



โครงการพิเศษ

ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร
CUSTOMERS' SATISFACTION WITH CREDIT SERVICE OF
BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES,
PATHOMPHON BRANCH, CHUMPHON PROVINCE

นางสาวภคพร แซ่ฉะฉาย
รหัสนักศึกษา 61551027

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ปีการศึกษา 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SPECIAL PROJECT

CUSTOMERS' SATISFACTION WITH CREDIT SERVICE OF
BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES,
PATHOMPHON BRANCH, CHUMPHON PROVINCE

MISS PAKAPORN SAE-CHERE
STUDENT ID 61551027

A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2021

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2021

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์จังหวัดชุมพร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองโครงการพิเศษ

หัวข้อโครงการพิเศษ

ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

CUSTOMERS' SATISFACTION WITH CREDIT SERVICE OF
BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL
COOPERATIVES, PATHOMPHON BRANCH, CHUMPHON
PROVINCE

ชื่อนักศึกษา

นางสาวกคพร แซ่เฉีย

รหัสประจำตัว

61551027

ปริญญา

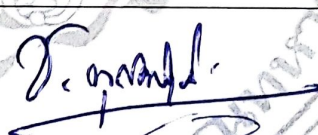

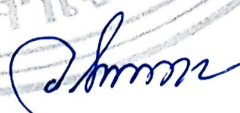
บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ

รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ

อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการพิเศษ	ลายมือชื่อ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกูว์ชรี	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 เวลา 09.00 – 15.30 น.

สถานที่สอบ ณ ห้อง 208 อาคารสำนักวิชา

เห็นชอบ/รับรอง



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ บุญนวล)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 30 เดือน มิ.ย. พ.ศ. 65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อโครงการพิเศษ	ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร
ชื่อ-สกุล	นางสาวภคพร แซ่เฉียว
รหัสนักศึกษา	61551027
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2564
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ	รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร 2) ศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร จำนวน 380 ราย จากการแทนสุทธทาโรยมาเน่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพเกษตรกร และมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Project Title	CUSTOMERS' SATISFACTION WITH CREDIT SERVICE OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES, PATHOMPHON BRANCH, CHUMPHON PROVINCE
Student's Name	MISS PAKAPORN SAE-CHERE
Student ID	61551027
Degree	Bachelor of Business Administration
Program	Business Administration
Year	2021
Project Advisors	Assoc. Prof. Dr. Chanathat Boonrattanakittibhumi

Abstract

The objectives of this study are 1) to study Marketing Mix factors that affected customers' satisfaction with credit service of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Pathomphon branch, Chumphon Province, and 2) to study problems about using service from credit service of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), Pathomphon branch, Chumphon Province. The study was planned to select 380 sample sizes from 7,356 of the study populations by using Taro Yamane formula, and used the questionnaire to be an instrument to collect data. In addition, it was designed to analyze data by using (1) Descriptive statistics, such as Mean, Percentage, Frequency and Standard Deviation (S.D.), and (2) Inferential statistics, such as the One-Way analysis of variance (ANOVA), and multiple regression analysis.

The results of the study found that most of the respondents are female, the age ranges between 36 – 45 years, graduated with a bachelor's degree, have an occupation as a farmer and have an income in the range of 20,001 – 30,000 Baht. The overall opinion level of Marketing Mix factors and customers' satisfaction were at high level of opinion. When testing the hypothesis has shown that Marketing Mix factors affected customers' satisfaction of using services from credit service of Bank of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Pathomphon branch, Chumphon Province at 0.05 level of statistical significance.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษเล่มนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุง ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ อาจารย์ที่ปรึกษา โครงการพิเศษ ช่วยชี้แนวทางในการศึกษาให้เป็นไปตามทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการ ตรวจงานการศึกษา และแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใจใส่ให้กำลังใจในการทำรายงาน โครงการพิเศษด้วยดีเสมอมา นอกจากนี้ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ และผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.อุษณีย์ เสวกวีศรี และต้องขอขอบคุณ ดร.กิตติ แก้วเขียว อาจารย์ภรณ์ไพไล นคุณวุฒิ และนายสุรงค์ กตัญญู ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และ แนวทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อโครงการพิเศษเล่มนี้จนทำให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วย ความสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีคุณค่าจากโครงการพิเศษเล่มนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แด่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง ที่ให้โครงการพิเศษเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจนอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาด ประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ภาคพร แซ่เฉียว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1	บทนำ
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1
1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2
1.3	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 2
1.4	สมมติฐานของการวิจัย 3
1.5	ขอบเขตของการวิจัย 3
1.6	กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 5
1.7	นิยามศัพท์เฉพาะ..... 5
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.1	ประวัติ และความเป็นมาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร 8
2.2	แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ 11
2.3	แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด..... 14
2.4	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 17
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการศึกษา
3.1	รูปแบบการวิจัย 25
3.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 25
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 26
3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 28
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 28
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
4.1	ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการ ฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร..... 31
4.2	ผลการทดสอบสมมติฐาน 48

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ
5.1	สรุปผลการวิจัย..... 59
5.2	อภิปรายผล 63
5.3	ข้อเสนอแนะ 66
บรรณานุกรม 68
ภาคผนวก 71
ภาคผนวก ก	แบบสอบถาม..... 72
ภาคผนวก ข	รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและจดหมายต่าง ๆ 80
ภาคผนวก ค	ค่าคุณภาพแบบสอบถาม..... 88
ภาคผนวก ง	ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ 95
ประวัติย่อผู้ศึกษา 122

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	แสดงปริมาณสินค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.....1
2.1	สรุปตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 23
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ..... 31
4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ..... 31
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา..... 32
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ..... 32
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน..... 33
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร..... 34
4.7	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านผลิตภัณฑ์..... 35
4.8	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านราคา 36
4.9	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านช่องทางการให้บริการ..... 37
4.10	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการส่งเสริมการตลาด 38
4.11	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านบุคคล 39
4.12	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านทางกายภาพ 41
4.13	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านกระบวนการ..... 42
4.14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร 43
4.15	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการบริการลูกค้าธนาคาร..... 44
4.16	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ 45
4.17	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการประเมินสินทรัพย์..... 46
4.18	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ..... 47
4.19	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด..... 48
4.20	การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร..... 49

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร.....	51
4.22 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร.....	54
4.23 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร.....	56



สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	5



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเกษตรกรยังมีฐานะยากจน ขาดเงินทุนในการประกอบอาชีพ เพราะในแต่ละฤดูกาลจำเป็นต้องมีเงินทุน เพื่อหมุนเวียนเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต ทั้งค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่าจ้างแรงงาน ค่ายาฆ่าแมลง รวมถึงด้านการชลประทาน ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการเจริญเติบโตของพืช และความสมบูรณ์ของผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับ การหาแหล่งเงินทุนในการมาลงทุน และจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์การเกษตร จึงมีความสำคัญยิ่งต่อเกษตรกร หากขายปัจจัยต่าง ๆ อาจส่งผลต่อความเสียหายของพืชผลที่ปลูก และทำให้เงินที่มามีความเสี่ยงในคร่าว ๆ รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการเกษตร จึงจัดตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรขึ้น เพื่อให้บริการด้านสินเชื่อแก่เกษตรกรรายย่อย และสินเชื่อสหกรณ์การเกษตร เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการทำการเกษตรของเกษตรกรในแต่ละฤดูกาล และช่วยเสริมสภาพคล่องด้านการเงินให้กับภาคเกษตรกรรมของประเทศ (ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์, 2557)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีนโยบายขยายการให้สินเชื่อไปยังภาคธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนทั่วไปที่ดำเนินธุรกิจร่วมกับเกษตรกรได้ มีโอกาสที่จะขอเครดิตกับทางธนาคาร เพื่อนำเงินทุนไปประกอบกิจการของตนเองได้ รวมถึงจุดเด่นทางด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีการให้สินเชื่อรวมกลุ่ม โดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการดูแล ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม การจัดการ การเรียนรู้ และพัฒนาให้กับลูกค้าทั้งด้านการผลิต การจัดการ การตลาด สิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาอาชีพให้แก่ลูกค้า และการดำรงชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง (พรภัสส์ สีส่วน, 2561)

ตารางที่ 1.1 แสดงปริมาณสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ประจำปี	ยอดสินเชื่อ
2560	73,130,300,000
2561	92,777,955,000
2562	80,530,194,000
2563	49,689,401,000
รวม	296,127,850,000

ที่มา : รายงานประจำปี 2560 - 2563 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น ในปัจจุบันสภาพการแข่งขันในระบบธนาคาร และสถาบันการเงินต่าง ๆ ทวีความรุนแรงมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการให้บริการ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ซับซ้อน และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างทันท่วงที ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันในด้านการบริการให้สูงขึ้น อีกทั้งทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจมากขึ้น ปัจจัยที่สำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ธนาคารอยู่รอดได้ ก็คือ คุณภาพของการให้บริการ เป็นการสร้างความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า รวมถึงธนาคารจำเป็นต้องมีการสร้างความพึงพอใจ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และกระตุ้นให้ลูกค้าเดิมกลับมาใช้บริการ ตลอดจนสร้างให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีกับการใช้บริการตลอดไป (พรภัสส์ สีส่วน , 2561)

จากตารางที่ 1.1 จะพบว่า มีปริมาณสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และถือเป็นอีกหนึ่งงานบริการของธนาคารที่มีความสำคัญต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จันทบุรี ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ดังนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการ ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเสนอแนะ และเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งยังเป็นการสร้างความประทับใจ และเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยมุ่งหวังให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นบริการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และสังคมส่วนรวมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จันทบุรี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จันทบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จันทบุรี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จันทบุรี มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1.3.1 เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จันทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวชนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2 เพื่อทราบถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.4 สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร มีสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1.4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.4.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.4.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านบุคคล ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.4.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.4.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.5.1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการให้บริการ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านบุคคล
6. ด้านทางกายภาพ
7. ด้านกระบวนการ

1.5.1.2 ต้นแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย

1. ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร
2. ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ
3. ด้านการประเมินสินทรัพย์
4. ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

1.5.3 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

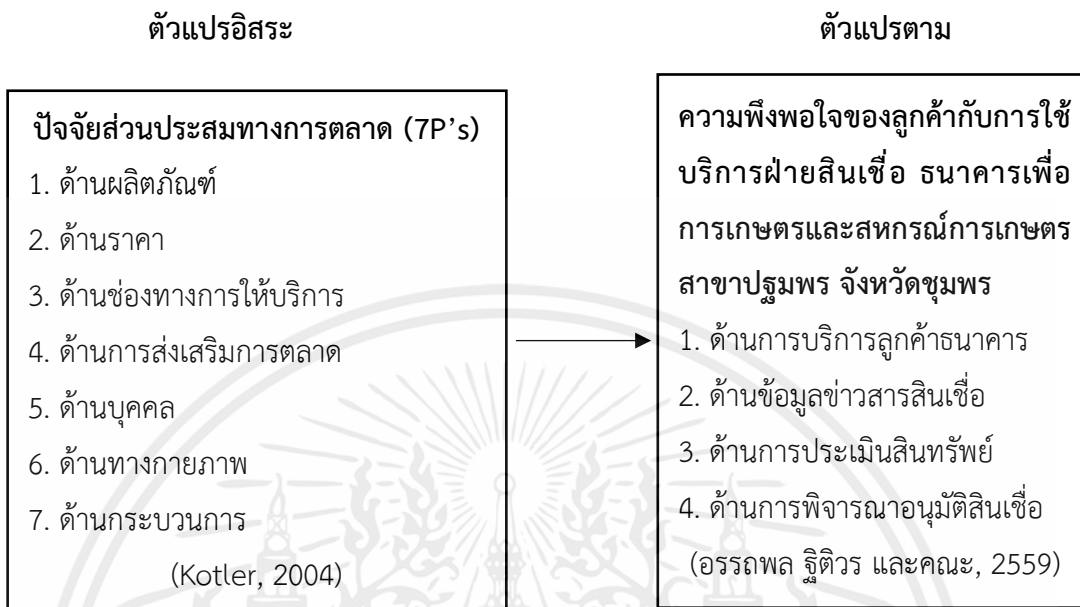
ประชากร คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร จำนวน 7,356 ราย (ข้อมูลจำนวนลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2564)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร จำนวน 380 ราย

1.5.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม – 31 ธันวาคม 2564

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร” มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือ ธ.ก.ส. (Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives) หมายถึง หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในการกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 9 มีนาคม พ.ศ. 2486 ในชื่อ “ธนาคารเพื่อการเกษตร” เพื่อทำหน้าที่เป็นแหล่งเงินทุนแก่สหกรณ์ในประเทศไทย

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร หมายถึง ธนาคารที่ตั้งอยู่ที่พื้นที่จังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นสาขาหนึ่งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ตั้งอยู่ที่ 17/3 หมู่ 9 ตำบลวังไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีพนักงานทั้งหมด 20 คน แบ่งเป็นฝ่ายบริหาร 1 คน งานการเงินการธนาคาร 5 คน งานบริหารสินเชื่อ 8 คน งานกลยุทธ์ 4 คน และเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 2 คน โดยแบ่งเป็นช่องงานการเงินการธนาคาร 5 ช่อง และงานบริหารสินเชื่อ 8 ช่อง มีลูกค้ามาใช้บริการเฉลี่ย 100 - 150 คนต่อวัน สำหรับบริการที่เปิดให้บริการ ได้แก่ ด้านการรับฝาก – ถอน ด้านสินเชื่อ รับชำระค่าสินค้าบริการต่าง ๆ และด้านอื่น ๆ ของธนาคาร

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง สิ่งที่เกิดจากแรงจูงใจ ซึ่งเป็นพฤติกรรมภายในที่ผลักดันให้เกิดความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ยินดี ไม่ยินดี เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังที่เกิดจากการประมาณค่า อันเป็นการเรียนรู้ประสบการณ์จากการกระทำกิจกรรม เพื่อให้เกิดการตอบสนองความต้องการตามเป้าหมายของแต่ละบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินเชื่อ (Credit) หมายถึง ความไว้วางใจของบุคคลหรือนิติบุคคลหนึ่งที่มีต่ออีกบุคคลหรือนิติบุคคลหนึ่ง ทำให้สามารถกู้ยืมเงินหรือซื้อสินค้าเป็นเงินเชื่อได้ โดยมีสัญญาว่าจะชำระหนี้ในอนาคต บุคคลหรือนิติบุคคลในที่นี้ หมายถึง ผู้ให้สินเชื่อ ได้แก่ สถาบันการเงิน เช่น ธนาคาร บริษัทเงินทุน และบริษัทเงินทุน และผู้ได้รับสินเชื่อ ได้แก่ บุคคลทั่วไป บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด การที่ธนาคารจะพิจารณาให้สินเชื่อแก่ลูกค้ารายใดแสดงให้เห็นว่าธนาคารมีความไว้วางใจในลูกค้านั้น ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือบริษัทที่ได้รับพิจารณาความเสี่ยงจากธนาคารแล้ว โดยธนาคารจะทำนิติกรรมสัญญาการชำระเงินไว้อย่างถูกต้อง

