 7,000 บาทขึ้นไป จำนวนไม่น้อยกว่า 2 คน

2.2 เป็นผู้มีอาชีพและรายได้แน่นอน ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป จำนวนไม่น้อยกว่า 1คน

3.2.11 หลักทรัพย์ค้ำประกัน

1. สมุดเงินฝาก และหรือสลากออมสินพิเศษ ให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 95 ของจำนวนเงินฝากคงเหลือในสมุดฝากเงินออมสินหรือให้กู้ได้ไม่เกินร้อยละ 95 ของมูลค่าสลากออมสินพิเศษ อสังหาริมทรัพย์ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีความเจริญ มีไฟฟ้า สาธารณูปโภคอื่น ๆ ตามความจำเป็น และมีทางสาธารณาประโยชน์ซึ่งสามารถเข้า - ออก ได้สะดวก

3.2.12 ค่าธรรมเนียมบริการ

1. กรณีใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน คิดค่าธรรมเนียมบริการประเมินราคาหลักทรัพย์ ตามประกาศธนาคาร

2. ยกเว้นค่าธรรมเนียมการให้สินเชื่อ

3.2.13 เอกสารประกอบการขอกู้เงิน ผู้กู้

1. รูปถ่าย 1 นิ้ว และภาพถ่ายกิจการ อย่างละ 1 รูป

2. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน และทะเบียนผู้กู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สำเนาใบทะเบียนทะเบียนพาณิชย์ ทะเบียนการค้า หรือเอกสารอื่นที่แสดงว่าประกอบธุรกิจ เช่น สัญญาเช่าสถานประกอบการ, บิลใบสั่งซื้อสินค้า, แบบแสดงรายการภาษีเงินได้ ฯลฯ (ถ้ามี)

4. สำเนาใบเสร็จเงินกู้ หรือ Statement จากธนาคารที่ติดต่ออยู่ ย้อนหลัง 6 เดือน (ถ้ามี)

5. เอกสารหรือข้อมูลแสดงรายรับ – รายจ่าย

3.2.14 ผู้ค้ำประกัน

1. สำเนาบัตรประชาชน และทะเบียนบ้านผู้ค้ำประกัน

2. หนังสือรับรองการเป็นพนักงาน และสำเนาใบสำคัญจ่ายเงินเดือนเอกสารหรือข้อมูลแสดงรายได้

3.3 ผลการดำเนินงานโครงการธนาคารประชาชน

จากการศึกษาถึงผลการดำเนินงานของธนาคารประชาชนสะสมตั้งแต่เริ่มดำเนินโครงการในวันที่ 25 มิถุนายน 2544 จนถึง 31 ธันวาคม2556 พบว่า จำนวนสมาชิกที่ขอกู้ จำนวนสมาชิกที่ได้รับอนุมัติให้กู้ รวมถึงวงเงินอนุมัติที่ให้กู้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ โดยที่การดำเนินงานของธนาคารประชาชนตั้งแต่เริ่มตั้งโครงการ คือวันที่ 25มิถุนายน 2544 จนกระทั่ง 31 ธันวาคม2556โครงการธนาคารประชาชนปล่อยสินเชื่อสะสมตั้งแต่เริ่มโครงการจนถึงปัจจุบันรวมทั้งสิ้น 3,313,614 บัญชี คิดเป็นเงินสินเชื่อ 158,989 ล้านบาทโดยมียอดอนุมัติสินเชื่อตั้งแต่เดือนมกราคมธันวาคม-2556อยู่ที่ 391,009 บัญชีจำนวน 39,030 ล้านบาท ขณะที่ยอดสินเชื่อคงเหลือวันที่ 31 ธันวาคม 2556 จำนวน 837,287 บัญชี จำนวน 61,165 ล้านบาท ส่วนยอดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ อยู่ที่ร้อยละ(เอ็นพีแอล)3.08 (สมาชิกบางรายมีการอนุมัติกู้มากกว่า 1 ครั้ง)และวงเงินที่อนุมัติให้กู้สะสมเท่ากับ 20,399.02 ล้านบาท

3.3.1 ความเจริญเติบโตของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในช่วงที่ผ่านมา

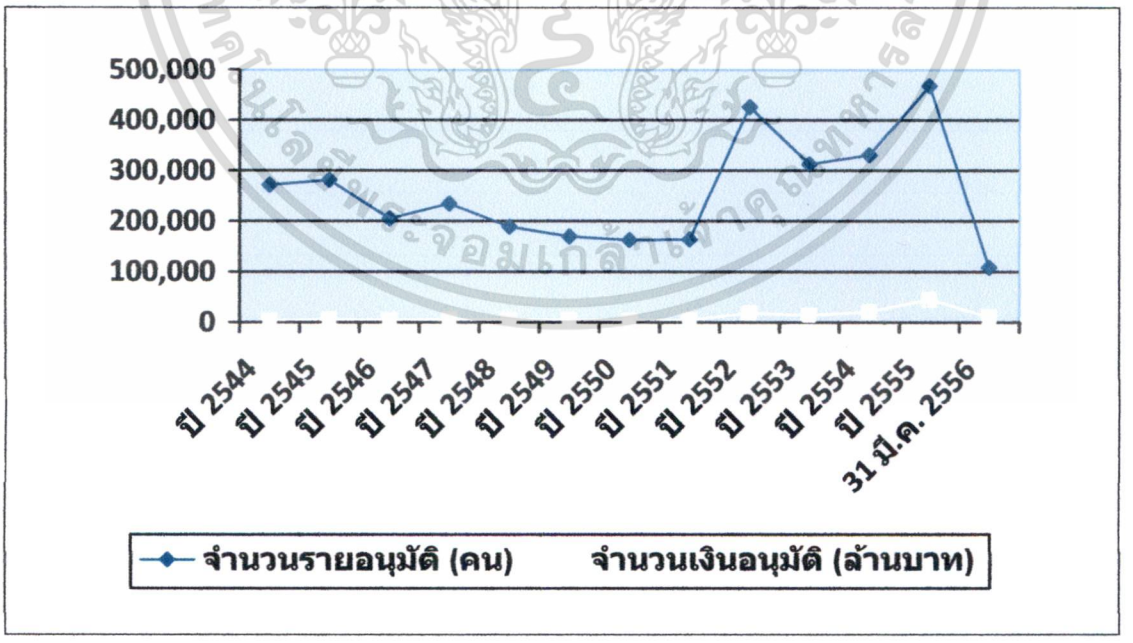
ตั้งแต่เริ่มโครงการในปี 2544 จนถึงปัจจุบัน สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนมีการอนุมัติสินเชื่อในแต่ละปี ดังนี้(ตารางที่ 3.1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 การอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน 2544 – 31 มีนาคม 2556

ปี	จำนวนรายอนุมัติ (คน)	จำนวนเงินอนุมัติ (ล้านบาท)
2544	272,492	3,617.40
2545	282,248	6,640.98
2546	205,469	5,116.66
2547	235,185	6,316.85
2548	189,860	5,460.41
2549	170,597	5,246.28
2550	163,144	4,729.90
2551	165,049	5,247.92
2552	426,855	19,182.67
2553	313,229	14,607.59
2554	331,379	21,598.64
2555	468,489	45,848.87
31 มี.ค. 2556	108,941	11,482.48

ที่มา : ธนาคารออมสิน. 2556



ภาพที่ 3.1 การอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน 2544 – 31 มีนาคม 2556

ที่มา : ธนาคารออมสิน. 2556

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธนาคารออมสินภาค 2 จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 6 เขต ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ 53 สาขา (ตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2 การแบ่งเขตพื้นที่การบริการของธนาคารออมสินภาค 2

