



มูมมอญคูนค้ำกับความพืงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อส่วสดีการสำหรับข้าราชการ
กรณีเปรียบเทียบธนาการออมสินกับธนาการกรุงไทย
ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นันทยา อิมทรัพย์สังวร

การคั่นคว่าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณทิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



PERCEIVED VALUES AND SATISFACTION ON WELFARE LOAN SERVICES FOR
GOVERNMENT OFFICIALS: A CASE STUDY OF GOVERNMENT SAVINGS BANK
AND KRUNG THAI BANK (PUBLIC COMPANY LIMITED)
IN PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE

Nantaya Imsungworn

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2018

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin

มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ
กรณีเปรียบเทียบธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย
ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นันทยา อิมทรัพย์สังวร

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

PERCEIVED VALUES AND SATISFACTION ON WELFARE LOAN SERVICES FOR
GOVERNMENT OFFICIALS: A CASE STUDY OF GOVERNMENT SAVINGS BANK
AND KRUNG THAI BANK (PUBLIC COMPANY LIMITED)
IN PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE

Nantaya Imsupsungworn

Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin
Academic Year 2018

Copyright of Rajamangala University of Technology Rattanakosin



ใบรับรองการค้นคว้าอิสระ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ชื่อการค้นคว้าอิสระ มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการ
สำหรับข้าราชการ กรณีเปรียบเทียบธนาคารออมสินกับ
ธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ชื่อผู้วิจัย นางนันทยา อิมทรัพย์สังวร
วิชาเอก การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพโร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอนุมัติให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
(นายรพี ม่วงนนท์)

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... ประธานกรรมการ
(รศ.ดร.ชาติรี จันทรโคติกา)

..... กรรมการ
(ผศ.ดร.กอบกุล จันทรโคติกา)

..... กรรมการ
(ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพโร)



Independent Study Certificate
College of Innovation Management
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Independent Study Title Perceived Values and Satisfaction on Welfare Loan Services for Government Officials: A Case Study of Government Savings Bank and Krung Thai Bank (Public company Limited) in Prachuap Khiri Khan Province

Researcher Mrs. Nantaya Imsupsungworn

Major Marketing

Advisor Siripong Seesaiprai, D.B.A.

Rajamangala University of Technology Rattanakosin Approved this Independent Study in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration.

..... Director of College of Innovation
(Mr. Rapee Moungnont) Management

Independent Study Committee

..... Chairperson
(Assoc. Prof. Tatre Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Asst. Prof. Korbkul Jantarakolica, Ph.D.)

..... Member
(Siripong Seesaiprai, D.B.A.)

ชื่อการค้นคว้าอิสระ

มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการ
สำหรับข้าราชการ กรณีเปรียบเทียบธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย
ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อผู้วิจัย

นางนันทยา อิมทรัพย์สังวร

ชื่อปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ศิริพงษ์ สีใสไพโร

ปีการศึกษา

2561

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ สำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ (2) ประเมินความพึงพอใจและสร้างดัชนีเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ จำนวน 473 คน จากข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวแปรทวินาม และการวิเคราะห์สมการแบบถดถอย

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมุมมองคุณค่าส่งผลเชิงบวกมากที่สุดต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า ถ้าธนาคารต้องการเพิ่มความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ ควรมุ่งเน้นเพิ่มการรับรู้คุณค่าเป็นสำคัญ และ 2) ข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ มีความพึงพอใจต่อบริการของธนาคารกรุงไทย มากกว่าธนาคารออมสิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: มุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ สินเชื่อสวัสดิการ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาหลัก.....

Independent Study Title	Perceived Values and Satisfaction on Welfare Loan Services for Government Officials: A Case Study of Government Savings Bank and Krung Thai Bank (Public company Limited) in Prachuap Khiri Khan Province
Researcher	Mrs. Nantaya Imsupsungworn
Degree Sought	Master of Business Administration
Advisor	Siripong Seesaiyai, D.B.A.
Academic Year	2018

Abstract

The purposes of this research were to study the factors affecting the satisfaction of using welfare loan services for government officials of the Government Savings Bank and Krung Thai bank (Public Company Limited) in Prachuap Khiri Khan Province; and to assess satisfaction and make a comparison index of satisfaction of using welfare loan services for government officials of the Government Savings Bank and Krung Thai bank (Public Company Limited) in Prachuap Khiri Khan Province.

Stratified random sampling technique was applied to select 473 from the government officials who use the welfare loan services of the Government Savings bank and Krung Thai bank (Public Company Limited) in Prachuap Khiri Khan Province to answer self-reported questionnaire. Data was analyzed by bivariate analysis consisted of t-test, F-test, and regression analysis.

The research found that expectations, quality view, perceived values and image had relationship to customer satisfaction who use the welfare loan services at statistical significance and value perspective had most positive effect to customer satisfaction, These results implied that if the bank wanted to increase the satisfaction of who use the welfare loan services would focus on increasing value perception was important; and government officials used welfare loan services had satisfied with the services of Krung Thai bank (Public Company Limited) more than Government Savings Bank at statistical significance.

Keywords: Perceived Value, Satisfaction, Welfare loans

Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก นายรพี ม่วงนนท์ ดร.ศิริพงษ์ ศรีใสไพโร และคณะกรรมการที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำทั้งในแง่ของสาระ แนวคิดและระเบียบวิธีวิจัย ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนสำเร็จ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างที่ได้กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอบพระคุณเพื่อน ๆ ร่วมงาน พี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ทุกท่านที่ให้คำแนะนำ คอยช่วยเหลือเป็นกำลังใจด้วยดีตลอดมา

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ในคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ให้คำแนะนำ และกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนสำเร็จการศึกษา จนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี คุณค่าและประโยชน์จากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน

นันทยา อิ่มทรัพย์สังวร
พฤษภาคม 2561



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตในการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	6
2.1 แนวคิดในการสร้างดัชนีวัดความพึงพอใจ (ASCI)	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	10
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า	11
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	13
2.5 กรอบแนวคิดและสมมติฐานของการศึกษา	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	17
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	19
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	21
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย	26
4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลแบบสอบถาม	30
4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์	35
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	25
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	44
5.1 สรุปผลการวิจัย	44
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	48
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคตและข้อจำกัดของการศึกษาวิจัย	49

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....	48
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	50
ประวัติผู้วิจัย	62



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามลักษณะอาชีพและธนาคารผู้ให้บริการสินเชื่อ สวัสดีการ	18
3.2	แสดงผลการทดสอบเครื่องมือ Factor Loading, % Total Variance และ Cronbach's Alpha	24
4.1	การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในภาพรวม.....	27
4.2	แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ลักษณะการใช้ บริการสินเชื่อสวัสดีการ	30
4.3	ผลการประมาณค่าแบบจำลอง SEM ด้วยวิธีการประมาณค่า OLS	36