สินเชื่อเพื่อการเกษตร (Agriculture Loan) หมายถึง สถาบันทางการเงินมีนโยบายช่วยเหลือชาวเกษตรกร เป็นการให้กู้แก่เกษตรกรรายบุคคลที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรหรือกลุ่ม เป็นเงินหมุนเวียนในการทำงาน ส่วนผสมที่ต้องการ อย่างเช่น การซื้อพันธุ์ข้าว การซื้อพันธุ์สัตว์หรือการซื้อปุ๋ย รวมถึงอุปกรณ์การเกษตรต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นที่ต้องใช้งาน ทั้งนี้สินเชื่อเกษตรกร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. เงินกู้ระยะสั้น เป็นจำนวนเงินที่สถาบันทางการเงินให้ชาวเกษตรกรกู้ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการเกษตรในฤดูกาลหนึ่ง อย่างเช่น ซื้อปุ๋ย จ่ายค่าเช่า ค่าเมล็ดพันธุ์พืช และการกู้เงินแบบนี้จะมีระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ ภายในช่วงเวลาไม่เกิน 12 เดือน
2. เงินกู้ระยะปานกลาง เป็นจำนวนเงินที่ให้ชาวเกษตรกรได้กู้ เพื่อนำไปลงทุนในทรัพย์สินทางการเกษตร โดยมีการกำหนดระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ ภายใน 3 – 5 ปี
3. เงินกู้ระยะยาว เป็นจำนวนเงินที่ให้ชาวเกษตรกรกู้ เพื่อวัตถุประสงค์ 2 อย่าง นั่นก็คือ เกษตรกรผู้กู้ เพื่อนำเงินไปชำระหนี้เดิม และเพื่อการลงทุนในระยะยาวทางด้านเกษตร ซึ่งสามารถผ่อนชำระได้นานมากกว่า 5 ปี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานทางการตลาด เป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ 7P's ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินเชื่อธนาคาร ซึ่งสนองความจำเป็น และความต้องการของลูกค้าที่ประสงค์จะกู้เงิน
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง อัตราดอกเบี้ยของสินเชื่อธนาคาร รวมถึงค่าธรรมเนียมการให้บริการสินเชื่อ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง บรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่า และคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ รวมถึงทำเลที่ตั้ง และช่องทางในการนำเสนอบริการ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้บริการ
5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานสินเชื่อธนาคาร เป็นความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ด้านทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) หมายถึง ชื่อเสียงของธนาคาร คุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ ด้านการแต่งกาย ความสะอาดเรียบร้อย การเจรจาที่สุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการการให้บริการสินเชื่อธนาคาร เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการ และการปฏิบัติงานในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจบริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

ข้อมูลข่าวสาร (Information) หมายถึง สิ่งที่สื่อความหมายให้รู้เรื่องราวข้อเท็จจริง ข้อมูลหรือสิ่งใด ๆ ไม่ว่าจะการสื่อความหมายนั้นจะทำได้โดยสภาพของสิ่งนั้นเองหรือโดยผ่านวิธีการใด ๆ และไม่ว่าจะได้จัดทำไว้ในรูปของเอกสาร แฟ้ม รายงาน หนังสือ แผ่นผัง แผนที่ ภาพวาด ภาพถ่าย ฟิล์ม การบันทึกภาพหรือเสียง การบันทึกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือวิธีอื่นที่ทำให้สิ่งที่บันทึกไว้ปรากฏได้

การประเมินสินทรัพย์ (Asset Appraisal) หมายถึง การให้ความเห็นเกี่ยวกับมูลค่าของทรัพย์สินโดยผู้ประเมิน ซึ่งมีคุณสมบัติความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ทางวิชาชีพที่เหมาะสม

การพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ (Asset approval) หมายถึง แนวทางการให้สินเชื่อของธนาคาร โดยมีกระบวนการที่ชัดเจน และกำหนดกิจกรรมของการตรวจสอบ เพื่อให้สินเชื่อของธนาคารมีคุณภาพ ลดความเสี่ยงในการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ มีการขยายตัวของสินเชื่อที่สอดคล้องกับความต้องการเงินทุน และอยู่ในกฎเกณฑ์ของส่วนงานกำกับดูแลธนาคาร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ดังนี้

- 2.1 ประวัติ และความเป็นมาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- 2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ประวัติ และความเป็นมาของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

จุดเริ่มต้นของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม หรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้ หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร หรือครอบครัวของเกษตรกร โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ดังต่อไปนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2564)

1. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตรสำหรับ
 - (1) การประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม
 - (2) การประกอบอาชีพอย่างอื่น เพื่อเพิ่มรายได้
 - (3) การพัฒนาความรู้ในด้านเกษตรกรรม หรืออาชีพอย่างอื่น เพื่อเพิ่มรายได้ หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร หรือครอบครัวของเกษตรกร
 - (4) การดำเนินกิจการตามโครงการที่เป็นการส่งเสริม หรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มรายได้ หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร หรือครอบครัวของเกษตรกร
2. ประกอบธุรกิจอื่น อันเป็นการส่งเสริม หรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม
3. ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงิน เพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงิน หรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใด ที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกร หรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร หรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาด เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจ และเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

4. ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์

นายจำเนียร สารระนาค ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรคนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรทุกคนละเว้นการอันควรต่าง ๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตรเป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษา และค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ ความชำนาญยิ่งขึ้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้าจ้างทำงานหนัก เร่งรัด ฉับไว ถูกต้อง และแม่นยำ กอปรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2564)

จากบทบาทหน้าที่ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สามารถแบ่งตามยุคสมัยได้ 6 ทศวรรษ ดังต่อไปนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2564)

ทศวรรษที่ 1 (พ.ศ. 2509 - 2519) มุ่งลดบทบาทเงินกู้ในระบบ

ในทศวรรษแรก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรให้ความสำคัญกับการให้สินเชื่อ เพื่อการผลิตระยะสั้น และระยะปานกลางแก่เกษตรกรให้ทั่วถึงอย่างรวดเร็ว เพื่อลดบทบาทของเงินกู้ในระบบ โดยสร้างนวัตกรรมทางการเงินใหม่ที่ให้สินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน โดยใช้บุคคลในกลุ่มค้าประกันรับรองรับผิดชอบอย่างลูกหนี้ร่วมกัน สร้างรากฐานความพร้อมของเกษตรกร เพื่อสร้างรายได้ และฐานะทางการเงินที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

ทศวรรษที่ 2 (พ.ศ. 2520 - 2529) พัฒนาการให้สินเชื่อ และบริการครบวงจร

ช่วงทศวรรษที่ 2 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้พัฒนาแนวทางปฏิบัติงานให้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยการให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรรายคน ในรูปแบบของสัญญาเครดิตเงินสด เพื่อให้เกษตรกรเบิกรับเงินกู้โดยสะดวก และเริ่มดำเนินงานบนพื้นฐานความร่วมมือกับส่วนราชการและเอกชน ในการช่วยหาปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกการพัฒนาการเกษตรอย่างครบวงจร ในรูปของวัสดุอุปกรณ์การเกษตร และเชื่อมโยงการตลาด โดยการจัดตลาดกลางพืชผลการเกษตรตลอดจนการรับจำนำข้าวเปลือก

ทศวรรษที่ 3 (พ.ศ. 2530 - 2539) ช่วยเหลือเกษตรกรชั้นเล็ก และยากจน - จัดตั้งสถาบันเกษตรกร

ช่วงทศวรรษที่ 3 ได้พยายามขยายการให้บริการเกษตรกรให้ทั่วถึง และครอบคลุมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรชั้นเล็ก และยากจน ซึ่งปกติจะไม่สามารถขอใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจึงกำหนดหลักเกณฑ์เป็นการเฉพาะ เพื่อให้บริการสินเชื่อแก่เกษตรกรดังกล่าว อาทิเช่น การแปรรูปผลผลิตช่วยสร้างงาน และรายได้ให้แก่เกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขณะเดียวกันยังสนับสนุนให้เกษตรกรรวมตัวกันจัดตั้งสหกรณ์การเกษตร เพื่อการตลาดลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หรือ สกต. เพื่อเป็นองค์กรของเกษตรกรลูกค้าในการ สร้างอำนาจต่อรองทางการตลาด และได้รับริเริ่มโครงการพัฒนาธรรมาภิบาล เพื่อพัฒนาพนักงานให้มี ทักษะความรู้ และตระหนักถึงความสำคัญในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า

ทศวรรษที่ 4 (พ.ศ. 2540 - 2549) น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาชนบท ช่วงทศวรรษที่ 4 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้ปรับบทบาท และกลยุทธ์ การดำเนินงานครั้งสำคัญ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลง ไปอย่างรวดเร็ว โดยขอแก้ไขพระราชบัญญัติให้ครอบคลุมการให้สินเชื่อ เพื่อประกอบอาชีพอื่น เพื่อ เสริมรายได้ รวมทั้งการพัฒนาความรู้ และคุณภาพชีวิต ตลอดจนได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงมาเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับเกษตรกรลูกค้า เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียง และ มั่นคง สร้างความเข้มแข็งสู่ชุมชนควบคู่ไปกับการส่งเสริม และสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ยังปลูกฝังให้พนักงานดูแล และให้บริการลูกค้าอย่างใกล้ชิด และทั่วถึง นอกจากนี้ในปี 2542 ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้จัดตั้งกองทุนขึ้น โดยใช้ชื่อว่า กองทุนธนาคารอิสลาม (Islamic Banking Fund) เพื่อทำหน้าที่ให้บริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม และสามารถ ดำเนินการได้ภายใต้กรอบพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ทศวรรษที่ 5 (พ.ศ. 2550 - ปัจจุบัน) ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย และ ให้บริการสินเชื่อที่หลากหลาย

เข้าสู่ทศวรรษที่ 5 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรยังคงมุ่งมั่นกับภารกิจ พัฒนาชนบทภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร รายย่อย อีกทั้งขยายการให้บริการสินเชื่อไปสู่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือ ชุมชน องค์กรที่เกี่ยวข้อง และสหกรณ์ทุกประเภท ให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุนในระบบ พร้อมทั้ง สนับสนุนสินเชื่อ เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม เพื่อให้เกษตรกรลูกค้ามีฐานะ และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อีกทั้ง สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานทำงานเป็นทีม มีความซื่อสัตย์ มีสำนึกรับผิดชอบ และใช้ชีวิต พอเพียงบนมาตรฐานเดียวกัน ทุกช่วงเวลาที่ผ่านมาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มุ่งมั่นต่อพันธกิจที่มีต่อเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยเหลือ และสนับสนุนเกษตรกร และเศรษฐกิจ ภาคเกษตรในชนบทให้เติบโตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน

ทศวรรษที่ 6 (พ.ศ. 2560 - ปัจจุบัน) มุ่งสู่การเป็นสถาบันการเงิน เพื่อพัฒนาชนบท และ ภาคเกษตรครบวงจร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรก้าวสู่ทศวรรษที่ 6 ด้วยการเป็นศูนย์กลางทาง การเงินภาคเกษตร และภาคชนบท มุ่งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นลูกค้าเป็น ศูนย์กลาง (Customer Centric) ใช้กระบวนการสหกรณ์ และผู้ประกอบการ เป็นแกนสำคัญในการ เพิ่มขีดความสามารถภาคการเกษตรไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าภาคการผลิตแบบบูรณาการ พร้อมทั้ง ยกกระดับเกษตรกร และทายาทเป็น Smart Farmer ให้มีความสำคัญกับนโยบาย Go Green สนับสนุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินเชื่อสีเขียว (Green Credit) เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในการให้บริการ ผ่านช่องทางเทคโนโลยีเพื่อรองรับ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีทางการเงิน (FinTech) และพฤติกรรมตามความต้องการของลูกค้า ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการองค์กร และเพิ่มขีดความสามารถบุคลากร เพื่อร่วมขับเคลื่อนภารกิจต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายในการสร้างคุณภาพชีวิตของคนในชนบทให้ดีขึ้น สร้างชุมชนไทยให้เข้มแข็งขึ้น และสร้างความภาคภูมิใจในอาชีพเกษตรกรให้มากยิ่งขึ้น “เพื่อมุ่งมั่นยกระดับชีวิตเกษตรกรไทย สู่สังคมที่ภาคภูมิใจ”

2.2 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler (1997) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคล ซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เราเห็น และเข้าใจกับความคาดหวัง โดยหากความเห็น และเข้าใจผลิตภัณฑ์ตรงกับความคาดหวังของบุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในทางตรงกันข้ามหากความเห็น และเข้าใจผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความหวังบุคคลนั้นจะเกิดความไม่พอใจ

Cullen (2001) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลทั้งที่เกิดขึ้นในระยะสั้น และระยะยาวที่มีต่อคุณภาพการบริการต่าง ๆ ทั้งในระดับแคบที่เกี่ยวกับลักษณะบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ เช่น ความรับผิดชอบ ความน่าเชื่อถือน่าไว้วางใจของผู้ให้บริการ เป็นต้น และในระดับกว้างที่เป็นมุมมองของผู้รับบริการที่ได้จากบริการทุกประเภทที่นำไปเป็นข้อสรุปรวมความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อองค์กร

Vroom (1964) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่ได้มาจากบุคคลที่เข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งถ้ามีทัศนคติที่เป็นบวกจะแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจ แต่ถ้าทัศนคติเป็นลบจะแสดงให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจ

Al-Hawari & Ward (2006) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ โดยลักษณะของความพึงพอใจ ประกอบไปด้วย การแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกที่แตกต่างออกไปจากสิ่งที่คาดหวัง และสิ่งที่ได้รับ

พัฒนา พรหมณี, ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย และจิระศักดิ์ ทัพพา (2563) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึง สภาวะทางอารมณ์ของบุคคล เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการตามความคาดหวัง ความพึงพอใจในงานเป็นทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่องานที่เขากระทำ ซึ่งแสดงออกมาเป็นความชอบ หรือความไม่ชอบ คุณลักษณะของงานในรางวัลที่ได้รับจากการทำงาน และในสภาพแวดล้อมของการทำงาน ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ และความร่วมมือน่าสนใจ ระบบงานดำเนินไปด้วยความราบรื่นเรียบร้อย มีบรรยากาศในการทำงานที่ดี และภาพลักษณ์ที่น่าประทับใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ องค์ประกอบของการเกิดความพึงพอใจในงาน ประกอบด้วย ความพึงพอใจที่เกิดจากการตอบสนองความต้องการของร่างกาย จิตใจ และการเรียนรู้ การประเมินความพึงพอใจในงานเป็นการประเมินความรู้สึก ความคิด และพฤติกรรม สามารถประเมินได้ด้วยวิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสอบถามที่นิยมคือ การใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างรอบคอบ และอย่างถูกต้องเหมาะสมตามทฤษฎีของการวัด และประเมินผล และแปลผล เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานตามความต้องการต่อไป

วีระพงษ์ ภูสว่าง (2560) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก ความชอบ ความพอใจ และความต้องการของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคได้รับในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งการได้รับบริการที่ดี ความรู้สึกพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และถ้าผู้ใช้บริการ หรือผู้บริโภคได้รับตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ หรือบรรลุเป้าหมายในระดับหนึ่ง สามารถส่งผลให้เกิดความพึงพอใจได้เช่นกัน ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นภาวะการแสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อ และการใช้บริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ตรงกับที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงข้ามความไม่พอใจ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์ การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า