เขต	สาขา	จำนวนสาขา
บางรัก	หัวลำโพง, สาทร, บางรัก, ถนนจันทน์, สีลม, เยาวราช, สาทรเหนือ, สาธรซิตี้ ทาวเวอร์	8
ถนนเพชรบุรี	เจริญผล, จักรวรรดิ, วรจักร, อุรุพงษ์, ถนนเพชรบุรี, ป้อมปราบ	6
คลองจั่น	โชคชัย 4, เดอะมอลล์ บางกะปิ, คลองจั่น, รามอินทรา กม.7, เซ็นทรัลฯ รามอินทรา, เพียวเพลส รามคำแหง, ลาดพร้าว 101, ปตท.รามคำแหง 76, อิมพีเรียล เวิลด์ ลาดพร้าว	9
พระโขนง	พระโขนง, รามคำแหง 1, รามคำแหง 2, คลองตัน, บางนา, หัวหมาก, พาราไดซ์ พาร์ค, ซีคอน สแควร์, ต้นซุง แอฟเวนิว, หน่วยให้บริการ EXIM BANK พระราม 4	10
พร้อมพงษ์	สามย่าน, คลองเตย, พร้อมพงษ์, ราชประสงค์, จามจุรีสแควร์, ทองหล่อ, เซ็นทรัลเวิลด์, กรุงเทพ ทาวเวอร์, เกตเวย์ เอกมัย, ออล ซีซั่นส์ เพลส, คอลัมน์ ทาวเวอร์, ตลาดคลองเตย	12
มีนบุรี	แฟชั่นไอส์แลนด์, แฟชั่นไอส์แลนด์2, หนองจอก, มีนบุรี, ลาดกระบัง, บิ๊กซีเคหะร่มเกล้า, บิ๊กซีหทัยราษฎร์, ไอเพลส นิคมฯ	8
	รวม ภาค 2	53

ที่มา : ธนาคารออมสิน. 2556

จำนวนสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินภาค 2 (ตารางที่ 3.3) ซึ่งประกอบด้วย 6 เขต พบว่าเขตพระโขนง มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด คือ 1,478 ราย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 จำนวนรายอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินภาค 2 จำแนกเป็นรายเขต ณ 31 มีนาคม 2557

ภาค	เขต	จำนวนรายอนุมัติ (ราย)	จำนวนเงินอนุมัติ (ล้านบาท)
2	บางรัก	570	47.07
	ถนนเพชรบุรี	620	51.21
	คลองจั่น	1,276	121.06
	พระโขนง	1,478	127.96
	พร้อมพงษ์	923	86.13
	มีนบุรี	989	71.31
รวม	6	5,856	504.75

ที่มา : กลุ่มงานวิเคราะห์ข้อมูล งานติดตามและประเมินผล ฝ่ายสินเชื่อนโยบายรัฐ ธนาคารออมสิน. 2557

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะทำการศึกษาและประเมินผลการดำเนินงานของโครงการธนาคารประชาชนว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้หรือไม่ และการให้บริการของโครงการธนาคารประชาชนก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการมากน้อยเพียงใด โดยศึกษาเฉพาะโครงการธนาคารประชาชนของเขตพระโขนง เนื่องจากเขตพระโขนงมีจำนวนสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนมากที่สุด ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ให้บริการ 9 สาขา และ หน่วยให้บริการเคลื่อนที่ 1 หน่วย รวมเป็น 10 แห่ง ประกอบด้วย สาขาพระโขนง สาขารามคำแหง สาขารามคำแหง สาขาคลองตัน สาขาบางนา 2สาขาหัวหมาก สาขาพาราไดซ์พาร์ค สาขาซีคอนสแควร์ สาขาต้นซุงแอฟเวนิว หน่วยให้บริการ EXIM BANK พระราม 4 โดยสาขาพระโขนงมีจำนวนรายอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน และจำนวนเงินอนุมัติสูงสุด คือ 306 ราย (ตารางที่ 3.4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 จำนวนรายอนุมัติสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนงจำแนกเป็นรายสาขา ณ 31 มีนาคม 2557

สาขา	จำนวนรายอนุมัติ (ราย)	จำนวนเงินอนุมัติ (ล้านบาท)
พระโขนง	306	20.35
รามคำแหง	152	15.42
รามคำแหง 2	138	12.75
คลองตัน	183	20.74
บางนา	203	18.73
หัวหมาก	216	14.92
พาราไดซ์พาร์ค	137	12.73
ซีคอนสแควร์	87	7.08
ต้นซุงแอฟเวนิว	24	2.34
หน่วยให้บริการ EXIM BANK พระราม 4	32	2.90
รวม	1,478	127.96

ที่มา : กลุ่มงานวิเคราะห์ข้อมูล งานติดตามและประเมินผล ฝ่ายสินเชื่อนโยบายรัฐ ธนาคารออมสิน. 2557

3.4 การพัฒนาของสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในรอบกว่า10 ปี ที่ผ่านมา

สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนมีการปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ธนาคารออมสินมีบริการด้านสินเชื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มฐานรากได้ดียิ่งขึ้น ดังนี้ (ธนาคารออมสิน. 2556)

1. วัตถุประสงค์การกู้ จากเดิม "เพื่อนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบการอาชีพ" เป็น "เพื่อเป็นเงินทุนหรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ หรือเป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ หรือชำระหนี้สินอื่น ๆ " (เริ่มดำเนินการ เมื่อ 24 มิถุนายน 2552)

2. รูปแบบการให้บริการสินเชื่อ เพิ่มรูปแบบการให้บริการ "สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนผ่านหน่วยงาน" ซึ่งเป็นการให้เริการสินเชื่อแก่พนักงานของหน่วยงานที่เข้าร่วมโครงการ โดยมีเจ้าหน้าที่การเงิน เป็นผู้รวบรวมเงินนำส่งธนาคาร (เริ่มดำเนินการเมื่อ 24 มิถุนายน 2552)

3. วงเงินให้กู้ และระยะเวลาชำระคืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 วงเงินให้กู้ และระยะเวลาชำระคืน

วงเงินให้กู้	ระยะเวลาชำระคืน	วันที่เริ่มดำเนินการ
- กู้ครั้งแรก ไม่เกินรายละ 15,000 บาท - กู้ครั้งต่อไป ไม่เกินรายละ 30,000 บาท	- วงเงินกู้ไม่เกิน 15,000 บาท ชำระคืนไม่เกิน 13 งวด - วงเงินกู้เกิน 15,000 บาท ชำระคืนไม่เกิน 25 งวด	25 มิถุนายน 2544
- กู้ครั้งแรก ไม่เกินรายละ 30,000 บาท - กู้ครั้งต่อไป ไม่เกินรายละ 50,000 บาท	- วงเงินกู้ไม่เกิน 15,000 บาท ชำระคืนไม่เกิน 13 งวด - วงเงินกู้เกิน 15,000 - 30,000บาท ชำระคืนไม่เกิน 25 งวด - วงเงินกู้เกิน 30,000 บาท ชำระคืนไม่เกิน 37 งวด	1 กุมภาพันธ์ 2545
- ตามความจำเป็น และความสามารถในการชำระคืน ไม่เกินรายละ 100,000 บาท	- ไม่เกิน 5 ปี (60 งวด)	24 มิถุนายน 2552
- ตามความจำเป็น และความสามารถในการชำระคืน ไม่เกินรายละ 200,000 บาท	- ไม่เกิน 8 ปี (96 งวด)	9 สิงหาคม 2554

ที่มา : ธนาคารออมสิน. 2556

3.5 เป้าหมายและผลสำเร็จในการดำเนินงานสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ธนาคารออมสินดำเนินงานในโครงการธนาคารประชาชน โดยมุ่งหวังให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าสู่ระบบโครงสร้างทางการเงินที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกระดับ และส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งถือว่าเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นฐาน ได้มีแหล่งเงินทุนเพื่อประกอบอาชีพอย่างยุติธรรม และหลุดพ้นจากวงจรการเงินนอกระบบ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้มีการกินดีอยู่ดีอย่างยั่งยืน (ธนาคารออมสิน. 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่เป็นบุคคลทั่วไปที่เป็นผู้รับบริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน โดยแบ่งผลการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน โดยแบ่งการพิจารณาออกเป็น การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านสถานที่ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ