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แบบจำลอง The American Customer Satisfaction Index Model (ACSI)	8
2.2	กรอบแนวคิดงานวิจัย ACSI + Image.....	15
4.1	เปรียบเทียบตัวแปรด้านต่าง ๆ ของการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย	36
4.2	เปรียบเทียบตัวแปรด้านต่าง ๆ ลักษณะอาชีพข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย.....	37
4.3	แสดงดัชนีความพึงพอใจของการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย	39



บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ถือเป็นสินเชื่อบุคคลประเภทหนึ่งของธนาคารพาณิชย์ไทย โดยเป็นเงินกู้ระยะปานกลาง แบบผ่อนชำระ โดยเป็นสินเชื่อที่สามารถใช้บุคคลค้ำประกัน หรือใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันวงเงินกู้ก็ได้ ในการจ่ายเงินกู้นั้นจะจ่ายเงินงวดเดียว และลูกค้าผ่อนชำระคืนธนาคารเป็นรายเดือน การชำระเงินกู้ให้หน่วยงานของผู้กู้รวบรวมเงิน นำส่งชำระหนี้ให้ธนาคารเป็นรายเดือน โดยธนาคารจะจ่ายเงินตอบแทน ให้แก่หน่วยงานต้นสังกัด ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการเงินกู้สวัสดิการสำหรับข้าราชการนั้น มักมีวัตถุประสงค์ เพื่อการอุปโภคบริโภคเป็นส่วนใหญ่ และมีบางส่วนใช้วงเงินกู้ เพื่อวัตถุประสงค์ในการไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน ในปัจจุบันจาก การสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย ความต้องการสินเชื่อภาคครัวเรือนในไตรมาสที่ 4 ปี 2560 พบว่า เพิ่มขึ้นจากไตรมาสก่อนหน้าตามความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้น โดยในไตรมาสที่ 1 ปี 2561 สถาบันการเงินคาดว่า ความต้องการสินเชื่อภาคครัวเรือน จะเพิ่มขึ้นในทุกวัตถุประสงค์ ในปัจจุบันการแข่งขันการปล่อยสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากมีความต้องการปล่อยสินเชื่อให้ได้จำนวนมากเพื่อหารายได้เข้าสู่ธนาคาร แต่มาตรฐานการปล่อยสินเชื่อในปัจจุบันค่อนข้างมีความเข้มงวดมากขึ้น เนื่องจากภาวะหนี้ค้ำชำระ NPLs ของธนาคารเพิ่มสูงขึ้น การปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินจึงมีความเสี่ยงค่อนข้างมากในการที่จะต้องคัดกรองลูกค้า เช่นเดียวกัน ในการปล่อยสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารซึ่งเป็นกลุ่มที่มีรายได้ประจำ และหน่วยงานต้นสังกัดสามารถหักเงินนำส่งแก่ธนาคารได้นั้น จึงมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง เนื่องจากลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มเป้าหมายการปล่อยสินเชื่อที่ธนาคารต้องการเนื่องจากข้าราชการนั้นมีรายได้ประจำแน่นอน อีกทั้งผู้ค้ำประกันยังเป็นบุคคลในหน่วยงานเดียวกัน มีแหล่งที่มาของรายได้แน่นอนสามารถติดตามตัวได้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความเสี่ยงต่ำกว่าลูกค้าทั่วไปในการที่จะเกิดหนี้ค้ำชำระในอนาคต ธนาคารพาณิชย์จึงต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ข้าราชการในการเข้ามาใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร คุณภาพในการให้บริการที่ธนาคารให้ความสำคัญ เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ ความถูกต้องแม่นยำในการทำธุรกรรมทางการเงิน และต้องเป็นธุรกรรมที่มีความปลอดภัยเชื่อถือได้ การรักษามาตรฐานการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าจะช่วยส่งเสริมให้ธนาคารสามารถรักษฐานลูกค้าสินเชื่อเดิมให้ใช้บริการกับธนาคารต่อไป โดยไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการธนาคารที่เป็นคู่แข่งกัน อีกทั้ง การบริการที่ดียังเป็นตัวส่งเสริมให้มีการแนะนำและบอกต่อให้กลุ่มลูกค้าสินเชื่อรายใหม่ เข้ามาใช้

บริการ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธนาคาร และได้รับความรักจากลูกค้าสินเชื่อ ยังผลให้ธนาคารมีผลประกอบการ และกำไรที่ดีต่อไป