อรรถพล ฐิติวร และคณะ (2559) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ หรือบริการตามการรับรู้ และความเข้าใจกับการคาดหวังของบุคคล โดยความพึงพอใจจะทำให้เกิดความแตกต่างกันระหว่างการทำงานกับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นความพึงพอใจของลูกค้าในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การตัดสินใจของลูกค้าว่าผลิตภัณฑ์ หรือบริการด้านสินเชื่อที่ได้ใช้แล้ว ก่อให้เกิดระดับความพอใจที่ดีในการใช้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการสินเชื่อประเภทต่าง ๆ จากการศึกษาในอดีต พบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความจงรักภักดีของลูกค้า

Maslow (1970) ทฤษฎีลำดับความต้องการมาสโลว์ได้วางหลักไว้ว่า ผู้ปฏิบัติงานจะถูกจูงใจหรือกระตุ้นให้ปฏิบัติงาน เพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างอยู่ใน ทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนสมมติฐาน 3 ประการ คือ

1. มนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และความต้องการนี้จะไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นแรงจูงใจสำหรับพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่มีอิทธิพลก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นเป็นความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองเสร็จสิ้นไปแล้ว จะไม่เป็นตัวก่อให้เกิดพฤติกรรมต่อไป
3. ความต้องการของมนุษย์จะมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูงตามลำดับ ความต้องการในขณะที่ความต้องการขั้นต่อไป ได้รับการตอบสนองบางส่วน แล้วความต้องการขั้นสูงถัดไปก็จะตามมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมต่อไป

ลำดับความต้องการของมนุษย์ มาสโลว์ได้แบ่งไว้เป็น 5 ลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง ดังนี้

1. ความต้องการด้านร่างกายเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อความอยู่รอด เช่น ความต้องการเรื่องอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค การพักผ่อน ที่พักอาศัย และความต้องการทางเพศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นความต้องการที่จะได้รับความคุ้มครองภัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย และความมั่นคงในทางเศรษฐกิจ ความมั่นคงในหน้าที่การงาน และสถานะทางสังคม

3. ความต้องการทางด้านสังคม เป็นความต้องการที่จะเข้าร่วม และได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตร และความรักจากเพื่อนร่วมงาน หรือคนรอบข้าง

4. ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับนับถือ โดยทุกคนในสังคมมีความต้องการ และปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น ซึ่งมี 2 ประเภท คือ

4.1 ความต้องการมีพลังเข้มแข็ง ความสำเร็จ ความเก่งกล้าสามารถ และ ความอิสระเสรี

4.2 ความต้องการมีเกียรติมีชื่อเสียง มีฐานะที่ได้รับการยอมรับนับถือ ซึ่งคนอื่นให้ความเชื่อถือ และเห็นความสำคัญ

5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการของบุคคลถึงความสำเร็จในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นความสามารถในระดับที่มนุษย์พึงกระทำได้ ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นหลังความต้องการต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนองแล้ว เป็นระดับความต้องการสูงสุด เป็นความต้องการบรรลุความหวังของตน และการได้ใช้ความสามารถทำในสิ่งที่ตนคิดริเริ่มอย่างเต็มที่

Kenrick (2010) ได้ทำการปรับปรุง Pyramid of requirements ของ Maslow ใหม่ให้ทันสมัยกับพฤติกรรมมนุษย์ และความต้องการที่เปลี่ยนไป โดยได้จัดเรียงความต้องการของมนุษย์จากล่างสุดจนถึงบนสุดไว้ ดังนี้ ความต้องการที่ตรงความต้องการการตอบสนองทันที ความต้องการปกป้องตนเอง ความต้องการได้รับความยอมรับนับถือ ความสัมพันธ์การดำรงเผ่าพันธุ์ และการดูแลผู้อื่น

Millet (1954) กล่าวว่า การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการมีหลัก หรือแนวทาง ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานของภาครัฐที่มีความเท่าเทียมกันทุกคน ดังนั้นประชาชนทุกคนควรได้รับการปฏิบัติอย่างเสมอภาคกันในด้านของกฎหมาย ไม่มีการเลือกปฏิบัติ หรือแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานในการบริการแบบเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลย ถ้าไม่มีความตรงเวลาจะสะท้อนความไม่พร้อมในการให้บริการแก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเพียงพอ และความเสมอภาค หรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการไม่เพียงพอ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพ หรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ดังนั้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการจะเกิดความรู้สึกที่เป็นสุข เป็น ความรู้สึกในเชิงบวก และความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการแสดงออกของบุคคลที่มีผล ต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น

2.3 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

กฤษฎี ณะชัย (2561) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ การจำหน่ายในราคาที่ ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคนยินดีจ่าย (Willing to pay) เนื่องจากมีความคุ้มค่า มีช่องทางการจัด จำหน่ายที่เหมาะสม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหา เพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภคด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในผลิตภัณฑ์ และเกิดพฤติกรรม อย่างถูกต้อง

โชติรส นพเกล้า และนนท์ วรพาณิชย์ (2563) ได้สรุปไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคาร และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ได้อย่างดีที่สะท้อนถึงความพึงพอใจในการใช้บริการต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุม ทั้งในด้านทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อใจ และความไว้วางใจในการใช้บริการ

ดวงกมล วิฑิตอักษรศิลป์ (2560) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทาง การตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งเป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความ ต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นปัจจัยในการส่งมอบบริการ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดของ การบริการ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สิ่งที่ธุรกิจนำเสนอออกขาย เพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการ บริโภค หรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมา จากสิ่งที่สัมผัสได้ หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ตราสินค้า คุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย

2. ด้านราคา (Price) จำนวนเงินตราที่ต้องจ่าย เพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการของ กิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการนั้น ๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) ช่องทางการจำหน่ายสินค้า หรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้า หรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภค เพื่อให้ทันต่อความต้องการ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้าง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้า หรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการ

5. ด้านบุคคล (People) พนักงานที่ทำงาน เพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้า หรือบริการขององค์กร

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง

Serirat & Team (2017) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นต้น

Ramond & Stephen & Joby (2013) ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการได้เพิ่ม 3P ใหม่เข้ามาในส่วนประสมตลาดแบบดั้งเดิมที่มีเพียง 4P คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริม (Promotion) และช่องทางการให้บริการ (Place) โดยเพิ่มบุคคล (Participate) สภาพแวดล้อมในการให้บริการ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) เข้ามาซึ่งทั้ง 3P ที่เพิ่มเข้ามาได้แสดงให้เห็นธรรมชาติของตลาดการบริการ และความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการบริการที่เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ทั่วไป มากไปกว่านั้น 3P ยังช่วยตีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับประสบการณ์การให้บริการ และเน้นการวิเคราะห์องค์ประกอบของลักษณะของการแลกเปลี่ยนบริการ อย่างไรก็ตามส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิม และส่วนประสมทางการตลาดที่เพิ่มเข้ามามีความเชื่อมโยงกันในการที่จะพยายามส่งผลกระทบต่อตอบสนองของลูกค้าในแง่ของส่วนประสมใดส่วนประสมหนึ่งอาจจะต้องการ หรือส่งผลกระทบต่อส่วนประสมอื่น และสิ่งนี้ยังทำให้ตลาดการบริการแตกต่างจากตลาดสินค้าโดยทั่วไปอีกด้วย

Kotler (2004) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคคลผู้ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยทุกปัจจัยจะมีความเกี่ยวพันกัน และเท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ปัจจัยใดมากกว่า เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ได้ถูกนำเสนอไปยังตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเป็นทำให้เกิดคุณค่า (Value) เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอแก่ผู้บริโภคจะต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core Benefit) และต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการ และเกินความคาดหวังหรือคาดหวัง และยังรวมถึงการนำเสนอสินค้าที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในอนาคตสินค้าที่นำเสนอให้แก่ผู้บริโภคอาจจับต้องได้ หรือจับต้องไม่ได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงประกอบไปด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านราคา (Price) หมายถึง ต้นทุนของสินค้า และกำไรของสินค้าที่ผู้บริโภคจะต้องชำระให้กับธุรกิจ ซึ่งการกำหนดราคาสินค้าเกิดจากการตั้งเป้าหมายทางการค้าไว้ว่า บริษัทต้องการกำไร ต้องการต่อสู้กับคู่แข่ง ต้องการขยายส่วนครองตลาดหรือเป้าหมายอื่น การตั้งราคาต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มตลาดเป้าหมาย ราคาสินค้าสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า และสามารถสู้กับคู่แข่งได้ รวมถึงเวลาความพยายามในการใช้ความคิด และการก่อพฤติกรรม ซึ่งจะต้องจ่ายพร้อมราคาสินค้าที่เป็นตัวเงิน

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการทำงานที่จะทำให้สินค้า หรือบริการไปสู่ตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้า หรือบริการตามที่ต้องการ โดยจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ โดยเฉพาะทำเลที่ตั้ง เพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนให้เกิดกระบวนการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้มั่นใจได้ว่าตลาด และผู้บริโภคเข้าใจถึงคุณค่าในสิ่งที่ผู้ขายเสนอโดยมีเครื่องมือที่สำคัญ 4 ชนิด คือ

4.1 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพที่สุด และสามารถกระตุ้นยอดขายได้มาก แต่มีค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่เหมาะกับสินค้าที่ต้องการตลาดกว้าง และเป็นการขยายกลุ่มลูกค้า

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเกิดความต้องการในตัวสินค้า

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) เป็นกิจกรรมเพื่อเสริมภาพพจน์หรือชดเชยเบี่ยงเบนความรู้สึกของผู้บริโภคต่อตัวผลิตภัณฑ์

5. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมีความถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อสร้างความประทับใจ และส่งผลให้เกิดพอใจ ซึ่งเป็นการอาศัยกระบวนการขั้นตอนบางอย่าง โดยเป็นสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและการบริการ

6. ปัจจัยด้านบุคคลผู้ให้บริการ (People) หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าและการบริการ รวมถึงลูกค้า ผู้จำหน่าย และผู้ที่ให้บริการหลังการขาย สำหรับผู้จำหน่าย หรือผู้ให้บริการนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องคัดเลือก ให้การฝึกอบรม และมีสิ่งจูงใจ เพื่อให้ผู้จำหน่าย หรือผู้ให้บริการนั้นเกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การขายสินค้า หรือการให้บริการที่ดี แตกต่างจากคู่แข่ง

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การแสดงให้เห็นคุณภาพของการบริการ โดยผ่านภาพลักษณ์ที่สามารถมองเห็นได้ เช่น การออกแบบตกแต่ง การแบ่งส่วน หรือแผนกของพื้นที่ รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องมือ และเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพลักษณ์หรือคุณค่าของบริการที่ส่งมอบ และที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

ดังนั้น สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถูกสร้างขึ้น โดยคำนึงถึงความจำเป็น และความต้องการ ของตลาดส่วนต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด และเพื่อตอบสนอง หรือสร้างความพึงพอใจ ให้กับผู้บริโภคด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการ หรือความคิดเห็นต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะกระตุ้น เร่งเร้า หรือเชิญชวนให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ หรือใช้บริการ หรือยอมรับความคิดเห็นที่มุ่งหวังไว้ในฐานะเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถดึงดูดลูกค้าที่จงรักภักดีไว้ และลดการสูญเสียลูกค้าในอนาคต

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยในประเทศไทย

สุขุม่า เล็บครุฑ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดราชบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดราชบุรี (2) อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร (3) แนวทางการส่งเสริมตลาดในการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำนวน 365 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม ซึ่งผ่านการทดสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา และค่าความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดการเขต จำนวน 4 คน โดยเลือกแบบเจาะจง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการใช้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้าน

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ด้านการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรต่อปี ประกอบไปด้วย ราคา ($b=1.82$) และช่องทางการจัดจำหน่าย ($b = 1.75$) สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พรลภัส สีส่วน (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช (2) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ (3) นำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผน แก้ไขปัญหา ปรับปรุงการบริการ และพัฒนาพนักงานให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาทุ่งสง จำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย และรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อการวิจัยสถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติไคสแควร์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิงมีอายุ 30 - 39 ปี มีระดับการศึกษาปวส./อนุปริญญา มีอาชีพเกษตรกร/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท พบว่า ใช้บริการ 1-5 ครั้ง ในช่วงเวลาที่มาใช้บริการเวลา 12.31 - 14.30 น. ประเภทที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ ด้านการฝาก - ถอนเงิน ความพึงพอใจของลูกค้า ได้ทำการศึกษา 7 ด้าน คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ 2. ด้านราคา 3. ด้านสถานที่ 4. ด้านพนักงาน 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด 6. ด้านกระบวนการบริการ 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ

สรารุณี สามานุง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแวง อำเภอแวง จังหวัดนราธิวาส โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมในการใช้บริการและความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแวง อำเภอแวง จังหวัดนราธิวาส ในด้านต่าง ๆ 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ลูกค้าทั่วไปที่มาใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาแวง อำเภอแวง จังหวัดนราธิวาส จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Independent Sample t-test และ One way ANOVA ผลการศึกษา พบว่า 1. ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ให้บริการเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40 - 59 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป และมีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท 2. การใช้บริการในภาพรวมมีผู้มาใช้บริการในวันจันทร์มากที่สุด ส่วนช่วงเวลาที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ 09.00 - 11.00 น. และมีจำนวนครั้งมาใช้บริการต่อเดือนโดยเฉลี่ยมากที่สุด คือ 1 - 3 ครั้งต่อเดือน ประเภทบริการหลักที่มาติดต่อส่วนใหญ่ คือ บริการฝาก - ถอน โดยมีเหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการ คือ อยู่ใกล้บ้านที่ทำงาน สะดวกเป็นจำนวนมากที่สุด 3. ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก และเมื่อแยกตามด้านต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานที่ให้บริการ ด้านสถานที่/สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านข้อมูลข่าวสาร ก็อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน 4. ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมในการใช้บริการด้านวันที่มาใช้บริการบ่อยที่สุดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เหมราช มหาลือ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนบุคคล ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชิงคำ จังหวัดพะเยา โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนบุคคล ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชิงคำ จังหวัดพะเยา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อด้านเกษตรกรรมจำนวน 372 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เครื่องมือการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ใช้การทดสอบค่า t-test F-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 51-60 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษา อาชีพเกษตรกร สถานภาพสมรส มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท นิยมใช้บริการเงินกู้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายประกอบอาชีพในภาคเกษตรกรรม วันที่นิยมมาใช้บริการคือ วันพุธ เวลาที่นิยมมาใช้บริการเวลา 08.30-10.30 น. วัตถุประสงค์การใช้เงินกู้ส่วนใหญ่ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม สถาบันการเงินหรือบริษัทที่ใช้บริการสินเชื่อในปัจจุบันส่วนใหญ่ คือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร บุคคลที่มีส่วนร่วมตัดสินใจในการใช้บริการ คือ สามีภรรยา ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจำหน่าย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ช่วงวัน ช่วงเวลา วัตถุประสงค์การใช้เงินกู้ บุคคลที่มีส่วนร่วมตัดสินใจในการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจบริการด้านสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย เพศ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน ประเภทสัญญาเงิน สถาบันการเงินที่ใช้บริการด้านสินเชื่อที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจบริการด้านสินเชื่อส่วนบุคคลไม่แตกต่างกัน