ส่วนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ส่วนที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 และเป็นเพศหญิง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 (ตารางที่ 4.1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	243	60.8
หญิง	157	39.3
รวม	400	100.0

4.1.2 อายุ

จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมา คือ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-30 ปี	262	65.5
31-40 ปี	112	28.0
41-50 ปี	25	6.3
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	1	0.3
รวม	400	100.0

4.1.3 สถานภาพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สถานภาพโสด จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.3 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 สถานภาพหย่า จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ1.5 (ตารางที่ 4.3)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	349	87.3
สมรส	41	10.3
หย่า	6	1.5
หม้าย	4	1.0
รวม	400	100.0

4.1.4 ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 เนื่องจากปัจจุบันมีการแข่งขันในตลาดแรงงานสูง ประกอบกับทุกคนมีความต้องการหน้าที่การงานและรายได้ที่มั่นคงจึงมีระดับการศึกษานี้เป็นอย่างต่ำ รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	1	0.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	14	3.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	2	0.5
อนุปริญญา/ปวส.	1	0.3
ปริญญาตรี	354	88.5
ปริญญาโท	27	6.8
ปริญญาเอก	1	0.3
รวม	400	100.0

4.1.5 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 331 คน คิดเป็น ร้อยละ 82.8 รองลงมา คือ ค้าขาย/อาชีพส่วนตัว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 (ตารางที่ 4.5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัท	331	82.8
ค้าขาย/อาชีพส่วนตัว	29	7.3
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	6.0
ข้าราชการ	8	2.0
รับจ้าง	8	2.0
รวม	400	100.0

4.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท มากที่สุด จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมาคือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาทขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 8 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้ไม่สูงมาก เนื่องจากส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนที่เพิ่งเริ่มต้นทำงาน (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7,000 – 15,000 บาท	3	8
15,001 - 25,000 บาท	374	93.5
25,001 - 35,000 บาท	8	2.0
มากกว่า 35,000 บาท	15	3.8
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

4.2.1 การใช้บริการกับธนาคารออมสิน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก่อนกู้เงินโครงการธนาคารประชาชนเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินมาก่อน จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 และไม่เคยใช้บริการกับธนาคารออมสินมาก่อน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินก่อนกู้โครงการธนาคารประชาชน

การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เคย	388	97.0
ไม่เคย	12	3.0
รวม	400	100.0

4.2.2 ความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

การศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่มีการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เป็นครั้งแรก จำนวน 389 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 รองลงมา มีความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เป็นครั้งที่ 2 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และ ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เป็นครั้งที่ 3 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 (ตารางที่ 4.8)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนครั้งในการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	389	97.3
ครั้งที่ 2	9	2.3
ครั้งที่ 3	1	0.3
มากกว่า 3 ครั้ง	1	0.3
รวม	400	100.0

4.2.3 การผิดนัดชำระเงินกู้

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยผิดนัดชำระเงินกู้ จำนวน 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.5 และเคยผิดนัดชำระเงินกู้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการผิดนัดชำระเงินกู้ก่อนกู้โครงการ

การผิดนัดชำระเงินกู้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เคย	394	98.5
เคย	6	1.5
รวม	400	100.0

4.2.4 หลักประกันการกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สมาชิกโครงการเป็นหลักประกันการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 96.3 เนื่องจาก เป็นการรวมกลุ่มกันกู้ หรือต้องเป็นหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชนที่จะจัดกลุ่มกันมาตั้งคณะกรรมการเพื่อหักเงินนำส่งรายเดือน ออกใบรับรองโดยหน่วยงานนั้น ๆ รองลงมา คือ ใช้ข้าราชการเป็นหลักประกันการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และใช้พนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นหลักประกันการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ใช้ลูกจ้าง/พนักงานเอกชนเป็นหลักประกันการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 (ตารางที่ 4.10)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามหลักประกันการกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน

หลักประกันการกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สมาชิกโครงการ	385	96.3
ข้าราชการ	6	1.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5	1.3
ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน	4	1.0
รวม	400	100.0

4.2.5 วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการขอสินเชื่อเพื่อนำไปใช้อุปโภคบริโภคส่วนตัว จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมา คือ เพื่อชำระหนี้ในระบบจากสถาบันการเงินอื่น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และเพื่อลงทุนขยายกิจการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการขอสินเชื่อ

(N=400)

วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพื่อนำไปใช้อุปโภคบริโภคส่วนตัว	364	91.0
เพื่อชำระหนี้ในระบบจากสถาบันการเงินอื่น	10	2.5
เพื่อลงทุนขยายกิจการ	9	2.3
เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในกิจการ	8	2.0
เพื่อชำระหนี้นอกระบบ	5	1.3
เพื่อนำไปใช้ลงทุนในการตั้งกิจการใหม่	4	1.0
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.6 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชน

การศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชนอยู่ระหว่าง 50,001 - 100,000 บาท จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา คือ อยู่ระหว่าง 100,001 - 200,000 บาท จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และอยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท กับระหว่าง 30,001 - 50,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชน

วงเงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน (บาท)	จำนวน(คำตอบ)	ร้อยละ
5,000 – 10,000 บาท	1	0.3
10,001 – 20,000 บาท	4	1.0
20,001 – 30,000 บาท	9	2.3
30,001 – 50,000 บาท	9	2.3
50,001 – 100,000 บาท	223	55.8
100,001 – 200,000 บาท	154	38.5
รวม	400	100.0

4.2.7 เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่าเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน คือ ต้องการเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมาคือ มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และพนักงานเอาใจใส่ อบอุ่น เป็นกันเอง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ธนาคารมีความมั่นคง มีความน่าเชื่อถือในการดำเนินการ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

(N=400)

เหตุผล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต้องการเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง	374	93.5
มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ	12	3.0
พนักงานเอาใจใส่ อบอุ่น เป็นกันเอง	5	1.3
ธนาคารมีความมั่นคง มีความน่าเชื่อถือในการดำเนินการ	5	1.3
อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าเงินกู้นอกระบบ	4	1.0
รวม	400	100.0

4.2.8 ก่อนกู้โครงการธนาคารประชาชนเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 และไม่เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามก่อนกู้โครงการธนาคารประชาชนเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน

การกู้สินเชื่อกับสถาบันการเงิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เคย	237	59.3
ไม่เคย	163	40.8
รวม	400	100.0

4.2.9 การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยขอสินเชื่อกับธนาคารไทยพาณิชย์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมา คือ เคยขอสินเชื่อกับธนาคารกรุงเทพ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และเคยขอสินเชื่อกับธนาคารกรุงไทย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ และไม่เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินใด ๆ เลย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 (ตารางที่ 4.15)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน

สถาบันการเงิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เคยขอสินเชื่อ	163	40.8
ธนาคารไทยพาณิชย์	100	25.0
ธนาคารกรุงเทพ	30	7.5
ธนาคารกรุงไทย	23	5.8
ธนาคารธนชาต	22	5.5
ธนาคารกรุงศรีอยุธยาฯ	21	5.3
ธนาคารอาคารสงเคราะห์	20	5.0
ธนาคารกสิกรไทย	13	3.3
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์	8	2.0
รวม	400	100.0

4.2.10 อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินอีกในอนาคต จำนวน 352 คน คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมา ไม่แน่ใจว่าจะกลับมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินอีก จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และจะไม่ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินอีก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน

อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ใช้	352	88.0
ไม่แน่ใจ	43	10.8
ไม่ใช้	5	1.3
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ศึกษาความพึงพอใจใน 7 ด้าน คือ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านสถานที่ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ พบว่ามีผลการศึกษาดังนี้