แนวโน้มสินเชื่อในประเทศไทย ปี 2560 ธนาคารมีความเข้มงวดในการปล่อยกู้ เพื่อเป็นการสกัดหนี้ค้างชำระภาคครัวเรือน ส่งผลให้แวดวงอสังหาริมทรัพย์ยังมีการเติบโตแบบทรงตัว เช่นเดียวกับทางด้านสินเชื่อซึ่งเป็นตัวชี้วัดของภาวะเศรษฐกิจอีกทางหนึ่ง จากข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) พบว่า สินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยของระบบธนาคารพาณิชย์ในช่วงไตรมาสแรก แม้จะขยายตัวได้ในระดับที่ดี หากพิจารณาจากปริมาณยูนิตที่ได้รับสินเชื่อรวมขยายตัวที่ 14% แต่ยังต่ำกว่าในช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ปีนี้สินเชื่อจะไม่เติบโตมากนักคือ หนี้ภาคครัวเรือน ที่ล่าสุดมาแต่ระดับ 79.9% ต่อจีดีพี ณ สิ้นปี 2559 แม้ว่าจากรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทยจะ พบว่า สถานการณ์หนี้ครัวเรือนไทยปี 2559 จะชะลอความร้อนแรงลงจากปีก่อน เนื่องจากสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อจีดีพีปรับตัวลงราว 1.3% จากปี 2558 มาที่ระดับ 79.9% ต่อจีดีพี (ปี 2558 อยู่ที่ระดับ 81.2%) จากการหดตัวของสินเชื่อภาคครัวเรือนที่ปล่อยโดยกลุ่มนอนแบงก์ โดยเฉพาะสินเชื่อเช่าซื้อรถยนต์ ซึ่งทำให้หนี้ครัวเรือนปรับลดลงถึง 0.6% ต่อจีดีพีและการปล่อยสินเชื่อด้วยความระมัดระวังตามนโยบายเครดิตที่เข้มงวดขึ้นของสถาบันการเงินส่วนใหญ่ ซึ่งถือเป็นการปรับลดลงของสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อจีดีพีเป็นครั้งแรกในรอบ 11 ปี แต่ก็ช่วยบรรเทาความกังวลต่อปัญหาหนี้สะสมของครัวเรือนและเสถียรภาพของระบบการเงินลงได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะยอดคงค้างหนี้ครัวเรือนปรับเพิ่มขึ้นราว 3.75 แสนล้านบาทจากปีก่อนหน้า หรือคิดเป็นยอดคงค้างที่ระดับ 11.47 ล้านล้านบาท (เติบโต 3.4% เทียบกับปี 2558) บ่งชี้ว่า ภาระหนี้ครัวเรือนสะสมยังคงอยู่ในระดับสูงและเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ความเข้มงวดในการปล่อยสินเชื่อลูกค้ารายใหม่ ประกอบกับล่าสุด ธปท. มีแนวคิดที่จะวางกรอบการปล่อยสินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อบัตรเครดิต “สำหรับลูกค้ารายใหม่” โดยสินเชื่อส่วนบุคคลนั้น จะจำกัดวงเงินสินเชื่อให้สูงสุดไม่เกิน 3 เท่า จากเดิม 5 เท่าต่อรายได้ ขณะที่สินเชื่อบัตรเครดิต จะจำกัดจำนวนการถือครองบัตรเครดิตสำหรับลูกค้าที่มีรายได้ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (เบื้องต้นคือ 30,000 บาทต่อเดือน) ให้ไม่เกิน 3 แห่ง และจากเดิมที่วงเงินสินเชื่อส่วนบุคคลเป็น 5 เท่าของรายได้ จะจำกัดไม่ให้เกิน 3 เท่า ตลอดจนดูแลการผ่อนชำระสินค้าของผู้บริโภคให้อยู่ในกลุ่มที่มีความจำเป็นเป็นหลัก มากกว่าการมุ่งใช้จ่ายในกลุ่มสินค้าที่เกินความจำเป็น ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนความพยายามของภาครัฐในการมุ่งแก้ปัญหาหนี้ครัวเรือนของประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดหวังว่าจะช่วยดูแลการก่อหนี้ของ Gen Y ซึ่งปัจจุบันมีสัดส่วนประมาณ 22% ของประชากรทั้งหมด โดยจะมีผลช่วยจำกัดการเติบโตของหนี้ครัวเรือนในอนาคตจากมิติของสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคส่วนบุคคล แต่ก็ส่งผลเกี่ยวเนื่องให้การปล่อยกู้สินเชื่อในปี 2560 เติบโตในกรอบจำกัด

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่ทำให้การปล่อยกู้สินเชื่อในปี 2560 เติบโตในกรอบจำกัด ไม่ว่าจะเป็นการใช้นโยบายคัดกรองลูกค้าอย่างเข้มงวดของสถาบันการเงิน จากภาระหนี้ครัวเรือนที่ทรงตัวในระดับสูง

ซึ่งทำให้การขยายฐานลูกค้าใหม่เป็นไปได้ง่ายเป็นค่อยเป็นค่อยไป ลูกค้าสินเชื่อส่วนบุคคลและบัตรเครดิตมีแนวโน้มระมัดระวังการใช้จ่ายในจังหวัดที่เศรษฐกิจไทยยังอยู่ในช่วงฟื้นตัว และการเข้าสู่ตลาดแรงงานของกลุ่มนักศึกษาจบใหม่มีจำนวนน้อยลง เนื่องจากไปประกอบอาชีพอิสระ (Freelancer) มากขึ้น ทำให้ฐานลูกค้าศักยภาพใหม่ของทั้งผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคลและสินเชื่อบัตรเครดิตเติบโตในระดับจำกัด

ด้วยปัจจัยข้างต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงคาดการณ์ว่าสินเชื่อส่วนบุคคล และสินเชื่อบัตรเครดิตจะเติบโตอย่างค่อนข้างระมัดระวัง โดยให้กรอบการขยายตัวของสินเชื่อส่วนบุคคลที่ 3.0-5.0% (ค่ากลางที่ 4.0%) และสินเชื่อบัตรเครดิตขยายตัวที่ 5.0-7.0% (ค่ากลางที่ 6.0%)

ทั้งนี้ เชื่อว่าจะมีแต่ปัจจัยลบที่ทำให้สินเชื่อในปี 2560 ไม่เติบโต เพราะยังมีปัจจัยบวกที่พร้อมจะเป็นตัวจุดกระแสให้ตลาดเติบโตด้วยเช่นกัน

เครื่องรูดบัตร ใบเบิกทางสู่ e-payment แรงแหวนจากการขยายเครื่อง EDC ตามโครงการ National e-Payment หลังจากเริ่มโครงการรับโอนเงินระหว่างบุคคลต่อบุคคลผ่านระบบพร้อมเพย์เมื่อต้นปีที่ผ่านมา กระทรวงการคลังได้ร่วมมือกับธนาคารรัฐวิสาหกิจและพาณิชย์เตรียมติดตั้งเครื่อง EDC หรืออุปกรณ์รับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์แก่ร้านค้าและหน่วยงานภาครัฐทั่วประเทศ ทั้งหมด 560,000 จุด โดยมี 18,000 เครื่อง ที่ติดตั้งในหน่วยงานราชการ สำหรับการติดตั้งในหน่วยราชการจะให้แล้วเสร็จภายในเดือนกันยายนนี้ ตั้งเป้าว่าภายในสิ้นปีนี้ การรับ-จ่ายเงินภาครัฐจะเป็นเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ทั้งหมด รวมทั้งยังเป็นการลดค่าธรรมเนียมรับชำระผ่านบัตรให้ไม่เกิน 0.55% ต่อรายการ จากเดิม 1.5-2.5% ต่อรายการ และกรณีรูดบัตรชำระที่หน่วยงานรัฐฟรี 2 ปีแรก

FinTech ช่วยลดค่าธรรมเนียมในการใช้ธุรกรรมทางการเงิน การเข้ามาของนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเงินใหม่ ๆ หรือ FinTech (Financial Technology) ปัจจุบันมีผู้ประกอบการที่เป็นสถาบันการเงินและผู้ประกอบการ FinTech หลายบริษัท ได้เข้ามาหารือกับ ธนาคารแห่งประเทศไทย ที่จะนำเทคโนโลยีทางการเงินใหม่ ๆ เข้ามาใช้กับผู้ใช้บริการชาวไทย โดยนวัตกรรมทางการเงินที่เสนอมาร่วมประกอบด้วย 4 เทคโนโลยีใหม่ คือ การนำเทคโนโลยีคิวอาร์โค้ดมาใช้ในการชำระเงิน ทั้งการจ่ายผ่านบิล จ่ายผ่านโมบาย แบงก์กิ้ง หรือการจ่ายด้วยการตัดบัญชี