อัมพกา ไชยชนะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้านาคาธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้านาคาธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย (2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้านาคาธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินจำนวน 3,500 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรการคำนวณของ Yamane, Taro (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบการถดถอย (Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้านักค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัย พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด นอกนั้นด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้านักค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย สรุปผลโดยภาพรวม และรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้านักค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย ในด้านกระบวนการในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยบุคคลด้านอื่น ๆ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ

ปิ่นทาร์ย์ อยู่เป็นสุข (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (2) ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านประชากร (3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อ จำนวน 385 คน โดยใช้หลักการคำนวณของ Cochran วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพที่ต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย, ภาพลักษณ์องค์กร ด้านสภาพแวดล้อม, การยอมรับเทคโนโลยีด้านประโยชน์ในการใช้งาน และการรับรู้ถึงความเสี่ยง มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ในพื้นที่กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

สุภาวดี หลีเฮง และธฤตพน อู่สวัสดิ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อประเภทบุคคลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดภูเก็ต โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อประเภทบุคคลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเกษตรในจังหวัดภูเก็ต (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่เป็นแรงจูงใจ และตอบสนองความต้องการในการทำธุรกรรมทางด้านสินเชื่อของลูกค้าธนาคารในจังหวัด โดยกลุ่มลูกค้าธนาคารจำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม เรื่อง การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานจังหวัดภูเก็ต เป็นแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ จากการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ยอมรับความคลาดจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5%

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรใกล้เคียงกัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานจังหวัดภูเก็ต พบว่า ทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และเมื่อพิจารณาด้านคะแนนของกลุ่มลูกค้า พบว่า ด้านกระบวนการ/ความปลอดภัยในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด.4.96 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 4.16

วีระพงษ์ ภู่ว่าง (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่ม ชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบสะดวก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample T – Test และ One - Way ANOVA โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 หากพบคู่ที่แตกต่างได้ทำการทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ด้วย การวิเคราะห์ Post Hoc แบบ LSD ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศ หญิง อยู่ในช่วงอายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็นนักเรียน - นิสิต - นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า หรือเท่ากับ 15,000 บาท ด้านพฤติกรรม พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มที่ชุมชนตรอกวังหลัง เพราะมีอาหาร และเครื่องดื่มที่หลากหลาย มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการอยู่ที่ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 500 บาท มีแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการส่วนใหญ่มาจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram, Pantip, YouTube หรือ Website และมีความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ที่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลังมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.34) โดยลูกค้าที่มาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์มาก (Mean = 3.78) รองลงมาคือ ด้านราคา (Mean = 3.42) ด้านสถานที่ (Mean = 3.42) ด้านบุคลากร (Mean = 3.37) ด้านกระบวนการ (Mean = 3.28) ด้านลักษณะทางกาย (Mean = 3.07) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Mean = 3.00) ตามลำดับ เมื่อทำการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่มมีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส ให้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 นอกจากนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลูกค้าที่มีพฤติกรรมที่ใช้บริการที่แตกต่างกัน ด้านจุดประสงค์ที่ใช้บริการ และมีแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ให้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ยกเว้นด้านความถี่ในการใช้บริการ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ ให้ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการใช้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิจัยสามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม โดยการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่เป็นเครื่องมือที่สำคัญต่อการเข้าถึงลูกค้าได้โดยง่าย และด้านลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความสำคัญเรื่องความสะดวกสบายเป็นอย่างมาก เช่น ห้องน้ำ และจำนวนถังขยะ เป็นต้น และยังสามารถนำไปเสนอแก่หน่วยงานที่ดูแลตลาดหรือตลาดอื่น ๆ หรือที่ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกันกับชุมชนตรอกวังหลัง ให้สามารถสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเพิ่มขึ้น

2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Kyawt Shinn Thant Zin (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของมิติคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจต่อความภักดีของของลูกค้าต่อธนาคารเอกชนในประเทศพม่า งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมโดยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้า 400 คน ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการธนาคาร Ayeyarwady ซึ่งเป็นธนาคารพาณิชย์ในเมืองมัณฑะเลย์ ประเทศพม่า ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของธนาคาร มีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของธนาคาร และความพึงพอใจของลูกค้า มีผลอย่างมากต่อความภักดีของลูกค้า

Taylan Budur และ Mersid Poturak (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของพนักงาน และความภักดีของลูกค้าต่อความพึงพอใจของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน มีผลกระทบเชิงบวก และมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความภักดีของลูกค้า ในขณะที่ผลการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงานไม่มีผลกระทบใด ๆ นอกจากนี้ความพึงพอใจของลูกค้ายังแสดงให้เห็นเชิงบวกระหว่างการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับประสิทธิภาพของพนักงาน และความภักดีของลูกค้า ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในระยะยาวขององค์กร

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
		ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้ บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา ปทุมพร จังหวัดชุมพร
สุขุมมา เล็บครุฑ 2564	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตร สินเชื่อเกษตรกรลูกค้าธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร จังหวัดราชบุรี	√	
พรภัส สีส่วน 2561	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ การให้บริการของธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาทุ่งสง จังหวัด นครศรีธรรมราช	√	√
สรารุติ สามานู 2561	พฤติกรรมการใช้บริการและความ พึงพอใจต่อการให้บริการของ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สาขาแวง อำเภอแวง จังหวัดนครราชสีมา		√
เหมราช มหาลือ 2561	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้าน สินเชื่อต่อส่วนประสมการตลาด ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สาขาเชิงคำ จังหวัดพะเยา	√	√
อัมพกา ไชยชนะ 2561	ความพึงพอใจต่อการใช้บริการ สินเชื่อธนาคารประชาชนของ ลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย	√	√
ปัทมากรีย์ อยู่เป็นสุข 2563	ความพึงพอใจการให้บริการ สินเชื่อของธนาคารอาคาร สงเคราะห์ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร	√	√

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.1 สรุปตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม
		ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้ บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อ การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา ปทุมพร จังหวัดชุมพร
สุภาวดี หลิเฮง และธฤตพน อุสต์วีตี 2563	การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้าน สินเชื่อประเภทบุคคลของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรในจังหวัด ภูเก็ต	√	
วีระพงษ์ ภู่อว่าง 2560	ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทาง การตลาดของร้านอาหารและ เครื่องดื่ม ชุมชนตรอกวงหลัง กรุงเทพมหานคร	√	√
Kyawt Shinn Thant Zin 2020	อิทธิพลของมิติคุณภาพการ บริการ ภาพลักษณ์ และความพึง พอใจต่อความภักดีของลูกค้า ต่อธนาคารเอกชนในประเทศพม่า		√
Taylan Budur และ Mersid Poturak 2021	ประสิทธิภาพของพนักงาน และ ความภักดีของลูกค้าต่อความพึง พอใจของลูกค้า		√

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ได้กำหนดแนวทางการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

โครงการพิเศษเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร จำนวน 7,356 ราย (ข้อมูลจำนวนลูกค้าผู้ให้บริการสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2564)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample Groups)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถคำนวณได้ ดังนี้

จากสูตร	n	=	$\frac{N}{1+Ne^2}$
เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
	N	=	ขนาดของประชากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้} = 5\%$$

$$\text{แทนค่าในสูตร} \quad n = \frac{7,356}{1 + 7,356 (0.05)^2}$$

$$n = 379.37 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 380 ราย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการศึกษาวิจัย ซึ่งคำถามที่ใช้ในการวิจัยอ้างอิงจากงานวิจัย เอกสารต่าง ๆ โดยนำข้อมูลต่าง ๆ มาเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา และได้สร้างแบบสอบถามตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ที่ตรงกับคุณลักษณะของตนเอง ประกอบด้วย 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ ด้านการประเมินสินทรัพย์ และด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นปลายเปิด (Open Ended Questionnaire)

การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. วิจัยแนวคิด ทฤษฎี และความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร เพื่อเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

2. วิจัยวิธีการสร้างเครื่องมือ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับ 5 คือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- ระดับ 4 คือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
- ระดับ 3 คือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- ระดับ 2 คือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
- ระดับ 1 คือ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 4}{5} \\ \text{ดังนั้น ช่วงคะแนน} &= 0.8 \end{aligned}$$

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ระดับน้อยที่สุด

3. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร

4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบแนะนำ แก้ไข และปรับปรุง

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ แล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการจัดทำโครงการพิเศษ จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังมีรายชื่อในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาลงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย

+1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
-1	หมายถึง	แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \frac{\sum x}{N}$$

โดย $\sum x$ หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด
 N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อ ควรมีค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุง จนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

6. ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้ว และทดลองใช้แบบสอบถาม (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) และพิจารณาค่า Reliability หากมีค่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าใช้ได้

7. หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำโครงการต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาศึกษาค้นคว้า โดยมีแหล่งข้อมูลในการวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 380 ราย จากลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร ที่เข้ามาทำธุรกรรมทางการเงิน ประเภทสินเชื่อ โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลในแบบสอบถามเอง จากนั้นผู้วิจัยเก็บรวบรวม และตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทันทีที่ได้รับแบบสอบถามคืนจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกราย ก่อนนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย บทความทางวิชาการ หนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงแนวความคิด ทฤษฎีที่นำไปใช้รายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ซึ่งการบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มีเลย สำหรับการพิจารณาค่าระดับความคิดเห็น โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ ดังนี้

ค่า r	ระดับของความสัมพันธ์
0.90 - 1.00	มีระดับความพึงพอใจสูงมาก
0.70 - 0.90	มีระดับความพึงพอใจสูง
0.50 - 0.70	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
0.30 - 0.50	มีระดับความพึงพอใจต่ำ
0.00 - 0.30	มีระดับความพึงพอใจต่ำมาก

เครื่องหมาย +,- หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ โดยหาก

r มีเครื่องหมาย + หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง อีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงไปด้วย)

r มีเครื่องหมาย - หมายถึง การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม (ตัวแปรหนึ่งมีค่าสูง ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าต่ำ)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปสมมติฐานวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว และตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภทช่วง (Interval Scale) โดยใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4. การทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงอนุมาน และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ

โดย สมการที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

$$S = \beta 01 + \beta 11P + \beta 22P + \beta 33P + \beta 44P + \beta 55P + \beta 66P + \beta 77P + \epsilon$$

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ลำดับ	ตัวแปรอักษร	อักษรย่อ
1	ความพึงพอใจ (Satisfaction)	S
2	ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	1P
3	ด้านราคา (Price)	2P
4	ด้านช่องทางการให้บริการ (Place)	3P
5	ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4P
6	ด้านบุคคล (People)	5P
7	ด้านร่างกาย (Physical Evidence)	6P
8	ด้านกระบวนการ (Process)	7P

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร 2) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าฝ่ายสินเชื่อที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาขอเสนอผลการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร โดยการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multiple Correlation Analysis)

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	138	36.30
หญิง	242	63.70
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 63.70 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 – 35 ปี	152	40.00
36 – 45 ปี	157	41.30
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	71	18.70
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาอายุน้อยกว่า 25 – 35 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และมีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	20.80
ปริญญาตรี	236	62.10
ปริญญาโท	63	16.60
ปริญญาเอก	2	0.50
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 62.10 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานบริษัท	86	22.60
ข้าราชการ	64	16.80
รัฐวิสาหกิจ	15	3.90
เกษตรกร	130	34.40
รับจ้าง	40	10.50
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	45	11.80
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 อาชีพข้าราชการ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 อาชีพรับจ้าง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และอาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20,000 บาท	7	1.80
20,001 – 30,000 บาท	234	61.60
30,001 – 40,000 บาท	119	31.30
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	20	5.30
รวม	380	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดขุขุมพร

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดขุขุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดขุขุมพร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.86	0.33	มาก
ด้านราคา	3.80	0.33	มาก
ด้านช่องทางการให้บริการ	3.78	0.35	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	0.33	มาก
ด้านบุคคล	3.80	0.36	มาก
ด้านทางกายภาพ	3.75	0.35	มาก
ด้านกระบวนการ	3.77	0.34	มาก
ภาพรวม	3.79	0.29	มาก

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดขุขุมพร โดยภาพรวม พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดขุขุมพร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.36) รองลงมา คือ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.35) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.35) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำสุด

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความมั่นคง ความสำเร็จ และชื่อเสียงของธนาคาร	58 (15.30)	240 (63.20)	82 (21.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93	0.60	มาก
2. ธนาคารมีประเภทสินเชื่อกหลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้า	44 (11.60)	204 (53.70)	132 (34.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.76	0.64	มาก
3. วงเงินในการขอสินเชื่อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	39 (10.30)	234 (61.60)	106 (27.90)	1 (0.30)	0 (0.00)	3.81	0.60	มาก
4. เงื่อนไขในการขอสินเชื่อชัดเจน มีความเหมาะสม และเข้าใจง่าย	43 (11.30)	271 (71.30)	66 (17.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93	0.53	มาก
	ภาพรวม					3.86	0.33	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความมั่นคง ความสำเร็จ และชื่อเสียงของธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ เงื่อนไขในการขอสินเชื่อชัดเจน มีความเหมาะสม และเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ วงเงินในการขอสินเชื่อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ธนาคารมีประเภทสินเชื่อกหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม	13 (3.40)	240 (63.20)	127 (33.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.70	0.52	มาก
2. ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม	53 (13.90)	219 (57.60)	108 (28.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85	0.63	มาก
3. การประเมินราคาสินทรัพย์มีความเหมาะสม	27 (7.10)	248 (65.30)	104 (27.40)	1 (0.30)	0 (0.00)	3.79	0.55	มาก
4. ค่าธรรมเนียมและค่าบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม	32 (8.40)	273 (71.80)	75 (19.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.88	0.51	มาก
ภาพรวม						3.80	0.33	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าธรรมเนียม และค่าบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.51) รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ การประเมินราคาสินทรัพย์มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง	16 (4.20)	224 (58.90)	140 (36.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.67	0.55	มาก
2. ความสะดวกในการติดต่อ และการเข้าถึงพนักงานสินเชื่อที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน	52 (13.70)	223 (58.70)	105 (27.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.86	0.62	มาก
3. การนัดหมายประชุมลูกค้า การบริการออกนอกพื้นที่ในชุมชน เพื่อบริการลูกค้าของพนักงาน	18 (4.70)	250 (65.80)	112 (29.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.75	0.53	มาก
4. ความสะดวกของช่องทางในการรับเงินกู้หรือถอนเงินกู้	32 (8.40)	253 (66.90)	95 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.83	0.55	มาก
ภาพรวม						3.78	0.35	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความสะดวกในการติดต่อ และการเข้าถึงพนักงานสินเชื่อที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ ความสะดวกของช่องทางในการรับเงินกู้หรือถอนเงินกู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ การนัดหมายประชุมลูกค้า การบริการออกนอกพื้นที่ในชุมชน เพื่อบริการลูกค้าของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ ท่าเล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ พึง พอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ด้านการโฆษณา การให้ข่าวสาร และ การประชาสัมพันธ์ หน้าสำนักงาน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสาร ประชาสัมพันธ์ เชิญ ชวนต่าง ๆ	14 (3.70)	238 (62.60)	128 (33.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.70	0.53	มาก
2. การสื่อสาร แนะนำด้วย พนักงานหรือ บริการให้คำปรึกษา ด้านสินเชื่อกับ ผู้ใช้บริการโดยตรง	42 (11.10)	231 (60.80)	107 (28.20)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.82	0.60	มาก
3. การ ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น	28 (7.40)	251 (66.10)	101 (26.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.80	0.55	มาก
4. ลุ้นโชครางวัล พิเศษ การแจกของ กำนัน และของที่ ระลึกจากธนาคาร	23 (6.10)	271 (71.30)	84 (22.10)	2 (0.5)	0 (0.00)	3.82	0.52	มาก
	ภาพรวม					3.79	0.33	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การสื่อสาร แนะนำด้วยพนักงานหรือบริการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ลุ้นโชครางวัลพิเศษ การแจกของกำนัล และของที่ระลึกจากธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.52) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา การให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์หน้าสำนักงาน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ เชิญชวนต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. พนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้บริการสินเชื่อ	20 (5.30)	230 (60.50)	130 (34.20)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.71	0.55	มาก
2. พนักงานสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว	59 (15.50)	205 (53.90)	116 (30.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85	0.66	มาก
3. พนักงานมีมารยาท มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ	20 (5.30)	252 (66.30)	108 (28.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.76	0.53	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
4. จำนวนพนักงาน สินเชื่อมีความ เพียงพอต่อจำนวน ผู้รับบริการสินเชื่อ	39 (10.30)	257 (67.60)	83 (21.80)	1 (0.30)	0 (0.00)	3.87	0.56	มาก
ภาพรวม						3.80	0.36	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า จำนวนพนักงานสินเชื่อมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ พนักงานสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ พนักงานมีมารยาท มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการให้บริการสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านทางกายภาพ