4.3.1 การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

จากการศึกษาพบว่า การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.21 โดยรายการที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือพนักงานให้รายละเอียดอย่างตรงไป ตรงมา ค่าเฉลี่ย 4.29 (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
พนักงานให้รายละเอียดอย่างตรงไปตรงมา	4.29	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและเป็นธรรม	4.28	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคแก่ลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน	4.05	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	มากที่สุด

4.3.2 การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา

จากการศึกษาพบว่า การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.09 โดยรายการที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานให้บริการจุดเดียวจบไม่ต้องไปติดต่อแผนกไหนอีก (one stop service) ค่าเฉลี่ย 4.16 (ตารางที่ 4.18)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
พนักงานให้บริการจุดเดียวจบ (One stop service)	4.16	มาก
พนักงานเรียงลำดับบริการก่อนหลังอย่างชัดเจน	4.05	มาก
พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็วทันต่อเวลา	4.05	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.09	มาก

4.3.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ

จากการศึกษาพบว่า การให้บริการอย่างเพียงพอ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 4.02 โดยรายการที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.24 (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
สถานที่และสาขาให้บริการมีความเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า	4.24	มากที่สุด
พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า	4.05	มาก
วัสดุอุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า	3.78	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02	มาก

4.3.4 การให้บริการที่มีความก้าวหน้า

จากการศึกษาพบว่า การให้บริการที่มีความก้าวหน้า โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 โดยรายการที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การติดตามผลสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.00 (ตารางที่ 4.20)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 ความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า

การให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
มีการติดตามผลสินอย่างสม่ำเสมอ	4.00	มาก
มีการออกสำรวจและตรวจร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.98	มาก
พนักงานให้คำแนะนำข้อมูลสินเชื่ออย่างถูกต้องและครบถ้วน	3.74	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.91	มาก

4.3.5 ด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่า ด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า รายการที่มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด คือ การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีความเหมาะสม สถานที่ตั้งทำเลในการคมนาคมเหมาะสมและสะดวก ส่วนรายการที่มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ การจัดสถานที่รับรองลูกค้าเหมาะสมเพียงพอ การจัดป้ายการบริการของส่วนงานเหมาะสมชัดเจน และสถานที่จอดรถสำหรับผู้ใช้บริการเหมาะสมเพียงพอ (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 ความพึงพอใจด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน	4.40	มากที่สุด
สถานที่ตั้งทำเลในการคมนาคมเหมาะสมและสะดวก	4.24	มากที่สุด
การจัดสถานที่รับรองลูกค้าเหมาะสมเพียงพอ	4.20	มาก
การจัดป้ายการบริการของส่วนงานเหมาะสมชัดเจน	4.12	มาก
สถานที่จอดรถสำหรับผู้ใช้บริการเหมาะสมเพียงพอ	4.11	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.6 ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร

จากการศึกษาพบว่า ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจระดับมาก (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22 ความพึงพอใจด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร

ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
ความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูล	4.10	มาก
การจัดป้ายประชาสัมพันธ์	4.00	มาก
การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อจากสื่อการประชาสัมพันธ์	3.70	มาก
การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อที่จัดให้บริการ	3.57	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84	มาก

4.3.7 ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ

จากการศึกษาพบว่า ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ย 3.77 เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่า ทุกรายการมีความพึงพอใจระดับมาก (ตารางที่ 4.23)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.23 ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ

ด้านขั้นตอน	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
การได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับการจัดเตรียมเอกสารประกอบการขอใช้บริการสินเชื่อ	4.15	มาก
วงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเหมาะสมเพียงพอตรงกับความต้องการตามวัตถุประสงค์	3.78	มาก
การได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารประกอบการขอกู้และแจ้งผลการอนุมัติใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเหมาะสม	3.70	มาก
วิธีการชำระคืนเงินกู้สะดวกและเหมาะสม	3.67	มาก
การนัดทำนิติกรรมสัญญาและรับเงินกู้มีความเหมาะสม	3.57	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77	มาก

4.3.8 สรุปความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของ ธนาคารออมสินเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินเขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน และด้านสถานที่ รายการที่มีความพึงพอใจระดับมาก ได้แก่ การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลาการให้บริการอย่างเพียงพอการให้บริการที่มีความก้าวหน้าด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร และด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.24)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.21	มากที่สุด
ด้านสถานที่	4.21	มากที่สุด
การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา	4.09	มาก
การให้บริการอย่างเพียงพอ	4.02	มาก
การให้บริการที่มีความก้าวหน้า	3.91	มาก
ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร	3.84	มาก
ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ	3.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.00	มาก

4.3.9 ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีข้อเสนอแนะ จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 และมีผู้ให้ข้อเสนอแนะทั้งหมด 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5โดยคำถามเป็นลักษณะปลายเปิดที่สามารถให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม ดังนี้ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ต้องการให้การให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ปรับปรุงในเรื่องพนักงาน พนักงานควรมีการออกตรวจสอบกิจการอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงและข้อมูลผู้กู้ในเชิงลึก และพนักงานควรให้บริการด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม ไม่ใส่อารมณ์กับลูกค้าแม้งานจะมากก็ตาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 รองลงมาคือ ด้านสถานที่คับแคบ ไม่สะดวก สบาย กับลูกค้าที่มานั่งติดต่อ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 และอันดับสุดท้ายเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสาร ควรให้ข่าวสารครบทุกเนื้อหา และชัดเจนมากขึ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 นอกเหนือจากนี้ยังเสนอแนะในเรื่องการปรับปรุงการบริการ ควรเรียงตามลำดับการยื่นกู้ก่อน-หลัง และการให้บริการที่มีความรวดเร็วมากขึ้น ด้านขั้นตอนการขอกู้ควรลดขั้นตอนลง และขั้นตอนการอนุมัติสินเชื่อควรเพิ่มความรวดเร็วมากขึ้น (ตารางที่ 4.25)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะของผู้รับบริการต่อการให้บริการ สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

ข้อเสนอแนะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่มีข้อเสนอแนะ	375	93.5
พนักงานควรออกตรวจสอบกิจการอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด	8	2.1
พนักงานควรให้บริการด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม	7	1.8
ด้านสถานที่คับแคบ ไม่สะดวก สบาย	6	1.6
ควรให้ข่าวสารครบทุกเนื้อหา และชัดเจนมากขึ้น	4	1.0
รวม	400	100.0

4.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยนำข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมาทดสอบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ โดยทดสอบสมมติฐานดังนี้

H0 = ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

H1 = ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ด้วยวิธีการทดสอบทางสถิติ โดยการใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square tests) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าหากมีความน่าจะเป็นของนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐานรอง (H1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ได้ผลการศึกษาซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับเคยใช้บริการกับธนาคารออมสิน อายุมีความสัมพันธ์กับเคยผิดนัดชำระเงินกู้ เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น และเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน สถานภาพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น การใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินในอนาคต ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน หลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับ หลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน (ตารางที่ 4.26)

4.5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน

จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยนำข้อมูลของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนมาทดสอบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ โดยทดสอบสมมติฐานดังนี้

H0 = ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

H1 = ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ด้วยวิธีการทดสอบทางสถิติ โดยการใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square tests) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ถ้าหากมีความน่าจะเป็นของนัยสำคัญ น้อย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กว่า 0.05 จะยอมรับสมมติฐานรอง (H1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ได้ผลการศึกษาซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ดังต่อไปนี้

4.5.1 ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ ได้แก่ เคยใช้บริการกับธนาคารออมสิน ความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยผิดนัดชำระเงินกู้ หลักประกันการกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชน เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน ของกลุ่มตัวอย่างกับ พบว่า ในเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและเป็นธรรมมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ และเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน ส่วนในด้านพนักงานให้รายละเอียดอย่างตรงไปตรงมา พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคแก่ลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ (ตารางที่ 4.27)