1. การใช้เทคโนโลยีการบันทึกข้อมูลแบบกระจายศูนย์ในการให้บริการอื่น ๆ
2. การยืนยันตัวตนเพื่อใช้บริการทางการเงิน เช่น การใช้ลายนิ้วมือ เสียง การสแกนม่านตาและใบหน้า
3. การใช้เทคโนโลยี Machine Learn และ Artificial Intelligence (AI) หรือโรบอท ซึ่งการเข้ามาของ FinTech จะช่วยลดต้นทุนของธนาคารพาณิชย์ในระยะยาว และจะส่งผลให้ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ลดลง นอกจากนี้ยังเข้ามาช่วยในการให้บริการปล่อยสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคลให้ง่าย สะดวก และมีค่าธรรมเนียมต่ำลง

แคมเปญการปล่อยสินเชื่อจากธนาคารรัฐวิสาหกิจ ธนาคารรัฐวิสาหกิจได้ออกผลิตภัณฑ์การเงินที่จะให้บริการกับบุคคลเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้น้อยและปานกลาง อาทิ ธนาคารออมสิน จัดโครงการเงิน

ฝากเพื่อเรียกพระราชรัฐผู้สูงวัย ผลิตภัณฑ์สินเชื่อและสิทธิพิเศษสำหรับผู้สูงวัย และสินเชื่อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (Reverse Mortgage) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ จัดผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่รองรับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลาง ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ของรัฐ บุคลากรทางการศึกษา และผู้สูงอายุ ประกอบด้วย โครงการสินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อข้าราชการครู โครงการบ้าน รอส. เพื่อข้าราชการโครงการบ้าน รอส. เพื่อผู้สูงอายุ และโครงการบ้าน รอส. เพื่อสานรัก

แนวโน้มหนี้ครัวเรือนในปี 2560 จะลดลงเป็นปีที่ 2 ในปี 2560 ทางศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่า สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อจีดีพีมีโอกาสขยับลดลงเป็นปีที่ 2 ติดต่อกัน โดยปรับลดกรอบคาดการณ์ลงมาที่ระดับ 78.5-80.0% ต่อจีดีพี (บนสมมติฐานจีดีพีปี 2560 ขยายตัว 3.3%) เทียบกับกรอบประมาณการเดิมที่ 80.5-81.5%

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ทำให้ทราบว่า มีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลกระทบต่อการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน ไม่ว่าจะเป็นความเข้มงวดของการปล่อยสินเชื่อลูกค้ารายใหม่ ภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงรายได้ภาคครัวเรือน แนวโน้มอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคาร จากข้อมูลข้างต้นน่าจะพอแสดงให้เห็นว่าโอกาสที่สินเชื่อภายในประเทศจะเติบโตได้นั้นจะต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่าย ทั้งการดูแลในเชิงนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ ที่สอดคล้องในทิศทางเดียวกัน และการสร้างวินัยทางการเงิน และปลูกฝังการบริโภคที่ถูกต้องซึ่งนอกจากจะช่วยแก้ปัญหาหนี้สินครัวเรือนแล้ว ยังเป็นการวางรากฐานของตลาดสินเชื่อไทยในอนาคตด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ มีขึ้นเพื่อศึกษาถึงมุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับ ธนาคารกรุงไทย และสร้างดัชนีเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย

1.3 ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีขอบเขตการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ: กรณีเปรียบเทียบ ธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามลักษณะอาชีพของกลุ่มผู้ใช้บริการซึ่งเป็นข้าราชการ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบอาศัยความเชื่อถือได้ (Reliability) และได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 473 ตัวอย่าง โดยใช้ข้อมูลที่สำรวจจากแบบสอบถามออนไลน์

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการกรณีเปรียบเทียบ ธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาดให้สำหรับผู้ประกอบการธนาคาร เดิมและเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการเข้ามาในธุรกิจนี้
3. นำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนา และปรับปรุงคุณภาพของบริการ ตลอดจนนำไปใช้สร้างกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

คำนิยามศัพท์เฉพาะในงานวิจัยนี้ มีดังต่อไปนี้

มุมมองคุณค่า หมายถึง ความคุ้มค่าที่ผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการได้รับภายหลังจากการมาใช้บริการสินเชื่อ จากธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการจากธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย เกิดความรู้สึกประทับใจ มีความรู้สึก และทัศนคติที่ดี ต่อการมารับบริการสินเชื่อจากธนาคาร

สินเชื่อสวัสดิการ หมายถึง วงเงินสินเชื่อพิเศษที่ให้สำหรับข้าราชการในหน่วยงานของรัฐ เป็นเงินกู้ระยะปานกลาง แบบผ่อนชำระเป็นงวดรายเดือน โดยการชำระเงินกู้ ให้หน่วยงานของผู้กู้รวบรวมเงิน นำส่งชำระหนี้ให้ธนาคารเป็นรายเดือน โดยธนาคารจะจ่ายเงินตอบแทนให้แก่หน่วยงาน ในอัตราร้อยละ 1 ของเงินต้นที่ได้รับชำระในเดือนนั้น

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ในการทำวิจัยเรื่อง มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน กิ่งธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้เป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจ ดังแสดงตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดในการสร้างดัชนีวัดความพึงพอใจ (ASCI)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 กรอบแนวคิดและสมมุติฐานของการศึกษา

2.1 แนวคิดในการสร้างดัชนีวัดความพึงพอใจ (American Customer Satisfaction Index: ASCI)

ในยุคปัจจุบันการแข่งขันกันของภาคธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นกิจการร้านค้า บริษัททั้งขนาดเล็กเล็กและขนาดใหญ่ หรือแม้แต่ธุรกิจธนาคารพาณิชย์ มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น ซึ่งการที่ธุรกิจจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง ทันเวลานั้นต้องอาศัยความเข้าใจในลูกค้าแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ทำให้การวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่จะต้องต่าง ๆ ให้ความสำคัญมากขึ้น ประกอบกับมีแนวคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับระบบประเมินผลปฏิบัติงานขององค์กรซึ่งหันมาให้ความสนใจกับมุมมองด้านอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงินเพียงอย่างเดียว โดยแนวความคิดในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรแบบใหม่นั้น เรียกว่า Balanced Scorecard ซึ่งในปัจจุบันถือว่าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดที่อาศัยมุมมองด้านอื่น ๆ เข้ามาเป็นปัจจัยในการพิจารณาเพื่อให้การประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