ด้านทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความสะดวก และความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพักผ่อน สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ	8	232	140	0	0	3.65	0.51	มาก
2. ความสะดวก และความสะอาดของสถานที่ภายในสำนักงานที่ให้บริการ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือ เคาน์เตอร์ ป้ายแนะนำการให้บริการ	36	226	118	0	0	3.78	0.59	มาก
3. การบริการของพนักงาน เช่น การแต่งกายเรียบร้อยตามชุดแบบของธนาคาร	22	224	134	0	0	3.70	0.56	มาก
4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า	38	265	77	0	0	3.89	0.54	มาก
ภาพรวม						3.75	0.35	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีระบบรักษาความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ความสะดวก และความสะอาดของสถานที่ภายในสำนักงานที่ให้บริการ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เคาน์เตอร์ ป้ายแนะนำการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.59) รองลงมา คือ การบริการของพนักงาน เช่น การแต่งกายเรียบร้อยตามชุดแบบของธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ ความสะอาดและความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพักสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็ว และมีความคล่องตัว	14 (3.70)	244 (64.20)	122 (32.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.71	0.52	มาก
2. ขั้นตอนเหมาะสม ชัดเจนเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ	41 (10.80)	226 (59.50)	113 (29.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.81	0.60	มาก
3. ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เช่น การอนุมัติสินเชื่อ ชำระเงินกู้	28 (7.40)	232 (61.10)	119 (31.30)	1 (0.30)	0 (0.00)	3.75	0.58	มาก
4. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการสอดคล้องกับการให้บริการของธนาคารทั่วไป	25 (6.60)	264 (69.50)	89 (23.40)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.82	0.53	มาก
	ภาพรวม					3.77	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการสอดคล้องกับการให้บริการของธนาคารทั่วไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ ขั้นตอนเหมาะสม ชัดเจนเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$,

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เช่น การอนุมัติสินเชื่อ การชำระเงินกู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.58) รองลงมา คือ ขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็ว และมีความคล่องตัว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร	3.84	0.33	มาก
ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ	3.84	0.33	มาก
ด้านการประเมินสินทรัพย์	3.84	0.34	มาก
ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ	3.85	0.34	มาก
ภาพรวม	3.73	0.32	มาก

จากตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม พบว่า ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านการประเมินสินทรัพย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการบริการลูกค้าธนาคาร

ด้านการบริการ ลูกค้าธนาคาร	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ พึง พอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. เครื่องมือ และ อุปกรณ์ในการ ให้บริการมีความ พร้อม และทันสมัย	58 (15.30)	240 (63.20)	82 (21.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93	0.60	มาก
2. ขั้นตอนต่าง ๆ ใน การให้บริการมีความ คล่องตัว และรวดเร็ว	53 (13.90)	219 (57.60)	108 (28.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85	0.63	มาก
3. การให้บริการ ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกัน	18 (4.70)	250 (65.80)	112 (29.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.75	0.53	มาก
4. การรักษาข้อมูลที่เป็น ความลับของ ลูกค้ามีความ น่าเชื่อถือไว้ใจได้	25 (6.60)	264 (69.50)	89 (23.40)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.82	0.53	มาก
ภาพรวม						3.84	0.33	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านการบริการลูกค้าธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการมีความพร้อม และทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัว และรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้ามีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ การให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านข้อมูลข่าวสารสินค้า

ด้านข้อมูลข่าวสาร สินค้า	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ พึง พอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ข้อมูลของธนาคารมี ความทันสมัยเป็น ปัจจุบัน	58 (15.30)	240 (63.20)	82 (21.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93	0.60	มาก
2. การเผยแพร่ข้อมูล ทันต่อเวลาหรือ เหตุการณ์	53 (13.90)	219 (57.60)	108 (28.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85	0.63	มาก
3. การกระจายข้อมูล ทั่วถึงลูกค้าของ ธนาคาร	18 (4.70)	250 (65.80)	112 (29.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.75	0.53	มาก
4. การจัดบอร์ดแจ้ง ข้อมูลของธนาคารต่อ ลูกค้า และผ่านทาง Facebook, Line	29 (7.60)	263 (69.20)	86 (22.60)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.83	0.54	มาก
ภาพรวม						3.84	0.33	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลาหรือเหตุการณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ การจัดบอร์ดแจ้งข้อมูลของธนาคารต่อลูกค้า และผ่านทาง Facebook, Line อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ การกระจายข้อมูลทั่วถึงลูกค้าของธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการประเมินสินทรัพย์

ด้านการประเมิน สินทรัพย์	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ พึง พอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ขั้นตอน วิธีการใน การประเมิน สินทรัพย์	58 (15.30)	240 (63.20)	82 (21.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93	0.60	มาก
2. ระยะเวลาในการ ประเมินสินทรัพย์ เหมาะสม	53 (13.90)	219 (57.60)	108 (28.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85	0.63	มาก
3. มูลค่าของ สินทรัพย์ตรงกับ ความต้องการ	24 (6.30)	248 (65.30)	108 (28.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.77	0.54	มาก
4. รายงานการ ประเมินมีข้อมูล และ การวิเคราะห์ที่ ชัดเจนเพียงพอต่อ การตัดสินใจ	25 (6.60)	264 (69.50)	89 (23.40)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.82	0.53	มาก
ภาพรวม						3.84	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านการประเมินสินทรัพย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ขั้นตอนวิธีการในการประเมินสินทรัพย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการประเมินสินทรัพย์เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ รายงานการประเมินมีข้อมูล และการวิเคราะห์ที่ชัดเจนเพียงพอต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ มูลค่าของสินทรัพย์ตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

ด้านการพิจารณา อนุมัติสินเชื่อ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ พึง พอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ระยะเวลาสอบสวน ขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้า ใหม่มีความเหมาะสม	58 (15.30)	240 (63.20)	82 (21.60)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.93	0.60	มาก
2. ขั้นตอนในการ ตรวจสอบ และ สอบสวนเอกสาร ประกอบการขอสินเชื่อ มีความเหมาะสม	53 (13.90)	219 (57.60)	108 (28.40)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85	0.63	มาก
3. ขั้นตอนในการ วิเคราะห์ และการ อนุมัติสินเชื่อมีความ เหมาะสม	18 (4.70)	250 (65.80)	112 (29.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.75	0.53	มาก
4. ระยะเวลาการแจ้ง ผลการพิจารณาอนุมัติ สินเชื่อภายในเวลาที่ กำหนด มีความ เหมาะสม	32 (8.40)	268 (70.50)	78 (20.50)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.86	0.54	มาก
ภาพรวม						3.85	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า โดยรวมความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร มีระดับความพึงพอใจด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ระยะเวลาสอบสวนขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าใหม่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ระยะเวลาการแจ้งผลการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อภายในเวลาที่กำหนดมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ขั้นตอนในการตรวจสอบ และสอบสวนเอกสารประกอบการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมา คือ ขั้นตอนในการวิเคราะห์ และการอนุมัติสินเชื่อที่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multiple Correlation Analysis)

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด

ตัวแปร	1P	2P	3P	4P	5P	6P	7P
Mean	3.86	3.80	3.78	3.79	3.80	3.75	3.77
S.D.	0.33	0.33	0.33	0.33	0.36	0.35	0.34
1P							
2P	.649**						
3P	.591**	.728**					
4P	.516**	.642**	.679**				
5P	.580**	.757**	.724**	.675**			
6P	.582**	.661**	.684**	.686**	.728**		
7P	.542**	.647**	.668**	.778**	.714**	.731**	

** P < .01 * P < .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.516 – 0.778 ซึ่งค่าไม่เกิน 0.80 แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ความพึงพอใจในการใช้ บริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.317	0.140		2.269	.024
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.200	0.043	0.197	4.659	.000*
2. ด้านราคา	0.202	0.055	0.201	3.703	.000*
3. ด้านช่องทางการ ให้บริการ	0.123	0.049	0.129	2.485	.013*
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	0.104	0.053	0.104	1.955	.050
5. ด้านบุคคล	0.183	0.052	0.199	3.538	.000*
6. ด้านทางกายภาพ	0.121	0.050	0.127	2.430	.016*
7. ด้านกระบวนการ	0.234	0.056	0.237	4.217	.000*
R = 0.806 ^a R ² = 0.650 Adj R ² = 0.643 F = 98.684 Sig = 0.000 ^b					

* P < .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อด้านการบริการลูกค้าธนาคาร ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ในด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.197, P < .05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่

ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื้อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีประสิทธิภาพพร้อมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของความพึงพอใจในการใช้บริการ ได้ร้อยละ 65 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.317 + 0.200 X_1 + 0.202 X_2 + 0.123 X_3 + 0.104 X_4 + 0.183 X_5 + 0.121 X_6 + 0.234 X_7$$

$$\hat{Z} = 0.197 Z_1 + 0.201 Z_2 + 0.129 Z_3 + 0.104 Z_4 + 0.199 Z_5 + 0.127 Z_6 + 0.237 Z_7$$

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื้อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ความพึงพอใจในการใช้ บริการ	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.420	0.143		2.938	.004*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.192	0.044	0.190	4.373	.000*
2. ด้านราคา	0.195	0.056	0.195	3.483	.001*
3. ด้านช่องทางการให้บริการ	0.136	0.050	0.145	2.701	.007*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.059	0.054	0.059	1.091	.276
5. ด้านบุคคล	0.193	0.053	0.211	3.644	.000*
6. ด้านทางกายภาพ	0.121	0.051	0.128	2.369	.018*
7. ด้านกระบวนการ	0.245	0.057	0.249	4.318	.000*
R = 0.794 ^a R ² = 0.630 Adj R ² = 0.623 F = 90.378 Sig = 0.000 ^b					

* P < .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื้อ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื้อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และด้านกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.249, P < .05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของความพึงพอใจในการใช้บริการ ได้ร้อยละ 63 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.420 + 0.192 X_1 + 0.195 X_2 + 0.136 X_3 + 0.059 X_4 + 0.193 X_5 + 0.121 X_6 + 0.245 X_7$$

$$\hat{Z} = 0.190 Z_1 + 0.195 Z_2 + 0.145 Z_3 + 0.059 Z_4 + 0.211 Z_5 + 0.128 Z_6 + 0.249 Z_7$$

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ความพึงพอใจในการใช้ บริการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.157	0.141		1.114	.266
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.216	0.043	0.208	4.996	.000*
2. ด้านราคา	0.191	0.055	0.185	3.460	.001*
3. ด้านช่องทางการ ให้บริการ	0.007	0.050	0.007	0.142	.887
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	0.367	0.054	0.357	6.845	.000*
5. ด้านบุคคล	0.104	0.052	0.111	1.994	.047*
6. ด้านทางกายภาพ	0.098	0.050	0.100	1.945	.050
7. ด้านกระบวนการ	0.195	0.056	0.192	3.488	.001*
R = 0.813 ^a R ² = 0.661 Adj R ² = 0.655 F = 103.851 Sig = 0.000 ^b					

* P < .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อด้านการประเมินสินทรัพย์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ในด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.208$, $P < .05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของความพึงพอใจในการใช้บริการ ได้ร้อยละ 66 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.157 + 0.216 X_1 + 0.191 X_2 + 0.007 X_3 + 0.367 X_4 + 0.104 X_5 + 0.098 X_6 + 0.195 X_7$$

$$\hat{Z} = 0.208 Z_1 + 0.185 Z_2 + 0.007 Z_3 + 0.357 Z_4 + 0.111 Z_5 + 0.100 Z_6 + 0.192 Z_7$$

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดอุบลราชธานี

ความพึงพอใจในการใช้ บริการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	0.336	0.143		2.347	.019*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.156	0.044	0.152	3.562	.000*
2. ด้านราคา	0.237	0.056	0.231	4.230	.000*
3. ด้านช่องทางการ ให้บริการ	0.174	0.051	0.180	3.441	.001*
4. ด้านการส่งเสริม การตลาด	0.026	0.054	0.026	0.480	.631
5. ด้านบุคคล	0.185	0.053	0.198	3.487	.001*
6. ด้านทางกายภาพ	0.058	0.051	0.060	1.143	.254
7. ด้านกระบวนการ	0.141	0.057	0.140	2.480	.014*
R = 0.803 ^a R ² = 0.646 Adj R ² = 0.639 F = 96.799 Sig = 0.000 ^b					

* P < .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริม ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อทดสอบสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และด้านกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.140, P < .05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของความพึงพอใจในการใช้บริการ ได้ร้อยละ 64 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.336 + 0.156 X_1 + 0.237 X_2 + 0.174 X_3 + 0.026 X_4 + 0.185 X_5 + 0.058 X_6 + 0.141 X_7$$

$$\hat{Z} = 0.152 Z_1 + 0.231 Z_2 + 0.180 Z_3 + 0.026 Z_4 + 0.198 Z_5 + 0.060 Z_6 + 0.140 Z_7$$

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร 2) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าฝ่ายสินเชื่อที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร จำนวน 380 ราย

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อกับทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมามีอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 อายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 อายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 62.10 รองลงมามี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 ระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 รองลงมา มีอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ข้าราชการ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80 รับจ้าง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 รัฐวิสาหกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ระดับความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร พบว่า มีระดับความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.36) รองลงมา คือ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.35) รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.35) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำสุด

ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ เจือจางในการขอสินเชื่อชัดเจน มีความเหมาะสม และเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ วงเงินในการขอสินเชื่อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ธนาคารมีประเภทสินเชื่อหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ค่าธรรมเนียม และค่าบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.51) รองลงมา คือ ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ การประเมินราคาสินทรัพย์มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านช่องทางการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความสะดวกในการติดต่อ และการเข้าถึงพนักงานสินเชื่อที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ ความสะดวกของช่องทางในการรับเงินกู้หรือถอนเงินกู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ การนัดหมายประชุมลูกค้า การบริการออกนอกพื้นที่ในชุมชน เพื่อบริการลูกค้าของพนักงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$,