4.5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลาของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลากับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่าพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็วทันต่อเวลามีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน และพนักงานให้บริการจุดเดียวจบไม่ต้องไปติดต่อแผนกไหนอีก(One stop service) มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ส่วนในเรื่องพนักงานเรียงลำดับบริการก่อนหลังอย่างชัดเจนพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อ (ตารางที่ 4.28)

4.5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการอย่างเพียงพอกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการอย่างเพียงพอกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่าพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้ามีความสัมพันธ์กับอนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินและวัสดุอุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้ามี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสัมพันธ์กับเคยผิดนัดชำระเงินกู้ ส่วนในเรื่องสถานที่ให้บริการมีความเพียงพอต่อปริมาณลูกค้ามีความสัมพันธ์กับเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินและวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ (ตารางที่ 4.29)

4.5.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการที่มีความก้าวหน้ากับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการที่มีความก้าวหน้ากับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่าพนักงานให้คำแนะนำข้อมูลสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างถูกต้องและครบถ้วนมีความสัมพันธ์กับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน และอนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน ด้านการติดตามผลสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับเคยใช้บริการกับธนาคารออมสิน ส่วนด้านการออกสำรวจและตรวจร้านค้าอย่างสม่ำเสมอมีความสัมพันธ์กับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน วงเงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน (ตารางที่ 4.30)

4.5.5 ความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการด้านสถานที่กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการให้บริการด้านสถานที่กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า สถานที่ตั้งทำเลในการคมนาคมเหมาะสมและสะดวกมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ส่วนในด้านสถานที่จอดรถสำหรับผู้ใช้บริการเหมาะสมเพียงพอ การจัดสถานที่รับรองลูกค้าเหมาะสมเพียงพอ การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีความเหมาะสม การจัดป้ายการบริการของส่วนงานเหมาะสมชัดเจน พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ (ตารางที่ 4.31)

4.5.6 ความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อจากสื่อการประชาสัมพันธ์และการจัดป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในอาคารสำนักงานมีความสัมพันธ์กับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชนและวงเงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ส่วนในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อในรูปแบบแผ่นพับ ที่จัดให้บริการ ความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ แก่ผู้รับบริการ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ (ตารางที่ 4.32)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5.7 ความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่าการได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับการจัดเตรียมเอกสารประกอบการขอใช้บริการสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่นและอนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน ด้านการได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารประกอบการขอกู้และแจ้งผลการอนุมัติใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน ด้านวิธีการชำระคืนเงินกู้สะดวกและเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับเคยใช้บริการกับธนาคารออมสิน หลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน ส่วนในด้านวงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเหมาะสมเพียงพอตรงกับความต้องการตามวัตถุประสงค์ การนัดทำนิติกรรมสัญญาและรับเงินกู้มีความเหมาะสมพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ (ตารางที่ 4.33)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	4.32	.04*	2.17	.54	.32	.96	1.47	.96	3.80	.43	1.18	.76
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	4.40	.22	5.88	.75	10.23	.33	1.47	1.00	50.44	.00*	1.74	1.00
การผิดนัดชำระเงินกู้	1.30	.25	7.67	.05*	.49	.94	1.20	.98	1.27	.87	2.95	.400
หลักประกันการกู้เงิน	1.07	.79	5.76	.76	2.11	.99	9.17	.96	29.97	.00*	36.67	.00*
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	8.67	.12	33.53	.00*	49.40	.00*	108.11	.00*	260.47	.01*	78.23	.00*
วงเงินสินเชื่อ	4.90	.43	6.84	.96	5.33	.99	14.63	.99	30.52	.06	5.76	.98
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	2.26	.69	7.48	.82	3.26	.99	12.27	.98	27.92	.03*	44.87	.00*

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล											
	เพศ		อายุ		สถานภาพ		ระดับการศึกษา		อาชีพ		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	3.50	.61	30.18	.00*	22.41	.00*	14.16	.03*	3.48	.48	1.11	.78
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	7.22	.62	50.20	.00*	38.78	.07	23.11	1.00	79.26	.00*	155.86	.00*
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	0.98	.61	10.72	.10	16.99	.01*	4.07	.98	7.61	.47	9.27	.16

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกันกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน					
	พนักงานให้บริการด้วยความเป็นธรรม		พนักงานให้รายละเอียดอย่างตรงไปตรงมา		พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาค	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	.93	.63	4.36	.11	1.81	.41
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	6.22	.40	9.10	.17	7.42	.28
การผิดนัดชำระเงินกู้	2.64	.27	.16	.92	1.66	.44
หลักประกันการกู้เงิน	9.68	.14	10.03	.12	6.02	.42
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	34.84	.00*	6.97	.73	7.27	.70
วงเงินสินเชื่อ	12.56	.25	10.51	.40	8.70	.56

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน					
	พนักงานให้บริการด้วยความเป็นธรรม		พนักงานให้รายละเอียดอย่างตรงไปตรงมา		พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาค	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	4.85	.77	9.73	.29	10.14	.26
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	4.24	.12	.09	.96	.56	.76
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	32.32	.02	25.37	.12	25.48	.11
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	7.18	.13	.354	.97	1.19	.88

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลากับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา					
	พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้อง		พนักงานให้บริการจุดเดียวจบ (One stop service)		พนักงานเรียงลำดับบริการก่อนหลังอย่างชัดเจน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	1.99	.74	.78	.94	5.81	.21
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	9.53	.66	3.40	.99	10.63	.56
การผิดนัดชำระเงินกู้	3.44	.49	6.36	.17	9.23	.06
หลักประกันการกู้เงิน	14.39	.28	7.25	.84	4.77	.97
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	35.21	.02*	17.25	.64	7.26	1.00
วงเงินสินเชื่อ	13.97	.83	20.16	.45	17.40	.63

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา					
	พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้อง		พนักงานให้บริการจุดเดียวจบ (One stop service)		พนักงานเรียงลำดับบริการก่อนหลังอย่างชัดเจน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	34.37	.01*	38.93	.00*	16.71	.40
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	4.89	.30	5.25	.26	5.66	.23
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	51.85	.04*	44.54	.16	19.69	1.00
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	19.20	.01*	5.82	.67	10.26	.25

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ					
	พนักงานต่อปริมาณลูกค้า		วัสดุอุปกรณ์ต่อปริมาณลูกค้า		สถานที่ให้บริการต่อปริมาณลูกค้า	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	3.56	.47	1.94	.59	11.24	.02*
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	11.24	.51	5.70	.77	17.69	.13
การผิดนัดชำระเงินกู้	7.69	.10	7.64	.05*	1.10	.90
หลักประกันการกู้เงิน	5.13	.95	7.41	.59	1.72	1.00
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	18.30	.57	18.50	.24	42.90	.00*
วงเงินสินเชื่อ	15.15	.77	9.97	.82	7.46	1.00

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ					
	พนักงานต่อปริมาณลูกค้า		วัสดุอุปกรณ์ต่อปริมาณลูกค้า		สถานที่ให้บริการต่อปริมาณลูกค้า	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	11.42	.78	9.69	.64	6.50	.98
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	2.59	.63	1.16	.76	2.39	.66
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	33.88	.57	20.98	.79	23.00	.95
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	16.90	.03*	4.43	.62	9.78	.28