จุดมุ่งหมายที่จะแสดงถึงการวัดความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งทำให้องค์กรต่าง ๆ รวมถึงธนาคารพาณิชย์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มุ่งสร้างมาตรฐานการบริการที่ดีให้แก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าจะนำมาซึ่งความภักดีในตัวสินค้าและบริการขององค์กร

Charl Dawin (1859, pp. 178-179) ได้กล่าวไว้ว่า “ผู้ที่อยู่รอดได้นั้นไม่ใช่ผู้ที่แข็งแกร่งที่สุดแต่คือผู้ที่สามารถปรับตัวได้ดีที่สุด” ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ รวมถึงธนาคารจึงต้องพยายามหากกลยุทธ์ที่จะช่วยในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาและนำมาสู่ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

ซึ่งการวัดความพึงพอใจของลูกค้ามีความสำคัญอย่างมากในการประกอบธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ที่การแข่งขันนั้นมีสูง การขายสินค้าเปลี่ยนจากการเน้นที่ตัวสินค้า มาสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันโดยการพัฒนาสินค้า และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เนื่องจากการรักษาสถานลูกค้าเดิมให้เกิดการซื้อซ้ำเสียเปรียบประมาณน้อยกว่าการหาลูกค้ารายใหม่ อีกทั้งหากลูกค้าเดิมเกิดความพึงพอใจก็จะเกิดการบอกต่อซึ่งทำให้ธนาคารได้ลูกค้าใหม่อีกช่องทางหนึ่งด้วย ดังนั้นการวัดความพึงพอใจของลูกค้าจึงมีบทบาทสำคัญมากขึ้น เพื่อให้ธนาคารสามารถทราบทิศทางการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพอใจจนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อธนาคารนำมาซึ่งการซื้อซ้ำ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

Balanced Scorecard ก็เป็นการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

Balanced Scorecard เป็นแนวความคิดที่นำเสนอโดย Professor Dr. Robert S. Kaplan และ Dr. David P. Norton โดยทั้งสองท่านออกหนังสือที่มีชื่อเสียงที่ชื่อว่า “The Balanced Scorecard” Kaplan and Norton (1996, pp. 28-33) ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างการพิจารณาข้อมูลจากภายนอก ที่ได้มาจากลูกค้าและผู้ถือหุ้น กับข้อมูลจากภายในองค์กร และยังเป็นการผสมผสานระหว่างการวัดผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน โดยขั้นตอนในการจัดทำ Balanced Scorecard นั้นสามารถแบ่งได้ ออกเป็น 4 ขั้นตอนหลักดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ ในมุมมองด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

1.1 มุมมองด้านการเงิน เป็นมุมมองที่มีความสำคัญทำให้ทราบว่ากิจการมีผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร ตัวชี้วัด (KPI) ด้านการเงิน เช่น การเพิ่มขึ้นของกำไร การเพิ่มขึ้นของรายได้ การลดลงของต้นทุน และอื่น ๆ

1.2 มุมมองด้านลูกค้า เป็นมุมมองที่จะพิจารณาในเรื่องที่ว่า ลูกค้ามองเราเป็นอย่างไร โดยจะมีการพิจารณาตัวชี้วัด (KPI) ในด้านความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนแบ่งตลาด การรักษาฐานลูกค้าเดิม การเพิ่มลูกค้าใหม่ และอื่น ๆ

1.3 มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองตัวนี้ทำให้องค์กรสามารถนำเสนอคุณค่า ที่ลูกค้าต้องการได้โดยพิจารณาตัวชี้วัด (KPI) ในด้านผลิตภาพ ทักษะของพนักงาน คุณภาพ วงจรเวลา การปฏิบัติงาน และอื่น ๆ

1.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร มุมมองที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับบุคลากรในองค์กร โดยมีการพิจารณาตัวชี้วัด (KPI) ในด้านความพึงพอใจ และทัศนคติของพนักงาน ทักษะในการปฏิบัติงาน อัตราการเข้าออกของพนักงาน และอื่น ๆ

2. การจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ และวัตถุประสงค์ในด้านต่าง ๆ ในลักษณะของเหตุและผล เพื่อสร้างเป็นแผนที่เชิงกลยุทธ์

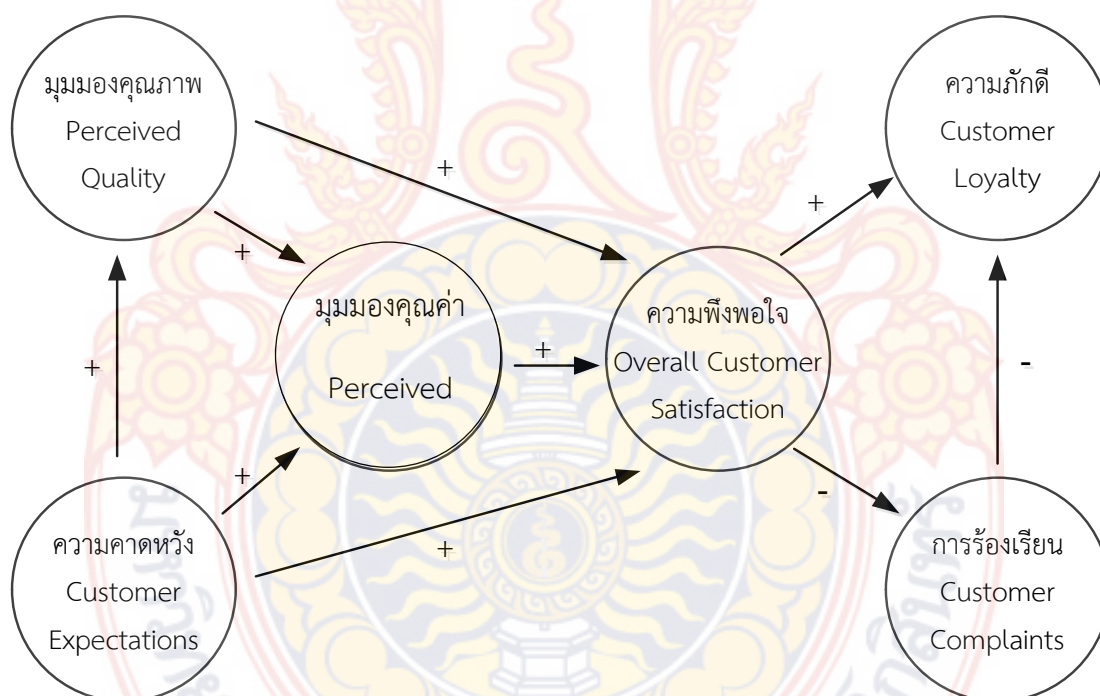
3. การกำหนดตัวชี้วัด (Key Performance Indicators: KPIs) และเป้าหมายสำหรับแต่ละมุมมองพร้อมทั้งเรียงลำดับความสำคัญ