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

S.D. = 0.53) รองลงมา คือ ท่าเล ที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การสื่อสาร แนะนำด้วยพนักงานหรือบริการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ลุ้นโชครางวัลพิเศษ การแจกของกำนัล และของที่ระลึกจากธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.52) รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา การให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์หน้าสำนักงาน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ เชิญชวนต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า จำนวนพนักงานสินเชื่อมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ พนักงานสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ พนักงานมีมารยาท มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการให้บริการสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีระบบรักษาความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายในสำนักงานที่ให้บริการ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือ เคาน์เตอร์ ป้ายแนะนำการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.59) รองลงมา คือ การบริการของพนักงาน เช่น การแต่งกายเรียบร้อยตามชุดแบบของธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = 0.56) รองลงมา คือ ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพักผ่อนแวดล้อมต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการสอดคล้องกับการให้บริการของธนาคารทั่วไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ ขั้นตอนเหมาะสม ชัดเจนเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เช่น การอนุมัติสินเชื่อ การชำระเงินกู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.58) รองลงมา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือ ขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็ว และมีความคล่องตัว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร

ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร พบว่า มีระดับความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านการประเมินสินทรัพย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) รองลงมา คือ ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านการบริการลูกค้าธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการมีความพร้อม และทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัว และรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้ามีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ การให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.33) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลาหรือเหตุการณ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ การจัดบอร์ดแจ้งข้อมูลของธนาคารต่อลูกค้า และผ่านทาง Facebook, Line อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ การกระจายข้อมูลทั่วถึงลูกค้าของธนาคาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านการประเมินสินทรัพย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ขั้นตอน วิธีการในการประเมินสินทรัพย์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ระยะเวลาในการประเมินสินทรัพย์เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ รายงานการประเมินมีข้อมูล และการวิเคราะห์ที่ชัดเจนเพียงพอต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = 0.53) รองลงมา คือ มูลค่าของสินทรัพย์ตรงกับความต้องการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

ระดับความพึงพอใจด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระยะเวลาสอบสวนขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าใหม่มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ระยะเวลาการแจ้งผลการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ภายในเวลาที่กำหนดมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ขั้นตอนในการตรวจสอบ และสอบสวนเอกสารประกอบการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.63) รองลงมา คือ ขั้นตอนในการวิเคราะห์ และการอนุมัติสินเชื่อมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.53) ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร” ได้มีการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร

ผลการศึกษา พบว่า ผลการวิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านราคา ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านช่องทางการให้บริการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านทางกายภาพ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน และด้านกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษา พบว่า ผลการวิเคราะห์ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านราคา ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านช่องทางการให้บริการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐาน ด้านบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ด้านทางกายภาพ ส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐาน และด้านกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

ซึ่งสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร สอดคล้องกับแนวคิด อัมพกา ไชยชนะ (2561) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย (2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินจำนวน 3,500 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรการคำนวณของ Yamane, Taro (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบการถดถอย (Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัย พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากที่สุด นอกนั้นด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย สรุปผลโดยภาพรวม และรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย ในด้านกระบวนการในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยบุคคลด้านอื่น ๆ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจ

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งนี้

จากผลการวิจัยจึงสามารถนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยในการวัดระดับความพึงพอใจต่ำสุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ 1. ความสะอาดและความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพัก สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดจากการวัดระดับความพึงพอใจ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอในเชิงวิชาการจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งผลการวิเคราะห์ดังกล่าวไว้ตอนต้น จึงขอเสนอในเชิงการบริหารจัดการ ธนาคารควรให้ความสำคัญกับเรื่องดังกล่าว โดยขอให้ปรับปรุงในเรื่องความสะอาด ความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการลูกค้า เช่น ปรับปรุงที่จอดรถเพิ่มขึ้น และให้เพียงพอต่อการให้บริการ ความสะอาดทั้งภายนอก และภายในธนาคารควรปรับปรุงให้เป็นมาตรฐานเดียวกับธนาคารอื่นที่มีสาขาในห้างสรรพสินค้า ที่นั่งพักสำหรับลูกค้าก็ไม่ควรมองข้าม ควรให้ความใส่ใจกับรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปทั้งภายนอก และภายในธนาคารให้ลูกค้าเกิดความประทับใจเมื่อเข้ามาใช้บริการให้ใกล้เคียงกับธนาคารพาณิชย์

ด้านความพึงพอใจในการใช้บริการ พบว่า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ 3 ด้าน คือ ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ และด้านการประเมินสินทรัพย์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร ข้อที่ 3. การให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จึงขอเสนอผู้บริหารธนาคารเร่งปรับปรุงการให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และให้เกิดความเท่าเทียม ให้ธนาคารนำหลักการให้บริการของภาคเอกชนที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดมาประยุกต์ใช้ ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ พบว่า ข้อที่ 3. การกระจายข้อมูลทั่วถึงลูกค้าของธนาคาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้นธนาคารควรปรับปรุงรูปแบบการกระจายข้อมูลของธนาคารไปยังลูกค้าให้เกิดความแม่นยำ และมีวิธีการกระจายข้อมูลที่หลากหลาย ไม่เน้นการพึ่งพาเทคโนโลยีมากเกินไป เพราะลูกค้าหลักของธนาคารคือ กลุ่มเกษตรกร ซึ่งบางครั้งอาจจะยังเข้าไม่ถึงเทคโนโลยี ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์งานของธนาคาร หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของธนาคารสู่สาธารณะให้หลากหลาย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น ในที่ประชุมกำนันผู้ใหญ่บ้าน ช่องทางสถานีวิทยุชุมชน หรือประชาสัมพันธ์แก่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ กลุ่มเกษตรกรต่าง หรือหมู่บ้านอย่างใกล้ชิด เป็นต้น และด้านการประเมินสินทรัพย์ พบว่า ข้อที่ 3. มูลค่าของสินทรัพย์ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนั้น การประเมินสินทรัพย์อาจจะยังมีปัญหาที่ลูกค้าอาจจะคาดหวังเอาไว้สูง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวกับสินทรัพย์ของตน เช่น ราคาที่ดิน ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายอาจจะพอใจในราคาที่ตกลงกัน แต่ราคาขายอาจจะสูงกว่าราคาประเมินหลายเท่าตัว ลูกค้ายที่เป็นเจ้าของที่ดินอาจจะเข้าใจว่าที่ดินของตนเองน่าจะได้อะไรสินทรัพย์ที่ธนาคารประเมินสูงเท่ากับที่ดินแปลงที่เพิ่งขายไปในราคาสูงกว่าราคาประเมิน ดังนั้นธนาคารจำเป็นจะต้องสื่อสาร และหาข้อมูลที่เป็นจริงมาอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจ หรือทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นวิดีโอ หรือสื่ออย่างอื่นประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเข้าใจ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร ซึ่งมีข้อจำกัดเรื่องกลุ่มตัวอย่างคือ ศึกษาเพียงสาขาปทุมพรเท่านั้น การในวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้กลุ่มตัวอย่างจากทุกสาขาในจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าทั้งจังหวัด และนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับระหว่างสาขา เพื่อที่จะได้มีการปรับปรุง และพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในการให้บริการกับลูกค้าต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กฤษฎี ชนะชัย. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางสารสกัดจากใบบัวบก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โชติรส นพเกล้า และนนท์ วรพาณิชย์. (2563). *การศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่กับการใช้บริการผ่านสาขาของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)*. วารสารบัณฑิตศึกษา. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงกมล จิตติอักษรศิลป์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารบัณฑิตศึกษา. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์. (2557). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร*. วารสารบัณฑิตศึกษา. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปิ่นชารีย์ อยู่เป็นสุข. (2563). *ความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรลภัส สีส่วน. (2561). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. วารสารบัณฑิตศึกษา. นครศรีธรรมราช. มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ.
- พัฒนา พรหมณี ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย และจีระศักดิ์ ทัพผา. (2563). *แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจในงาน*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. พระนครศรีอยุธยา. สถาบันวิทยาการประกอบการแห่งอยุธยา.
- วีระพงษ์ ภู่ว่าง. (2560). *ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุขุม่า เล็บครุฑ. (2564). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. นครปฐม. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภาษาไทย

- สุภาวดี หลีเฮง และธฤตพน อุสูสวัสดิ์. (2563). *การศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อประเภทบุคคลของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดภูเก็ต*. วารสารบัณฑิตศึกษา. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- สรารุณี สามานุง. (2561). *พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจต่อการให้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเวียง อำเภอเวียง จังหวัดนราธิวาส*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. สงขลา. มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ.
- เหมราช มหาลือ. (2561). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อต่อส่วนประสมการตลาดธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ จังหวัดพะเยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. พะเยา. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- อรรถพล ลีติวร มาเรียม นะมิ และอัมพล ชูสนุก. (2559). *อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) สำนักงานเขตพื้นที่ถนนรัชดาภิเษก (ท่าพระ)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัมพกา ไชยชนะ. (2561). *ความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาเทิง จังหวัดเชียงราย*. วารสารบัณฑิตศึกษา. เชียงราย. มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ.

ออนไลน์

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2564). *ธ.ก.ส. BAAC*. สืบค้นจาก <https://www.baac.or.th/th/>.

ภาษาอังกฤษ

- Al-Hawari, M. & Ward, T. (2006). *The effect of automated service quality on Australian banks' financial performance and the mediating role of customer satisfaction*. Marketing Intelligence and Planning.
- Cullen, Rowena. (2001). *Perspectives on user Satisfaction Surveys*.
- Glisson Charles and Durick Mark. (1988). *Predictors of Job Satisfaction and Organizational and Organizational Commitment in Human Service Organizations*.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

ภาษาอังกฤษ

- Kenrick, D. T. and et al. (2010). *Renovating the pyramid of needs: contemporary extensions built upon ancient foundations, Perspectives on Psychological Science*.
- Kotler Philip. (1997). *Marketing Management*. 9th ed. New Jersey: Prentice – Hall.
- Kotler Philip. (2004). *Principle of marketing, Englewood Cliffs*. New Jersey : Prentice- Hall.
- Kyawt Shinn Thant Zin. (2020). *The Influences of Service Quality Dimensions, Corporate Image and Customer Satisfaction on Customer Loyalty towards a Commercial Bank in Myanmar*.
- Maslow, Abraham H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Millet, John D. (1954). *Management in the Public Service*. New York : McGraw Hill Book Company.
- Ramond, Stephen & Joby. (2013). *Services Marketing : An Interactive Approach 4" ed. Ohio:Cengage*.
- Serirat, Siriwan, and Team. (2017). *Marketing Management*. Bangkok: Diamond in business world.
- Taylan Budur & Mersid Poturak. (2021). *Employee performance and customer loyalty: mediation effect of customer satisfaction*.
- Vroom, Victor H. (1964). *Work and Motivation*. New York: John Wesley.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ตอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความจริงเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 25 – 35 ปี 36 – 45 ปี

มากกว่า 45 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี

ปริญญาโท ปริญญาเอก

4. อาชีพ

พนักงานบริษัท ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ

เกษตรกร รับจ้าง ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

อื่น ๆ ระบุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. รายได้ต่อเดือน

- ไม่เกิน 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท
 30,001 – 40,000 บาท มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจท่านมากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความพึงพอใจ

- 5 คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
 4 คือ ระดับความพึงพอใจมาก
 3 คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง
 2 คือ ระดับความพึงพอใจน้อย
 1 คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคาร					
2. ธนาคารมีประเภทสินเชื่อหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า					
3. วงเงินในการขอสินเชื่อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า					
4. เงื่อนไขในการขอสินเชื่อชัดเจน มีความเหมาะสม และเข้าใจง่าย					
ด้านราคา					
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม					
2. ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม					
3. การประเมินราคาสินทรัพย์มีความเหมาะสม					
4. ค่าธรรมเนียม และค่าบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ) ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของ
ลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจท่านมากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความพึงพอใจ

5 คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 คือ ระดับความพึงพอใจมาก

3 คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 คือ ระดับความพึงพอใจน้อย

1 คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านช่องทางการให้บริการ					
1. ท่าเล ที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง					
2. ความสะดวกในการติดต่อ และการเข้าถึง พนักงานสินเชื่อที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน					
3. การนัดหมายประชุมลูกค้า การบริการออก นอกพื้นที่ในชุมชน เพื่อบริการลูกค้าของพนักงาน					
4. ความสะดวกของช่องทางในการรับเงินกู้หรือ ถอนเงินกู้					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. ด้านการโฆษณา การให้ข่าวสาร และการ ประชาสัมพันธ์หน้าสำนักงาน เช่น บ้าย ประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ เชิญชวน ต่าง ๆ					
2. การสื่อสาร แนะนำด้วยพนักงานหรือบริการ ให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง					
3. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น					
4. ลัทธิรางวัลพิเศษ การแจกของกำนัล และ ของที่ระลึกจากธนาคาร					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ) ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจท่านมากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความพึงพอใจ

5 คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 คือ ระดับความพึงพอใจมาก

3 คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 คือ ระดับความพึงพอใจน้อย

1 คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านบุคคล					
1. พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการให้บริการสินเชื่อ					
2. พนักงานสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว					
3. พนักงานมีมารยาท มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ					
4. จำนวนพนักงานสินเชื่อมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการสินเชื่อ					
ด้านทางกายภาพ					
1. ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพัก สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ					
2. ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายในสำนักงานที่ให้บริการ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ เคาน์เตอร์ ป้ายแนะนำการให้บริการ					
3. การบริการของพนักงาน เช่น การแต่งกาย เรียบร้อยตามชุดแบบของธนาคาร					
4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ) ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจท่านมากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความพึงพอใจ

- 5 คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 คือ ระดับความพึงพอใจมาก
- 3 คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 2 คือ ระดับความพึงพอใจน้อย
- 1 คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการ					
1. ขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็ว และมี ความคล่องตัว					
2. ขั้นตอนเหมาะสม ชัดเจนเป็นระบบ และมี ประสิทธิภาพ					
3. ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เช่น การ อนุมัติสินเชื่อ การชำระเงินกู้					
4. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการสอดคล้องกับการ ให้บริการของธนาคารทั่วไป					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้า กับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจท่านมากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความพึงพอใจ

5 คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 คือ ระดับความพึงพอใจมาก

3 คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 คือ ระดับความพึงพอใจน้อย

1 คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร					
1. เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการมีความพร้อม และทันสมัย					
2. ขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัว และรวดเร็ว					
3. การให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกัน					
4. การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้ามีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้					
ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ					
1. ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน					
2. การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลาหรือเหตุการณ์					
3. การกระจายข้อมูลทั่วถึงลูกค้าของธนาคาร					
4. การจัดบอร์ดแจ้งข้อมูลของธนาคารต่อลูกค้า และผ่านทาง Facebook, Line					
ด้านการประเมินสินทรัพย์					
1. ขั้นตอน วิธีการในการประเมินสินทรัพย์					
2. ระยะเวลาในการประเมินสินทรัพย์เหมาะสม					
3. มูลค่าของสินทรัพย์ตรงกับความต้องการ					
4. รายงานการประเมินมีข้อมูล และการวิเคราะห์ที่ชัดเจนเพียงพอต่อการตัดสินใจ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตอนที่ 3 (ต่อ) ความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของ
ลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ**