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้ากับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า					
	พนักงานให้คำแนะนำข้อมูลอย่างครบถ้วน		การติดตามผลสินเชื่ออย่างสม่ำเสมอ		การออกสำรวจและตรวจร้านค้า	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	6.31	.10	.00*	1.00	8.29	.08
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	14.42	.11	4.05	.67	10.44	.58
การผิดนัดชำระเงินกู้	.77	.86	5.18	.08	8.64	.07
หลักประกันการกู้เงิน	18.25	.03*	7.84	.25	21.50	.04*
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	12.74	.62	3.63	.96	16.16	.71
วงเงินสินเชื่อ	6.61	.97	5.29	.87	75.16	.00*

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า					
	พนักงานให้คำแนะนำข้อมูลอย่างครบถ้วน		การติดตามผลสินเชื่ออย่างสม่ำเสมอ		การออกสำรวจและตรวจร้านค้า	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	10.13	.60	7.57	.48	22.49	.13
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	2.64	.45	1.64	.44	.69	.95
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	26.49	.49	27.13	.08	28.81	.80
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	13.78	.03*	5.66	.23	6.07	.64

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านสถานที่กับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านสถานที่									
	การคมนาคมสะดวก		สถานที่จอดรถ		การจัดสถานที่รับรองลูกค้า		การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน		การจัดป้ายการบริการของส่วนงานชัดเจน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	2.47	.48	1.03	.79	6.87	.08	4.09	.25	1.44	.70
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	6.08	.73	4.53	.87	12.67	.18	7.80	.55	4.79	.85
การผิดนัดชำระเงินกู้	3.97	.26	1.41	.70	.54	.91	3.16	.37	1.07	.78
หลักประกันการกู้เงิน	3.65	.93	8.10	.52	6.42	.70	4.07	.91	8.10	.53
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	12.60	.63	15.04	.45	6.76	.96	19.67	.19	15.13	.44
วงเงินสินเชื่อ	6.46	.97	14.83	.46	17.23	.31	11.42	.72	5.66	.99

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านสถานที่									
	การคมนาคมสะดวก		สถานที่จอดรถ		การจัดสถานที่รับรองลูกค้า		การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน		การจัดป้ายการบริการของส่วนงานชัดเจน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	26.20	.01*	12.79	.38	4.44	.97	11.73	.47	16.23	.18
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	.03*	1.00	1.55	.67	2.06	.56	.06	1.00	.42	.94
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	22.70	.70	33.01	.20	22.13	.73	30.60	.29	21.23	.78
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	4.35	.63	.78	.99	2.52	.87	3.75	.71	7.40	.29

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร							
	การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์		การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ		ความรวดเร็วในการเสนอข้อมูลข่าวสาร		ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลในอาคารสำนักงาน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	2.36	.67	1.47	.69	.68	.88	3.04	.55
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	5.89	.92	4.23	.90	5.17	.82	7.29	.84
การผิดนัดชำระเงินกู้	.92	.92	2.43	.49	.64	.89	3.77	.44
หลักประกันการกู้เงิน	23.94	.02*	16.47	.06	3.19	.96	94.78	.00*
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	17.97	.59	11.03	.75	13.47	.57	12.54	.90
วงเงินสินเชื่อ	41.53	.00*	5.15	.99	8.21	.92	49.35	.00*

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร							
	การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์		การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ		ความรวดเร็วในการเสนอข้อมูลข่าวสาร		ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลในอาคารสำนักงาน	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	25.20	.07	8.94	.71	11.00	.53	9.06	.91
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	1.67	.80	1.60	.66	3.50	.32	1.75	.78
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	29.28	.78	23.52	.66	27.04	.46	40.13	.29
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	7.05	.53	2.85	.83	3.22	.78	4.89	.77

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.33 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ความพึงพอใจด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ									
	คำชี้แจงเกี่ยวกับการจัดเตรียมเอกสาร		การตรวจสอบเอกสารและแจ้งผลการอนุมัติ		วงเงินกู้ที่ได้รับตรงกับความต้องการ		การนัดทำนิติกรรมสัญญาและรับเงินกู้		วิธีการชำระคืนเงินกู้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
การใช้บริการกับธนาคารออมสิน	4.58	.21	7.17	.13	2.61	.46	7.03	.07	9.37	.03*
ความถี่ในการกู้เงินสินเชื่อโครงการ	9.72	.37	11.86	.46	9.68	.38	8.78	.46	14.47	.11
การผิดนัดชำระเงินกู้	2.96	.40	8.20	.09	5.48	.14	5.69	.13	4.76	.19
หลักประกันการกู้เงิน	23.83	.01*	43.41	.00*	13.96	.12	11.28	.26	21.17	.01*
วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ	13.34	.58	21.71	.36	14.12	.52	14.79	.47	17.77	.28
วงเงินสินเชื่อ	12.74	.62	23.64	.26	14.58	.48	12.09	.67	21.48	.12

ตารางที่ 4.33 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ	ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ									
	คำชี้แจงเกี่ยวกับการจัดเตรียมเอกสาร		การตรวจสอบเอกสารและแจ้งผลการอนุมัติ		วงเงินกู้ที่ได้รับตรงกับความต้องการ		การนัดทำนิติกรรมสัญญาและรับเงินกู้		วิธีการชำระคืนเงินกู้	
	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig	χ^2	Sig
เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ	15.43	.22	15.13	.52	11.44	.49	9.87	.63	7.19	.85
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น	7.83	.05*	1.62	.81	2.15	.54	.57	.90	3.47	.32
การขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน	32.15	.23	25.14	.91	35.85	.12	21.04	.79	19.18	.86
อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน	19.09	.00*	8.79	.36	4.94	.55	4.94	.55	4.43	.62

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 5
สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 – 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท

ผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ก่อนกู้เงินโครงการธนาคารประชาชนเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินมาก่อน มีการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เป็นครั้งแรก ไม่เคยผิดนัดชำระเงินกู้ ส่วนใหญ่ใช้สมาชิกโครงการเป็นหลักประกันการกู้เงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน วัตถุประสงค์หลักในการขอสินเชื่อเพื่อนำไปใช้อุปโภคบริโภคส่วนตัว วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชนอยู่ระหว่าง 50,001 - 100,000 บาท เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน คือ ต้องการเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น ส่วนใหญ่เคยขอสินเชื่อกับธนาคารไทยพาณิชย์ และคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินอีกในอนาคต

ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน และด้านสถานที่ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการที่มีความก้าวหน้าด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อในเรื่องเคยใช้บริการกับธนาคารออมสิน ความถี่ในการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยผิดนัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชำระเงินกู้ หลักประกันการกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับจากโครงการธนาคารประชาชน เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่น เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน อนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนกับพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน พบว่า การให้บริการอย่างเท่าเทียมกันมีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและเป็นธรรมกับวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ และเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลามีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องพนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็วทันต่อเวลามีผลกับวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ เหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงิน การใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินในอนาคต และพนักงานให้บริการจุดเดียวจบไม่ต้องไปติดต่อแผนกไหนอีก (One stop service) มีผลกับเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน การให้บริการอย่างเพียงพอมีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้ามีผลกับอนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินและวัสดุอุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้ามีผลกับเคยผิดนัดชำระเงินกู้ ส่วนในเรื่องสถานที่ให้บริการมีความเพียงพอต่อปริมาณลูกค้ามีผลกับเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินและวัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ การให้บริการที่มีความก้าวหน้ามีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องพนักงานให้คำแนะนำข้อมูลสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างถูกต้องและครบถ้วนมีความสัมพันธ์กับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน และการจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินในอนาคต ด้านการติดตามผลสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างสม่ำเสมอมีผลกับเคยใช้บริการกับธนาคารออมสิน ส่วนด้านการออกสำรวจและตรวจร้านค้าอย่างสม่ำเสมอมีผลกับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชนวงเงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน การให้บริการด้านสถานที่มีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องสถานที่ตั้งทำเลในการคมนาคมเหมาะสมและสะดวกมีผลกับเหตุผลที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน การได้รับข้อมูลข่าวสารมีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อจากสื่อการประชาสัมพันธ์และการจัดป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในอาคารสำนักงานมีผลกับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชนและวงเงินสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อมีผลต่อพฤติกรรมในเรื่องการได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับการจัดเตรียมเอกสารประกอบการขอใช้บริการสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับหลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน เคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่นและอนาคตคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน ด้านการได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารประกอบการขอกู้และแจ้งผลการอนุมัติใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเหมาะสมมีผลกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน ด้านวิธีการชำระคืนเงินกู้สะดวกและเหมาะสมมีผลกับเคยใช้บริการกับธนาคารออมสิน หลักประกันการกู้เงินโครงการประชาชน