4. การจัดทำกลยุทธ์ที่จะนำมาสู่การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

จะเห็นได้ว่ามุมมองในการให้ความสำคัญของการสร้างกลยุทธ์นั้นเปลี่ยนไปจากที่เคยเน้นแต่เพียงการวัดผลทางการเงิน มาเป็นการผสมผสานข้อมูลทางการเงิน เข้ากับตัวชี้วัดที่ไม่ใช่ทางการเงินเข้าไว้ด้วยกัน และหนึ่งในตัวชี้วัดที่มีความสำคัญที่ไม่ใช่ข้อมูลด้านการเงิน และเป็นที่น่าสนใจอย่างมากคือ มุมมองของลูกค้าในด้านความพึงพอใจ ซึ่งหลาย ๆ องค์การ และธนาคารเชื่อว่า ความพึงพอใจของลูกค้า นั้นมีส่วนช่วยให้องค์กรมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน

การวัดความพึงพอใจของลูกค้าโดยใช้ American Customer Satisfaction Index Model

แบบจำลองแนวคิดด้านความพึงพอใจ เป็นแบบจำลองที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการ โดยแบบจำลองนี้มีชื่อว่า ACSI ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมว่าสามารถวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้ในระดับมหภาค มีชื่อเรียกเต็ม ๆ ว่า “The American Customer Satisfaction Index” ได้รับการพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2537 โดย Professor Claes Fornell ผู้อำนวยการ National Quality Research Center มหาวิทยาลัย Michigan ประเทศสหรัฐอเมริกา โดย ACSI นี้สร้างขึ้นจากแนวคิดทางการตลาด



ภาพที่ 2.1 แบบจำลอง The American Customer Satisfaction Index Model (ACSI)

ที่มา: Fornell, Johnson, Anderson, Cha & Bryant. (1996, pp. 7-18)

จากภาพแบบจำลองแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ACSI มีปัจจัย 5 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า ดังที่แสดงในภาพที่ 2.1 และปัจจัยทั้งห้า จะถูกวัดโดยหลักหลายคำถามซึ่งจะถูกเฉลี่ยคะแนนในโมเดล คำถามจากเป็นการประเมินลูกค้าในแต่ละรัฐซึ่งมีคะแนนให้ปัจจัยละ 0-10 และปัจจัยทั้ง 5 ยังส่งผลต่อกันและต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction ACSI) ตามลูกศรในรูปที่ 1 สามปัจจัยแรก เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ คุณภาพของสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceive Quality) คุณค่าของสินค้า และบริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceive Value) และความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอีกปัจจัยที่เป็นผลจากความพึงพอใจของลูกค้าคือการร้องเรียนลูกค้า (Customer Complaints) และความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ (Customer Loyalty) โดยทั้ง 5 ปัจจัย มีความสัมพันธ์กันดังแสดงตามรูปแบบจำลองที่ 2.1

จากภาพที่ 2.1 แบบจำลอง ACSI ปัจจัยตัวแรกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ คุณภาพของสินค้าและบริการ เป็นการวัดจากประสบการณ์จริงของลูกค้าโดยมีการสอบถามลูกค้าใน 3 หัวข้อหลักคือ เรื่อง คุณภาพสินค้าและบริการในภาพรวม คุณภาพสินค้าและบริการในรูปแบบการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล และคุณภาพของสินค้าและบริการ ในแง่ความเชื่อถือ ปัจจัยลำดับถัดมาคือ คุณค่าของสินค้าและบริการ จะให้ลูกค้าลองเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสินค้าและบริการกับราคาที่ได้ตั้งไว้ เป็นการนำปัจจัยด้านราคาเข้ามาพิจารณา โดยลดผลกระทบเรื่องข้อจำกัดด้านงบประมาณของลูกค้าซึ่งจะส่งผลให้ข้อมูลสามารถเปรียบเทียบกันได้ดีขึ้น ส่วนปัจจัยลำดับสุดท้ายคือความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยประการแรก ความคาดหวังที่เกิดขึ้นก่อนซื้อสินค้าและบริการ โดยลูกค้ารับรู้จากการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ การแนะนำจากบุคคลอื่น และประการที่สองคือความคาดหวังต่อการบริการ หรือการส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพของบริษัทในอนาคต ซึ่งจะสอบถามลูกค้าได้ 3 ประเด็น คือ ภาพรวมการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล และความน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นประเด็นเดียวกันกับการสอบถามเรื่องคุณภาพสินค้าและบริการ ส่วนที่เป็นผลมาจากความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วย การร้องเรียนของลูกค้า และ ปัจจัยความภักดีต่อสินค้าและบริการ คือ เมื่อลูกค้าเกิดความไม่พอใจในสินค้าและบริการนั้นจะแสดงออกสองทางคือ หนึ่ง การส่งข้อร้องเรียนไปยังผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้ก็ยังมีโอกาสที่จะกลับมาเป็นลูกค้าได้อีกหากสินค้าและบริการมีการปรับปรุงใหม่ หรือ สอง การเปลี่ยนไปใช้สินค้าและบริการของคู่แข่งแต่ในทางกลับกันหากลูกค้ารู้สึกพอใจกับสินค้าบริการ ก็จะทำให้เกิดผลตรงข้ามคือเกิดความภักดีในสินค้าและบริการ ซึ่งนั่นแสดงถึงกำไรของบริษัทนั่นเอง ส่วนในการเก็บข้อมูลเรื่องการร้องเรียนของลูกค้าจะใช้วิธีการนับจำนวนครั้งที่มีการร้องเรียนทางรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ส่วนการเก็บข้อมูลเรื่องความจงรักภักดีจะแบ่งเป็นสอง ประเด็นคือการซื้อซ้ำ และการยอมรับได้ในการเปลี่ยนแปลงของราคา

ในการศึกษา มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน กิ่งธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครั้งนี้ การที่ผู้ศึกษาได้นำเอา

แบบจำลอง ACSI มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อของธนาคารในภาพรวมนั้น ถือได้ว่า ACSI เป็นเครื่องมือที่เพิ่มเติมการวัดศักยภาพขององค์กรให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพราะในการวัดความพึงพอใจของลูกค้า จะเป็นสิ่งสะท้อนประสิทธิภาพของธนาคารในด้านคุณภาพ หรือด้านอุปสงค์ ซึ่งเป็นตัวชี้นำ โดยเป็นมุมมองที่สำคัญของ Balanced Scorecard นั้นเอง