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจท่านมากที่สุด

หมายเหตุ ระดับความพึงพอใจ

5 คือ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

4 คือ ระดับความพึงพอใจมาก

3 คือ ระดับความพึงพอใจปานกลาง

2 คือ ระดับความพึงพอใจน้อย

1 คือ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ความพึงพอใจในการใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ					
1. ระยะเวลาสอบสวนขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าใหม่มีความเหมาะสม					
2. ขั้นตอนในการตรวจสอบ และสอบสวนเอกสารประกอบการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม					
3. ขั้นตอนในการวิเคราะห์ และการอนุมัติสินเชื่อมีความเหมาะสม					
4. ระยะเวลาการแจ้งผลการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อภายในเวลาที่กำหนดมีความเหมาะสม					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

1. ดร.กิตติ แก้วเขียว
 อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
2. อาจารย์ภรณ์ไพลิน คุณวุฒิ
 อาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
3. นายสุรงค์ กตัญญู
 ผู้จัดการโครงการ
 บริษัท พี วี เอ็น ซิลเวอร์เซน จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร” โดย นางสาวกศพร แซ่เฉียว นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 61551027 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้ใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวกศพร แซ่เฉียว)

นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น 

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวกพร แซ่เจีย
รหัสนักศึกษา 61551027
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร”

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ปรับปรุงแก้ไข คำ 14: 56

ลงชื่อ

ดร. กิตติ นนระ

(กศท. ภาว. ๖๕)

วันที่

4 กพ. 65



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร” โดย นางสาวภคพร แซ่เฉี้ย นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 61551027 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนหัต บุนนิตกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้ใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้

คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวภคพร แซ่เฉี้ย)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น ภคพร แซ่เฉี้ย
ผู้ทรงคุณวุฒิ อ. ภรณ์ไพรัตน์ คุณวุฒิ
หน่วยงาน สจล. ชุมพร



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาการศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวกศพร แซ่เฉียว
รหัสนักศึกษา 61551027
หัวข้อวิทยานิพนธ์ "ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร"

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไขตามที่ได้นำคำแนะนำไป

ลงชื่อ..... อ.ภรณ์ไฉ่น์ คุณคุณวิ
(อ.ภรณ์ไฉ่น์ คุณคุณวิ)
วันที่ 6 ก.พ. 65



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร” โดย นางสาวภคพร แซ่เฉี้ย นักศึกษาปริญญาตรี รหัสนักศึกษา 61551027 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามผู้ให้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวภคพร แซ่เฉี้ย)

นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น *ศุภณัฐ กัทัญญ*

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน บริษัท บี อี เอน ซิลเวอร์เซ็น จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการศึกษาศึกษาอิสระ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวภคพร แซ่เจี๋ย
รหัสนักศึกษา 61551027
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ้ายลินเชื่อ ธนาครเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปฐมพร จังหวัดชุมพร”

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ไปทุกตามคำแนะ

ลงชื่อ..... ศุภ ภัทรภูมิ

(.....)

วันที่ 4 กพ 65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

เรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร”

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหวัดชุมพร	1. เพศ () ชาย () หญิง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. อายุ () น้อยกว่า 25 – 35 ปี () 36 – 45 ปี () มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	+1	0	+1	0.66	แก้ไข
	3. ระดับการศึกษา () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () ปริญญาโท () ปริญญาเอก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. อาชีพ () พนักงานบริษัท () ข้าราชการ () รัฐวิสาหกิจ () เกษตรกร () รับจ้าง () ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () อื่น ๆ ระบุ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	5. รายได้ต่อเดือน () ไม่เกิน 20,000 บาท () 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท () มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพรจันทร์	ด้านผลิตภัณฑ์					
	1. ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคาร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. ธนาคารมีประเภทสินเชื่อหลากหลาย ตรงกับความต้องการของลูกค้า	+1	+1	0	0.66	แก้ไข
	3. วงเงินในการขอสินเชื่อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. เงื่อนไขในการขอสินเชื่อชัดเจน มีความเหมาะสม และเข้าใจง่าย	+1	+1	0	0.66	แก้ไข
	ด้านราคา					
	1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม	+1	+1	0	0.66	แก้ไข
	3. การประเมินราคาสินทรัพย์มีความเหมาะสม	+1	+1	0	0.66	แก้ไข
	4. ค่าธรรมเนียม และค่าบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	ด้านช่องทางการให้บริการ					
	1. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. ความสะดวกในการติดต่อ และการเข้าถึงพนักงานสินเชื่อที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. การนัดหมายประชุมลูกค้า การบริการออกนอกพื้นที่ในชุมชน เพื่อบริการลูกค้าของพนักงาน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. ความสะดวกของช่องทางในการรับเงินกู้หรือถอนเงินกู้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ) ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพรจันทร์	ด้านการส่งเสริมการตลาด					
	1. ด้านการโฆษณา การให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์หน้าสำนักงาน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ เชิญชวนต่าง ๆ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. การสื่อสาร แนะนำด้วยพนักงานหรือบริการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. ลัทธิโครงการพิเศษ การแจกของกำนัล และของที่ระลึกจากธนาคาร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	ด้านบุคคล					
	1. พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการให้บริการสินเชื่อ	0	+1	+1	0.66	แก้ไข
	2. พนักงานสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. พนักงานมีมารยาท มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. จำนวนพนักงานสินเชื่อมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการสินเชื่อ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ) ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพรจันทน์	ด้านทางกายภาพ					
	1. ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพักสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายในสำนักงานที่ให้บริการ เช่น อุปกรณ์เครื่องมือ เคาน์เตอร์ ป้ายแนะนำการให้บริการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. การบริการของพนักงาน เช่น การแต่งกายเรียบร้อยตามชุดแบบของธนาคาร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	ด้านกระบวนการ					
	1. ขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็ว และมีความคล่องตัว	+1	+1	0	0.66	แก้ไข
	2. ขั้นตอนเหมาะสม ชัดเจนเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ	+1	+1	0	0.66	แก้ไข
	3. ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เช่น การอนุมัติสินเชื่อ การชำระเงินกู้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการสอดคล้องกับการให้บริการของธนาคารทั่วไป	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จังหัด ชุมพร	ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร					
	1. เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการมีความพร้อม และทันสมัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. ขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัว และรวดเร็ว	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. การให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกัน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้ามีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ					
	1. ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลาหรือเหตุการณ์	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. การกระจายข้อมูลทั่วถึงลูกค้าของธนาคาร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. การจัดบอร์ดแจ้งข้อมูลของธนาคารต่อลูกค้า และผ่านทาง Facebook, Line	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	ด้านการประเมินสินทรัพย์					
	1. ขั้นตอน วิธีการในการประเมินสินทรัพย์	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. ระยะเวลาในการประเมินสินทรัพย์เหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. มูลค่าของสินทรัพย์ตรงกับความต้องการ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. รายงานการประเมินมีข้อมูล และการวิเคราะห์ที่ชัดเจนเพียงพอต่อการตัดสินใจ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 (ต่อ) ความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้า
กับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3		
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาปทุมพร จันทบุรี ชุมพร	ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ					
	1. ระยะเวลาสอบสวนขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าใหม่มีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	2. ขั้นตอนในการตรวจสอบ และสอบสวนเอกสารประกอบการขอสินเชื่อมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	3. ขั้นตอนในการวิเคราะห์ และการอนุมัติสินเชื่อมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
	4. ระยะเวลาการแจ้งผลการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อภายในเวลาที่กำหนดมีความเหมาะสม	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66 – 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.00 – 0.66 พิจารณารับปรุง หรือนำออก

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded	0	0.0
	รวม	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.952	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน มี 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

เพศ					
	เพศ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	ชาย	138	36.30	36.30	36.30
	หญิง	242	63.70	63.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	
อายุ					
	อายุ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยกว่า 25 – 35 ปี	152	40.00	40.00	42.90
	36 – 45 ปี	157	41.30	41.30	81.30
	มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	71	18.70	18.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	
ระดับการศึกษา					
	ระดับการศึกษา	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	20.80	20.80	20.80
	ปริญญาตรี	236	62.10	62.10	82.90
	ปริญญาโท	63	16.60	16.60	99.50
	ปริญญาเอก	2	0.50	0.50	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ						
	อาชีพ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม	
Valid	พนักงานบริษัท	86	22.60	22.60	22.60	
	ข้าราชการ	64	16.80	16.80	39.50	
	รัฐวิสาหกิจ	15	3.90	3.90	43.40	
	เกษตรกร	130	34.20	34.20	77.60	
	รับจ้าง	40	10.50	10.50	88.20	
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	45	11.80	11.80	100.00	
	อื่น ๆ ระบุ	0	0.00	0.00	0.00	
	รวม	380	100.00	100.00		
รายได้ต่อเดือน						
	รายได้ต่อเดือน	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม	
Valid	ไม่เกิน 20,000 บาท	7	1.80	1.80	1.80	
	20,001 – 30,000 บาท	234	61.60	61.60	63.40	
	30,001 – 40,000 บาท	119	31.30	31.30	94.70	
	มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป	20	5.30	5.30	100.00	
	รวม	380	100.00	100.00		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ จำแนกตามด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ด้านผลิตภัณฑ์ [1. ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของธนาคาร]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	82	21.60	21.60	21.60
	มาก	240	63.20	63.20	84.70
	มากที่สุด	58	15.30	15.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านผลิตภัณฑ์ [2. ธนาคารมีประเภทสินเชื่อหลากหลายตรงกับความต้องการของลูกค้า]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	132	34.70	34.70	34.70
	มาก	204	53.70	53.70	88.40
	มากที่สุด	44	11.60	11.60	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านผลิตภัณฑ์ [3. วงเงินในการขอสินเชื่อเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	1	0.30	0.30	0.30
	ปานกลาง	106	27.90	27.90	28.20
	มาก	234	61.60	61.60	89.70
	มากที่สุด	39	10.30	10.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านผลิตภัณฑ์ [4. เจื่อนไซในการขอสินเชือซัดเจอน มีคววมเหมาะสม และเข้าใจง่าย]

	ระดับคววมพืง พอใจ	คววมถึ	เปอร์เซนต์	เปอร์เซนต์ ที่ถูกด้อง	เปอร์เซนต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	66	17.40	17.40	17.40
	มาก	271	71.30	71.30	88.70
	มากที่สุด	43	11.30	11.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

		Statistics				
		ด้าน ผลิตภัณฑ์ [1. คววม มั่นคง คววม น่าเชือถึ และชือเสียง ของธนาการ]	ด้านผลิตภัณฑ์ [2. ธนาการมี ประเภทสินเชือ หลากหลาย ตรงกับคววม ด้องการของ ลูกค้]	ด้าน ผลิตภัณฑ์ [3. วงเงินใน การขอสินเชือ เพียงพอต่อ คววมด้องการ ของลูกค้]	ด้านผลิตภัณฑ์ [4. เจื่อนไซใน การขอสินเชือ ซัดเจอน มี คววม เหมาะสม และ เข้าใจง่าย]	ผลรวมด้าน ผลิตภัณฑ์
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.9368	3.7684	3.8184	3.9395	3.8658
Std. Deviation		.60448	.64079	.60007	.53285	.33351

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านราคา [1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	127	33.40	33.40	33.40
	มาก	240	63.20	63.20	96.60
	มากที่สุด	13	3.40	3.40	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านราคา [2. ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	108	28.40	28.40	28.40
	มาก	219	57.60	57.60	86.10
	มากที่สุด	53	13.90	13.90	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านราคา [3. การประเมินราคาสินทรัพย์มีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	1	0.30	0.30	0.30
	ปานกลาง	104	27.40	27.40	27.60
	มาก	248	65.30	65.30	92.90
	มากที่สุด	27	7.10	7.10	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านราคา [4. ค่าธรรมเนียม และค่าบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	75	19.70	19.70	19.70
	มาก	273	71.80	71.80	91.60
	มากที่สุด	32	8.40	8.40	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

		Statistics				
		ด้านราคา [1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีความเหมาะสม]	ด้านราคา [2. ระยะเวลาการผ่อนชำระมีความเหมาะสม]	ด้านราคา [3. การประเมินราคาสินทรัพย์มีความเหมาะสม]	ด้านราคา [4. ค่าธรรมเนียมและค่าบริการด้านสินเชื่อมีความเหมาะสม]	ผลรวมด้านราคา
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.7000	3.8553	3.7921	3.8868	3.8086
Std. Deviation		.52835	.63545	.55934	.51912	.33589

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านช่องทางการให้บริการ [1. ท่าเล ที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม สะดวกต่อการเดินทาง]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	140	36.80	36.80	36.80
	มาก	224	58.90	58.90	95.80
	มากที่สุด	16	4.20	4.20	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านช่องทางการให้บริการ [2. ความสะดวกในการติดต่อ และการเข้าถึงพนักงานสินเชื่อที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	105	27.60	27.60	27.60
	มาก	223	58.70	58.70	86.30
	มากที่สุด	52	13.70	13.70	100.00
	รวม	380	100.000	100.00	

ด้านช่องทางการให้บริการ [3. การนัดหมายประชุมลูกค้า การบริการออกนอกพื้นที่ในชุมชนเพื่อบริการลูกค้าของพนักงาน]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	112	29.50	29.50	29.50
	มาก	250	65.80	65.80	95.30
	มากที่สุด	18	4.70	4.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านช่องทางการให้บริการ [4. ความสะดวกของช่องทางในการรับเงินกู้หรือถอนเงินกู้]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	95	25.00	25.00	25.00
	มาก	253	66.60	66.60	91.60
	มากที่สุด	32	8.40	8.40	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

		Statistics				
		ด้านช่องทางการให้บริการ	ด้านช่องทางการให้บริการ	ด้านช่องทางการให้บริการ	ด้านช่องทางการให้บริการ	ผลรวมด้านช่องทางการให้บริการ
		[1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสมสะดวกต่อการเดินทาง]	[2. ความสะดวกในการติดต่อและการเข้าถึงพนักงานสินเชื่อที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน]	[3. การนัดหมายประชุมลูกค้า การบริการออกนอกพื้นที่ในชุมชน เพื่อบริการลูกค้าของพนักงาน]	[4. ความสะดวกของช่องทางในการรับเงินกู้หรือถอนเงินกู้]	
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.6737	3.8605	3.7526	3.8342	3.7803
Std. Deviation		.55213	.62829	.53071	.55456	.35644

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการส่งเสริมการตลาด [1. ด้านการโฆษณา การให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์
หน้าสำนักงาน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ เชิญชวนต่าง ๆ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	128	33.70	33.70	33.70
	มาก	238	62.60	62.60	96.30
	มากที่สุด	14	3.70	3.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการส่งเสริมการตลาด [2. การสื่อสาร แนะนำด้วยพนักงานหรือบริการให้คำปรึกษา
ด้านสินเชื่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	107	28.20	28.20	28.20
	มาก	231	60.80	60.80	88.90
	มากที่สุด	42	11.10	11.10	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการส่งเสริมการตลาด [3. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์
เช่น Facebook, Line เป็นต้น]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	101	26.60	26.60	26.60
	มาก	251	66.10	66.10	92.60
	มากที่สุด	28	7.40	7.40	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการส่งเสริมการตลาด [4. ลุ้นโชครางวัลพิเศษ การแจกของกำนัล
และของที่ระลึกจากธนาคาร]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	2	0.50	0.50	0.50
	ปานกลาง	84	22.10	22.10	22.60
	มาก	271	71.30	71.30	93.90
	มากที่สุด	23	6.10	6.10	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