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างบางรายเกิดความสับสนด้านขั้นตอนการขอรับบริการสินเชื่อของธนาคารออมสิน เนื่องจากเป็นการยื่นกู้ครั้งแรก ธนาคารออมสินควรจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้มาใช้บริการทราบถึงช่องทางการขอรับบริการ หรือกระบวนการปฏิบัติงาน ในแต่ละขั้นตอนว่าเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น พนักงานควรมีการออกตรวจสอบกิจการอย่างต่อเนื่องและใกล้ชิด เพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริงและข้อมูลผู้กู้ในเชิงลึก และพนักงานควรให้บริการด้วยสีหน้ายิ้มแย้ม ไม่ใส่อารมณ์กับลูกค้าแม้งานจะมากก็ตาม

2. จากการประเมินผลด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ พบว่า การนัดทำนิติกรรมสัญญาและรับเงินกู้ค่อนข้างล่าช้าในบางราย สมาชิกโครงการธนาคารประชาชนต้องการความสะดวกและรวดเร็ว ส่วนในด้านวิธีการชำระคืนเงินกู้ ธนาคารควรให้มีการชำระด้วยวิธีออนไลน์ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส และ อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง ด้านวงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติ สมาชิกโครงการธนาคารประชาชนต้องการวงเงินกู้สูงกว่าวงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติจากธนาคาร ดังนั้นธนาคารควรแก้ไขหลักเกณฑ์การให้สินเชื่อในส่วนของวงเงินกู้ให้สอดคล้องกับความสามารถในการชำระคืนของผู้กู้เป็นหลัก ขยายวงเงินให้กู้ให้สูงขึ้น และให้ความยืดหยุ่นในเรื่องคุณสมบัติผู้กู้เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทางการเงินอย่างแท้จริง

3. จากการศึกษา พบว่า สมาชิกโครงการธนาคารประชาชนที่กู้เงินไปแล้วยังมีความต้องการเงินกู้เพิ่มเพื่อลงทุนประกอบอาชีพ เนื่องจากโครงการธนาคารประชาชนเป็นแหล่งเงินทุนที่สามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นธนาคารยังสามารถขยายกลุ่มลูกค้าสินเชื่อที่มีศักยภาพได้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสมาชิกโครงการที่มีประวัติการชำ ระหนี้ที่ดีและต้องการเงินลงทุนเพิ่มเติม ธนาคารควรเสนอสินเชื่อที่มีวงเงินเพิ่มมากขึ้นเพื่อส่งเสริมการลงทุนประกอบอาชีพของสมาชิกที่มีศักยภาพต่อไป เช่น โครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน สินเชื่อห้องแถว สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะสมาชิกผู้กู้สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นหากมีผู้ต้องการศึกษาเกี่ยวกับการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ด้วย เช่น ในต่างจังหวัดหรือจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยที่สามารถนำมาเปรียบเทียบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันในด้านลักษณะส่วนบุคคล หรือความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อหรือไม่ ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยที่ได้มีขอบเขตที่กว้างมากยิ่งขึ้น

2. เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการบริการระหว่างธนาคารออมสินกับธนาคารของรัฐหรือธนาคารพาณิชย์แห่งอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. 2544. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่เก้า พ.ศ.2544-2549.** กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

คอตเลอร์, ฟิลิป. **การบริหารการตลาด : วิเคราะห์ วางแผน ปฏิบัติ และควบคุม** แปลจาก Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control โดย ฝ่ายวิชาการคู่แข่ง บิสสิเนส สคูล (2540) กรุงเทพมหานคร คู่แข่ง, 1997

ฉัตยาพร เสมอใจ. 2549. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชรินี เดชจินดา. "ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดอุตสาหกรรม แขวงแสมดำ เขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล, 2535.

ชาญวุฒิ สุวิทยพันธุ์. "การศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน ของธนาคารออมสิน สาขาวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว" วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์, 2548.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. **การตลาดบริหาร.** กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

เชษฐ์ชัย วาทีสาธกกิจ. 2555. **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับออมสิน.** กรุงเทพฯ : ธนาคารออมสิน.

ธนพร ชุมวรฐายี. "ความพึงพอใจของผู้ให้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์" ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาพัฒนาสังคม. บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ. 2547. **การจัดการการตลาด.** พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ธนาคารออมสิน. 2544. **วารสารออมสิน** : งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด

ธนาคารออมสิน สำนักธนาคารประชาชน งานติดตามและประเมินผล. **ความเป็นมาของนโยบายโครงการธนาคารประชาชน.** (ออนไลน์). แหล่งที่มา : http://gsnet.gs6/department/pbank/enc/abovtvs.Ltml. 2546.

ธนาคารออมสิน เขตพระโขนงจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : http:// www.gsb.or.th

ธารกมล อูปแก้ว. 2544. "ความพึงพอใจในการปฏิบัติของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริษัทสยามสหบริการจำกัด (มหาชน) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ" การศึกษาค้นคว้าอิสระ (กศ.ม.การศึกษานอกระบบ). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

นิคม จารุมณี. 2546. **การจัดการอุตสาหกรรมบริการ.** กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

นิษฐิดา ฉิมมา. 2546. "การประเมินผลการดำเนินงานโครงการธนาคารประชาชน กรณีศึกษา : โครงการธนาคารประชาชนในเขตจังหวัดสระบุรี" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรพรรณ ประจักษ์เนตร. 2544. "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในบริการ E-Banking ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2539. **จิตวิทยาบริการ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ.

เลิฟล็อค และไรท์. **การตลาดบริการ.** ผู้แปล อดุลย์, คลยา และ พิมพ์เดือน จาตุรงคกุล กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2546

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อำนวย ราชศิลา. 2551. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อของลูกค้าธนาคารกรุงไทย เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่" วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

A. H. Maslow, Motivation and Personality, 2nd edition New York: Harper, 1970

Kotler, E. L. and H. L. Armstrong. 2002. Citizen evaluation and urban management: Services delivery in an era of protest.Harper& Row. New York.

Tiffin, Joseph and Ernest J. McCormick. 1965. **Industrial psychology**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Wolman, T. E. 1973. **Education and Organizational Leader Elementary Schools**. New Jersey : Prentice- Hall.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก

แบบสอบถามโครงการค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มาใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจสำหรับใช้ในการวิเคราะห์และอ้างอิงการจัดทำการค้นคว้าแบบอิสระ ประกอบการทำปริญญานิพนธ์ ระดับปริญญาโท วิทยาลัยการบริหารและการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อให้การค้นคว้านี้บรรลุสัมฤทธิ์ผล ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านตอบคำถามทุกข้อตามข้อเท็จจริง เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และเพื่อประโยชน์ในการศึกษาต่อไป

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่ามา ณ โอกาสนี้ด้วย

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

หมายเหตุ : สินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน หมายถึงโครงการที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐบาล เพื่อให้บุคคลธรรมดาที่มีรายได้แน่นอน และผู้ประกอบอาชีพรายย่อยที่สนใจ อยากได้เงินมาเพื่อประกอบอาชีพและใช้จ่ายอุปโภคบริโภค และลดการพึ่งพาแหล่งเงินทุนนอกระบบ ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีโอกาสในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยตนเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

2. อายุ

☐ 1. 20-30 ปี ☐ 2. 31-40 ปี

☐ 3. 41-50 ปี ☐ 4. มากกว่า 50 ปี

3.สถานภาพ

☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส

☐ 3. หม้าย ☐ 4. หย่า

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1. ประถมศึกษา ☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ☐ 4. อนุปริญญา/ปวส.