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติ ที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลจากความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไป ตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจาก บริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550, หน้า 66)

ส่วนแนวคิดพื้นฐานด้านคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดที่ได้รับการเสนอไว้โดยโครนินและเทเลอร์ Cronin and Taylor (1992, pp. 55-68) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการ กับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มารับบริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัดคุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาดคอร์ดับเบิลสกี รัสท์ และชาร์ฮอริก Cordupleski Rust, and Zahorik (1993, pp. 193-215) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคล แนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้ ได้รับการสนับสนุนจากนักวิชาการอีกท่านหนึ่ง คือ บิทเนอร์ Bitner (1992, pp. 57-71) ซึ่งอธิบายจากผลงานวิจัยที่ได้เคยทำการศึกษาไว้ว่า คุณภาพการให้บริการสามารถวัดได้ผ่านความพึงพอใจของผู้รับบริการได้

เมื่อพิจารณาตัวแบบการศึกษาคุณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐาน 3 แนวคิดดังกล่าวได้ในสองด้าน กล่าวคือ ด้านที่หนึ่ง คุณภาพการให้บริการสามารถพิจารณาได้จากทั้งสามองค์ประกอบ หรืออย่างน้อย 2 องค์ประกอบรวมกัน และด้านที่สอง คุณภาพการให้บริการ พิจารณาได้จากตัวชี้วัดซึ่งพัฒนาจากแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งเป็นหลัก เช่น แนวคิดพื้นฐานเรื่องคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้เขียนพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจทำการศึกษาคูณภาพการให้บริการจากแนวคิดพื้นฐานสองแนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าและแนวคิดคุณภาพการให้บริการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยแนวคิดแรกมุ่งวัดความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ส่วนแนวคิดที่สองวัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ที่เสนอโดยซีแทมส์ พาราชูรามานและคณะ

คำถามที่มักเกิดขึ้นต่อมาก็คือ เราจะใช้การวัดความพึงพอใจของประชาชนหรือผู้รับบริการที่มีต่อการบริการหรือจะวัดจากคุณภาพการให้บริการ จึงสามารถตอบได้ในเบื้องต้น คำตอบก็คือ เราจะวัดโดยอาศัยแนวคิดพื้นฐานใดก็ได้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่สำคัญคือ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการวัด โดยเฉพาะใน

ประเด็นความต้องการนำข้อมูลที่ได้รับจากการประเมินไปใช้ประโยชน์นั้นเอง เพียงแต่แนวคิดทฤษฎีและข้อสรุปทั่วไปจากการวิจัยเท่าที่ปรากฏ ดูจะรองรับและยอมรับวิธีการวัดคุณภาพการให้บริการในกรอบการมองเรื่องคุณภาพการให้บริการมากกว่ากรอบการมองด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริการที่มีคุณภาพหมายถึง มีการกำหนดราคาค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารของทางธนาคาร และมีการอบรมมารยาทในการให้บริการของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและการเอาใจใส่ในการบริการ ตลอดจนทางธนาคารมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ในเรื่องขั้นตอนการให้บริการ (รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, 2560, หน้า 73)

จากการทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารเอ จำกัด (มหาชน) ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการกับปัจจัยด้านบุคคลคู่ที่มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ปัญญาชนพัฒน์ (2558, หน้า 62) ที่กล่าวว่ากระบวนการให้บริการที่รวดเร็วส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บัตรเครดิตของลูกค้า และ ทะนงศักดิ์ จิรวัดนวิจิตร (2554, หน้า 112-113) พบว่าความรวดเร็วในการให้บริการ ระดับความยากง่ายของขั้นตอนการกรอกใบสมัคร และขั้นตอนการเพิ่มวงเงินในบัตรกรณีฉุกเฉิน เป็นสิ่งที่ลูกค้าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ซึ่งทำให้ธนาคารพาณิชย์สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ประโยชน์ได้จริง เพื่อประยุกต์ใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธนาคารให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อขยายฐานลูกค้าและเพิ่มปริมาณบัตรเครดิตให้กับธนาคารมากยิ่งขึ้น รวมถึงผู้บริหารแผนการตลาดสามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางวางแผนนโยบายการตลาดของธนาคาร ให้สามารถแข่งขันกับสถาบันการเงินอื่นได้ (สิริวรรณ ต่านวิริยะกุล, มรกต กำแพงเพชร, ศักดิ์ชัย รัตนปกรณ และ กันต์ติงมาฐ รัตนปริญญาณกุล, 2561, หน้า 1321)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจ คือ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงขับเคลื่อน เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา เกิดจากความต้องการการยอมรับ การยกย่อง หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นเพียงพอนจนเกิดความตึงเครียดโดยทฤษฎีที่ได้รับนิยามมากที่สุด เช่น ทฤษฎีของ อับราฮัม มาสโลว์

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow, 1954, pp. 80-106) ค้นหาวีธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้

ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

- ความต้องการทางกาย เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค
- ความต้องการความปลอดภัย เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
- ความต้องการทางสังคม เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน
- ความต้องการการยกย่อง เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม
- ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาความสามารถในการบริหารจัดการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการเลือกใช้บริการของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9 ธนาคารควรเร่งปรับปรุงภาพลักษณ์ในการให้บริการทุกประเภท และควรมีการจัดรายการส่งเสริมการขายเพิ่มเติมทั้งภายในและภายนอกอาคาร เช่น ในสถานที่ราชการ หรือแหล่งชุมชน เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายได้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดและไว้วางใจธนาคาร เหมือนเช่นคำขวัญของธนาคารซึ่งมีความ ทันสมัยและมีบริการทางการเงินที่หลากหลายสำหรับคนทุกระดับ ส่วนด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการ ธนาคารกรุงเทพฯ ควรดูแลเอาใจใส่ต่องานด้านบริหารทั่วไป เช่น นำระบบบัตรคิวมาให้บริการ ส่วนด้านพนักงาน ให้บริการควรเน้นย้ำเรื่องการแต่งกายของพนักงานให้มีความสุภาพ สำหรับด้านสถานที่การให้บริการควรมีระบบรักษาความสะอาดของสถานที่อย่างทั่วถึง และด้านระบบให้บริการอัตโนมัติควรมีการตรวจเช็คความถูกต้องของเครื่องให้บริการอัตโนมัติอยู่เสมอ ปรับปรุงขั้นตอนในการใช้บริการเครื่องให้บริการอัตโนมัติให้ใช้งานง่ายไม่ยุ่งยาก เป็นต้น ส่วนงานวิจัยในอนาคตคือศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ ในสถานที่ที่แตกต่างกันเนื่องจากปัจจัยทางด้าน ความเจริญหรือภูมิประเทศอาจจะมีผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของสาขาได้ (ทัตตยา วงษ์ไพศาล, 2557, หน้า 4)