Statistics

		ด้านการส่งเสริมการตลาด [1. ด้านการโฆษณา การให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ หน้าสำนักงาน เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสาร ประชาสัมพันธ์ เชิญชวน ต่าง ๆ]	ด้านการส่งเสริมการตลาด [2. การสื่อสารแนะนำด้วยพนักงานหรือบริการให้คำปรึกษาด้านสินเชื่อกับผู้ใช้บริการโดยตรง]	ด้านการส่งเสริมการตลาด [3. การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น]	ด้านการส่งเสริมการตลาด [4. ลุ้นโชครางวัลพิเศษ การแจกของกำนัล และของที่ระลึกจากธนาคาร]	ผลรวมด้านการส่งเสริมการตลาด
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.7000	3.8289	3.8079	3.8289	3.7914
Std. Deviation		.53332	.60316	.55079	.52354	.33746

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านบุคคล [1. พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการให้บริการสินเชื่อ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	130	34.20	34.20	34.20
	มาก	230	60.50	60.50	94.70
	มากที่สุด	20	5.30	5.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านบุคคล [2. พนักงานสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ
ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	116	30.50	30.50	30.50
	มาก	205	53.90	53.90	84.50
	มากที่สุด	59	15.50	15.50	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านบุคคล [3. พนักงานมีมารยาท มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	108	28.40	28.40	28.40
	มาก	252	66.30	66.30	94.70
	มากที่สุด	20	5.30	5.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านบุคคล [4. จำนวนพนักงานสินเชื่อมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการสินเชื่อ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	1	0.30	0.30	0.30
	ปานกลาง	83	21.80	21.80	22.10
	มาก	257	67.60	67.60	89.70
	มากที่สุด	39	10.30	10.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

		Statistics				
		ด้านบุคคล				
		[2. พนักงานสามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว]		ด้านบุคคล		
		ด้านบุคคล [1. พนักงานมีความรู้ และความสามารถในการให้บริการสินเชื่อ]		ด้านบุคคล [3. พนักงานมีมารยาท มีความกระตือรือร้นเอาใจใส่ลูกค้า และพร้อมให้บริการ]		
		ด้านบุคคล [4. จำนวนพนักงานสินเชื่อมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้รับบริการสินเชื่อ]		ผลรวมด้านบุคคล		
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.7105	3.8500	3.7684	3.8789	3.8020
Std. Deviation		.55836	.66271	.53288	.56370	.36786

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านทางกายภาพ [1. ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายนอกที่ให้บริการ
เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งพักสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	140	36.80	36.80	36.80
	มาก	232	61.10	61.10	97.90
	มากที่สุด	8	2.10	2.10	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านทางกายภาพ [2. ความสะอาด และความสะอาดของสถานที่ภายในสำนักงานที่ให้บริการ
เช่น อุปกรณ์เครื่องมือ เคาน์เตอร์ ป้ายแนะนำการให้บริการ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	118	31.10	31.10	31.10
	มาก	226	59.50	59.50	90.50
	มากที่สุด	36	9.50	9.50	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านทางกายภาพ [3. การบริการของพนักงาน เช่น การแต่งกายเรียบร้อย
ตามชุดแบบของธนาคาร]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	134	35.30	35.30	35.30
	มาก	224	58.90	58.90	94.20
	มากที่สุด	22	5.80	5.80	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านทางกายภาพ [4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	77	20.30	20.30	20.30
	มาก	265	69.70	69.70	90.00
	มากที่สุด	38	10.00	10.00	100.00
	รวม	380	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics						
		ด้านทางกายภาพ				
		[2. ความสะอาด และ				
		[1. ความสะอาดของสถานที่				
		ด้านทางกายภาพ				
		[3. การบริการของพนักงาน เช่น				
		[4. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่				
		สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า]				
		ผลรวมด้านทางกายภาพ				
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.6526	3.7842	3.7053	3.8974	3.7599
Std. Deviation		.51915	.59970	.56966	.54117	.35458

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านกระบวนการ [1. ขั้นตอนการให้บริการสะดวก รวดเร็ว และมีความคล่องตัว]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	122	32.10	32.10	32.10
	มาก	244	64.20	64.20	96.30
	มากที่สุด	14	3.70	3.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านกระบวนการ [2. ขั้นตอนเหมาะสม ชัดเจนเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	113	29.70	29.70	29.70
	มาก	226	59.50	59.50	89.20
	มากที่สุด	41	10.80	10.80	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านกระบวนการ [3. ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เช่น การอนุมัติสินเชื่อ การชำระเงินกู้]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	1	0.30	0.30	0.30
	ปานกลาง	119	31.30	31.30	31.60
	มาก	232	61.10	61.10	92.60
	มากที่สุด	28	7.40	7.40	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านกระบวนการ [4. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการสอดคล้องกับการให้บริการของธนาคารทั่วไป]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	2	0.50	0.50	0.50
	ปานกลาง	89	23.40	23.40	23.90
	มาก	264	69.50	69.50	93.40
	มากที่สุด	25	6.60	6.60	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

		Statistics				
		ด้านกระบวนการ [1. ขั้นตอนการให้บริการ สะดวก รวดเร็ว และมี ความคล่องตัว]	ด้านกระบวนการ [2. ขั้นตอนการให้บริการที่เหมาะสม ชัดเจนเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ]	ด้านกระบวนการ [3. ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม เช่น การอนุมัติสินเชื่อ การชำระเงินกู้]	ด้านกระบวนการ [4. ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ สอดคล้องกับการให้บริการของธนาคารทั่วไป]	ผลรวมด้านกระบวนการ
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.7158	3.8105	3.7553	3.8211	3.7757
Std. Deviation		.52712	.60855	.58169	.53832	.34145

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับการใช้บริการฝ่ายสินเชื่อ จำแนกตามด้านการบริการลูกค้าธนาคาร ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ ด้านการประเมินสินทรัพย์ และด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ

ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [1. เครื่องมือ และอุปกรณ์ในการให้บริการ
มีความพร้อม และทันสมัย]

	ระดับความคิดเห็น	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	82	21.60	21.60	21.60
	มาก	240	63.20	63.20	84.70
	มากที่สุด	58	15.30	15.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [2. ขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัว และรวดเร็ว]

	ระดับความพึง พอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	108	28.40	28.40	28.40
	มาก	219	57.60	57.60	86.10
	มากที่สุด	53	13.90	13.90	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [3. การให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และเท่าเทียมกัน]

	ระดับความพึง พอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	112	29.50	29.50	29.50
	มาก	250	65.80	65.80	95.30
	มากที่สุด	18	4.70	4.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [4. การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้า
มีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	2	0.50	0.50	0.50
	ปานกลาง	89	23.40	23.40	23.90
	มาก	264	69.50	69.50	93.40
	มากที่สุด	25	6.60	6.60	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

		Statistics				
		ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [1. เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการมีความพร้อมและทันสมัย]	ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [2. ขั้นตอนต่าง ๆ ในการให้บริการมีความคล่องตัวและรวดเร็ว]	ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [3. การให้บริการลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน]	ด้านการบริการลูกค้าธนาคาร [4. การรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้ามีความน่าเชื่อถือไว้ใจได้]	ผลรวมด้านการบริการลูกค้าธนาคาร
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.9368	3.8553	3.7526	3.8211	3.8414
Std. Deviation		.60448	.63545	.53071	.53832	.33785

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านข้อมูลข่าวสารสินค้า [1. ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	82	21.60	21.60	21.60
	มาก	240	63.20	63.20	84.70
	มากที่สุด	58	15.30	15.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านข้อมูลข่าวสารสินค้า [2. การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลาหรือเหตุการณ์]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	108	28.40	28.40	28.40
	มาก	219	57.60	57.60	86.10
	มากที่สุด	53	13.90	13.90	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านข้อมูลข่าวสารสินค้า [3. การกระจายข้อมูลทั่วถึงลูกค้าของธนาคาร]

Valid	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	112	29.50	29.50	29.50
	มาก	250	65.80	65.80	95.30
	มากที่สุด	18	4.70	4.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ [4. การจัดบอร์ดแจ้งข้อมูลของธนาคารต่อลูกค้า
และผ่านทาง Facebook, Line]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	2	0.50	0.50	0.50
	ปานกลาง	86	22.60	22.60	23.20
	มาก	263	69.20	69.20	92.40
	มากที่สุด	29	7.60	7.60	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

Statistics					
	ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ [1. ข้อมูลของธนาคารมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน]	ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ [2. การเผยแพร่ข้อมูลทันต่อเวลาหรือเหตุการณ์]	ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ [3. การกระจายข้อมูลทั่วถึงลูกค้าของธนาคาร]	ด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ [4. การจัดบอร์ดแจ้งข้อมูลของธนาคารต่อลูกค้า และผ่านทาง Facebook, Line]	ผลรวมด้านข้อมูลข่าวสารสินเชื่อ
N	Valid 380	380	380	380	380
	Missing 0	0	0	0	0
Mean	3.9368	3.8553	3.7526	3.8395	3.8461
Std. Deviation	.60448	.63545	.53071	.54654	.33583

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการประเมินสินทรัพย์ [1. ขั้นตอน วิธีการในการประเมินสินทรัพย์]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	82	21.60	21.60	21.60
	มาก	240	63.20	63.20	84.70
	มากที่สุด	58	15.30	15.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการประเมินสินทรัพย์ [2. ระยะเวลาในการประเมินสินทรัพย์เหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	108	28.40	28.40	28.40
	มาก	219	57.60	57.60	86.10
	มากที่สุด	53	13.90	13.90	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการประเมินสินทรัพย์ [3. มูลค่าของสินทรัพย์ตรงกับความต้องการ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	108	28.40	28.40	28.40
	มาก	248	65.30	65.30	93.70
	มากที่สุด	24	6.30	6.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการประเมินสินทรัพย์ [4. รายงานการประเมินมีข้อมูล และการวิเคราะห์ที่ชัดเจน
เพียงพอต่อการตัดสินใจ]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	2	0.50	0.50	0.50
	ปานกลาง	89	23.40	23.40	23.90
	มาก	264	69.50	69.50	93.40
	มากที่สุด	25	6.60	6.60	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

Statistics						
	ด้านการประเมินสินทรัพย์	ด้านการประเมินสินทรัพย์ [1. ขั้นตอนวิธีการในการประเมินสินทรัพย์]	ด้านการประเมินสินทรัพย์ [2. ระยะเวลาในการประเมินสินทรัพย์ที่เหมาะสม]	ด้านการประเมินสินทรัพย์ [3. มูลค่าของสินทรัพย์ตรงกับความต้องการ]	ด้านการประเมินสินทรัพย์ [4. รายงานการประเมินมีข้อมูล และการวิเคราะห์ที่ชัดเจนเพียงพอต่อการตัดสินใจ]	ผลรวมด้านการประเมินสินทรัพย์
N	Valid	380	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.9368	3.8553	3.7789	3.8211	3.8480
Std. Deviation		.60448	.63545	.54708	.53832	.34662

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ [1. ระยะเวลาสอบสวนขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าใหม่
มีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	82	21.60	21.60	21.60
	มาก	240	63.20	63.20	84.70
	มากที่สุด	58	15.30	15.30	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ [2. ขั้นตอนในการตรวจสอบ และสอบสวนเอกสารประกอบ
การขอสินเชื่อมีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	108	28.40	28.40	28.40
	มาก	219	57.60	57.60	86.10
	มากที่สุด	53	13.90	13.90	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ [3. ขั้นตอนในการวิเคราะห์ และการอนุมัติสินเชื่อ
มีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์ สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	0	0.00	0.00	0.00
	ปานกลาง	112	29.50	29.50	29.50
	มาก	250	65.80	65.80	95.30
	มากที่สุด	18	4.70	4.70	100.00
	รวม	380	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ [4. ระยะเวลาการแจ้งผลการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ
ภายในเวลาที่กำหนดมีความเหมาะสม]

	ระดับความพึงพอใจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
Valid	น้อยที่สุด	0	0.00	0.00	0.00
	น้อย	2	0.50	0.50	21.10
	ปานกลาง	78	20.50	20.50	91.60
	มาก	268	70.50	70.50	100.00
	มากที่สุด	32	8.40	8.40	
	รวม	380	100.00	100.00	

Frequencies

		Statistics			
		ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ [2. ขั้นตอนในการตรวจสอบและสอบสวนเอกสารประกอบ การขอสินเชื่อที่มีความเหมาะสม]	ด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ [3. ขั้นตอนในการวิเคราะห์ และการอนุมัติสินเชื่อที่มีความเหมาะสม]	ด้านการพิจารณาแจ้งผลการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อภายในเวลาที่กำหนดมีความเหมาะสม]	ผลรวมด้านการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ
N	Valid	380	380	380	380
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.9368	3.8553	3.7526	3.8684
Std. Deviation		.60448	.63545	.53071	.34365

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Regression

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ผลรวมกระบวนการ, ผลรวมผลิตภัณฑ์, ผลรวมช่องทางการให้บริการ, ผลรวมทางกายภาพ, ผลรวมราคา, ผลรวมการส่งเสริมการตลาด, ผลรวมบุคคล ^b		Enter

a. Dependent Variable : ผลรวมความพึงพอใจในการใช้บริการ

b. All requested variables entered.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.893 ^a	.798	.794	.14631

a. Predictors : (ค่าคงที่), ผลรวมกระบวนการ, ผลรวมผลิตภัณฑ์, ผลรวมช่องทางการให้บริการ, ผลรวมทางกายภาพ, ผลรวมราคา, ผลรวมการส่งเสริมการตลาด, ผลรวมบุคคล

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.403	7	4.486	209.585	.000 ^b
	Residual	7.963	372	.021		
	Total	39.366	379			

a. Dependent Variable : ผลรวมความพึงพอใจในการใช้บริการ

b. Predictors : (ค่าคงที่), ผลรวมกระบวนการ, ผลรวมผลิตภัณฑ์, ผลรวมช่องทางการให้บริการ, ผลรวมทางกายภาพ, ผลรวมราคา, ผลรวมการส่งเสริมการตลาด, ผลรวมบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(ค่าคงที่)	.156	.101		1.543	.124
	ผลรวมผลิตภัณฑ์	.002	.031	.002	.054	.957
	ผลรวมราคา	.079	.040	.082	1.988	.047
	ผลรวมช่องทางการให้บริการ	.140	.036	.155	3.905	.000
	ผลรวมการส่งเสริมการตลาด	.154	.038	.161	3.995	.000
	ผลรวมบุคคล	.138	.038	.157	3.674	.000
	ผลรวมทางกายภาพ	.193	.036	.212	5.330	.000
	ผลรวมกระบวนการ	.242	.040	.257	6.019	.000

a. Dependent Variable : ผลรวมความพึงพอใจในการใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติย่อผู้ศึกษา

ชื่อ - ชื่อนามสกุล	นางสาวกคพร แซ่เฉียว
วัน เดือน ปีเกิด	5 เมษายน 2542
สถานที่เกิด	จังหวัดชุมพร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	180/14 หมู่ที่ 9 ตำบลวังไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร 86190
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ปีการศึกษา	
พ.ศ. 2560	จบระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพจากวิทยาลัยอาชีวศึกษาชุมพร
พ.ศ. 2561	เข้าศึกษาที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้