☐ 5. ปริญญาตรี ☐ 6. ปริญญาโท

☐ 7. ปริญญาเอก

5. อาชีพ

☐ 1. พนักงานบริษัท ☐ 2.ค้าขาย/อาชีพส่วนตัว

☐ 3. ข้าราชการ ☐ 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 5. นักศึกษา ☐ 6. อื่นๆ ระบุ .....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 1. 7,000 – 15,000บาท ☐ 2. 15,001 - 25,000บาท

☐ 3. 25,001 - 35,000บาท ☐ 4. มากกว่า 35,000 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

<u>คำชี้แจง</u> : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อที่ท่านเลือกหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง ให้ตรงตามความเป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

1. ก่อนกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน ท่านเคยใช้บริการกับธนาคารออมสินมาก่อนหรือไม่

☐ 1. เคย ☐ 2. ไม่เคย

2. ปัจจุบัน ท่านกู้เงินโครงการธนาคารประชาชนมาแล้วกี่ครั้ง

☐ 1. ครั้งแรก ☐ 2. ครั้งที่ 2

☐ 3. ครั้งที่ 3 ☐ 4. มากกว่า 3 ครั้ง

3. ท่านเคยผิดนัดชำระเงินกู้หรือไม่

☐ 1. เคย ☐ 2. ไม่เคย

4. หลักประกันการกู้เงินโครงการธนาคารประชาชน

☐ 1. สมาชิกโครงการ ☐ 2. ข้าราชการ

☐ 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 4. ลูกจ้าง/พนักงานเอกชน

☐ 5. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. วัตถุประสงค์ในการขอสินเชื่อ

☐ 1. เพื่อนำไปใช้ลงทุนในการตั้งกิจการใหม่

☐ 2. เพื่อลงทุนขยายกิจการ

☐ 3. เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในกิจการ

☐ 4. เพื่อชำระหนี้ในระบบจากสถาบันการเงินอื่น

☐ 5. เพื่อชำระหนี้นอกระบบ

☐ 6. เพื่อนำไปใช้อุปโภคบริโภคส่วนตัว

☐ 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. วงเงินสินเชื่อที่ท่านได้รับจากโครงการธนาคารประชาชน

☐ 1. 5,000 – 10,000 บาท ☐ 2. 10,001 – 20,000 บาท

☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท ☐ 4. 30,001 – 50,000 บาท

☐ 5. 50,001 – 100,000 บาท ☐ 6. 100,001 – 200,000 บาท

7. เหตุผลที่ทำให้ท่านตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชน

☐ 1. อัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าเงินกู้นอกระบบ

☐ 2. มีผู้แนะนำให้มาใช้บริการ

☐ 3. ต้องการเงินทุนหมุนเวียนต่อเนื่อง

☐ 4. พนักงานเอาใจใส่ อบอุ่น เป็นกันเอง

☐ 5. ธนาคารมีความมั่นคง มีความน่าเชื่อถือในการดำเนินการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินอื่นหรือไม่

☐ 1. เคย ☐ 2. ไม่เคย (ข้ามไปข้อที่ 10)

9. ท่านเคยขอสินเชื่อกับสถาบันการเงินใด

☐ 1. ธนาคารกรุงไทย

☐ 2. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด

☐ 3. ธนาคารกรุงศรีอยุธยาฯ

☐ 4. ธนาคารกสิกรไทย

☐ 5. ธนาคารธนชาติ

☐ 6. ธนาคารอาคารสงเคราะห์

☐ 7. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

☐ 8. ธนาคารไทยพาณิชย์

☐ 9. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. ในอนาคตท่านคิดว่าจะใช้บริการสินเชื่อของธนาคารออมสินหรือไม่

☐ 1. ใช้ ☐ 2. ไม่ใช้

☐ 3. ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

<u>คำชี้แจง</u> : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด (ตอบได้เพียงคำตอบเดียว) โดยมีเกณฑ์ให้เลือกตอบแบ่งได้ 5 ระดับ ดังนี้

สภาพการดำเนินงานสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<u>การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน</u>					
1. พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและเป็นธรรม					
2. พนักงานให้รายละเอียดอย่างตรงไปตรงมา					
3. พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคแก่ลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพการดำเนินงานสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<u>การให้บริการอย่างรวดเร็ว ทันต่อเวลา</u>					
1. พนักงานให้บริการด้วยความถูกต้องและรวดเร็วทันต่อ เวลา					
2. พนักงานให้บริการจุดเดียวจบไม่ต้องไปติดต่อแผนกไหนอีก(One stop service)					
3. พนักงานเรียงลำดับบริการก่อนหลังอย่างชัดเจน					
<u>การให้บริการอย่างเพียงพอ</u>					
1. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า					
2. วัสดุอุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า					
3. สถานที่ให้บริการมีความเพียงพอต่อปริมาณลูกค้า					
<u>การให้บริการที่มีความก้าวหน้า</u>					
1. พนักงานให้คำแนะนำข้อมูลสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างถูกต้องและครบถ้วน					
2. มีการติดตามผลสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนอย่างสม่ำเสมอ					
3. มีการออกสำรวจและตรวจร้านค้าอย่างสม่ำเสมอ					
<u>ด้านสถานที่</u>					
1. สถานที่ตั้งทำเลในการคมนาคมเหมาะสมและสะดวก					
2. สถานที่จอดรถสำหรับผู้ใช้บริการเหมาะสมเพียงพอ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพการดำเนินงานสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3. การจัดสถานที่รับรองลูกค้าเหมาะสมเพียงพอ					
4. การจัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานมีความเหมาะสม					
5. การจัดป้ายการบริการของส่วนงานเหมาะสมชัดเจน					
<u>ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร</u>					
1. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนจากสื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์					
2. การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนในรูปแบบแผ่นพับ ที่จัดให้บริการ					
3. ความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ แก่ผู้รับบริการ					
4.การจัดป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในอาคารสำนักงาน					
<u>ด้านขั้นตอนการขอกู้และอนุมัติสินเชื่อ</u>					
1. การได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับการจัดเตรียมเอกสารประกอบการขอใช้บริการสินเชื่อ					
2. การได้รับการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารประกอบการขอกู้และแจ้งผลการอนุมัติใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเหมาะสม					
3. วงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติเหมาะสมเพียงพอตรงกับความต้องการตามวัตถุประสงค์					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพการดำเนินงานสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน เขตพระโขนง จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4. การนัดทำนิติกรรมสัญญาและรับเงินกู้มีความเหมาะสม					
5. วิธีการชำระคืนเงินกู้สะดวกและเหมาะสม					

ส่วนที่ 4 : ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

1. ด้านพนักงาน

.....

.....

2. ด้านสถานที่

.....

.....

3. ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร

.....

.....

4. ด้านการบริการ

.....

.....

5. ด้านขั้นตอนการขอกู้และการอนุมัติสินเชื่อ

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวณัฐกาญจน์ ชูศรี
วันเดือนปีเกิด	20 ธันวาคม 2528
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	102/381 หมู่4 ตำบลคลองสองต้นนุ่น เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2551 สาขาการเงิน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2551 - 2554 กรมปศุสัตว์ ตำแหน่ง พนักงานราชการ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป พ.ศ.2554 - ปัจจุบัน ธนาคารออมสิน สาขาแฟชั่นไอส์แลนด์ 2 ตำแหน่ง พนักงานปฏิบัติการระดับ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้