จากข้อมูลการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่อการให้บริการสินเชื่อองค์กรชุมชนธนาคารออมสินผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่อการให้บริการสินเชื่อ องค์กรชุมชนธนาคารออมสิน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการ ผลิตต่อการให้บริการสินเชื่อองค์กรชุมชนธนาคารออมสิน มีระดับความพึงพอใจต่อขั้นตอนการให้บริการด้าน สินเชื่อชุมชน ธนาคารออมสิน มีความชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมากรองลงมาก็คือเจ้าหน้าที่ ธนาคารผู้ดำเนินงาน มีความโปร่งใส อยู่ในระดับมาก และเจ้าหน้าที่ธนาคารได้นำเอาปัญหาอุปสรรคไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางปรับปรุงโครงการได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ธนาชัย สุขวณิช, 2558, หน้า 191)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การ และกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นใช้เลือกสรร รักษา และกำจัด สิ่งที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการ ประสิทธิภาพ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

กล่าวโดยสรุปว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไป

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค มีประโยชน์ทางการตลาด 5 ประการ ดังนี้

1. ช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาแนวทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องตรงกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจ
3. ช่วยให้การพัฒนาตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตรงกับชนิดของสินค้าที่ต้องการ
5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเพื่อความได้เปรียบคู่แข่งในปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค
 1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น การศึกษา ความเชื่อ ยังรวมถึงพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับภายในสังคมใดสังคมหนึ่ง โดยเฉพาะลักษณะชั้นทางสังคม
 2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งจะประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ
 - 2.1 กลุ่มอ้างอิง หมายถึงกลุ่มใด ๆ ที่มีการเกี่ยวข้องกัน ระหว่างคนในกลุ่ม แบ่งเป็น 2 ระดับ

1) กลุ่มปฐมภูมิ ได้แก่ครอบครัว เพื่อนสนิท มักมีข้อจำกัดในเรื่องอาชีพ ระดับชั้นทางสังคม และช่วงอายุ

2) กลุ่มทุติยภูมิ เป็นกลุ่มทางสังคมที่มีความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว แต่ไม่บ่อย มีความเหนียวแน่นน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2.2 ครอบครัว เป็นสถาบันที่ทำการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นักการตลาดจะพิจารณาครอบครัวมากกว่าพิจารณาเป็นรายบุคคล

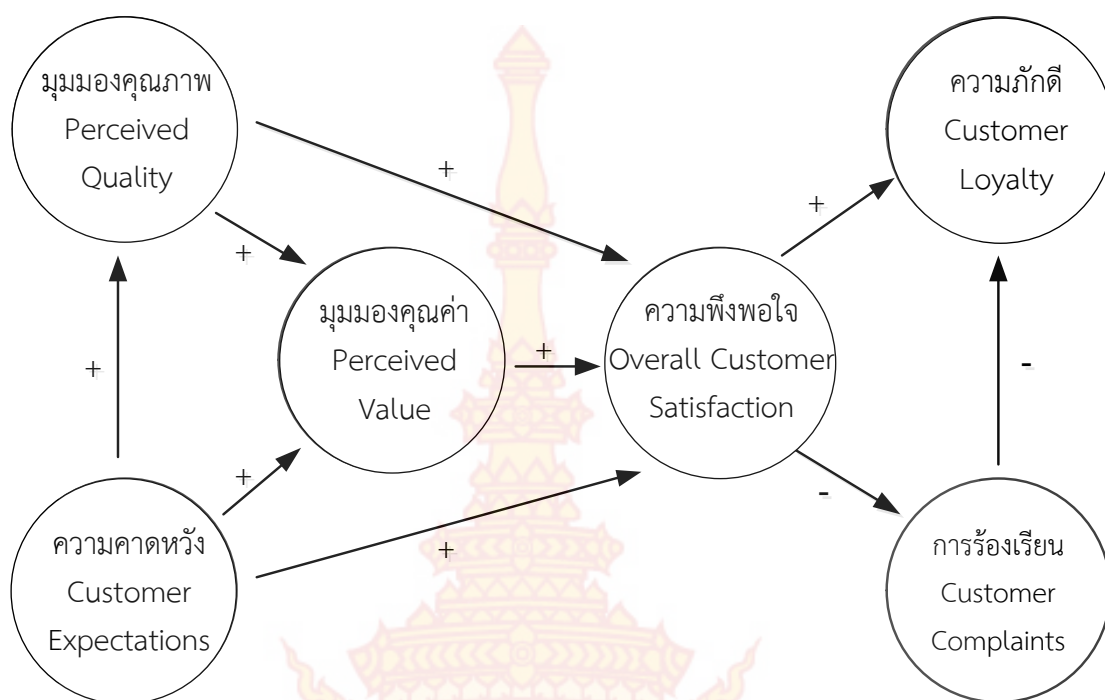
2.3 บทบาททางสถานะ บุคคลที่จะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ทำให้บุคคลมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อมักได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น อายุ อาชีพ สภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต วัฏจักรชีวิตครอบครัว

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา ผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อและใช้สินค้า ปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ ความเชื่อ และเจตคติ บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง (รัฐวิษฐ์ พัฒนจิระรุจน์, 2557, หน้า 3-4)

2.5 กรอบแนวคิดและสมมุติฐานของการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้า เรื่อง มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาค้นคว้าได้รวบรวมกรอบแนวความคิดโดยประยุกต์ตามกรอบแนวความคิดการสร้างดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา American Customer Satisfaction Index (ASIC) ของ Fornell, Johnson, Anderson, Cha & Bryant. (1996, pp. 7-18) ซึ่งได้อธิบายว่า ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) จะเป็นปัจจัยที่กำหนด มุมมองต่อคุณภาพของสินค้าและบริการของลูกค้า (Perceived Quality) และทั้งสองปัจจัยจะส่งผลต่อไปยัง มุมมองคุณค่าของสินค้าและบริการของลูกค้า (Perceived Value) โดยที่ปัจจัยทั้งสองจะส่งผลต่อเนื่องไปยัง ความพึงพอใจโดยรวมของสินค้าและบริการของลูกค้า (Overall Customer Satisfaction) ที่จะสามารถจัดทำต่อเป็นดัชนีวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index) ซึ่งหากลูกค้าพอใจก็จะส่งผลให้เกิดความภักดีต่อสินค้าและบริการจากลูกค้า (Customer Loyalty) หากลูกค้าไม่พึงพอใจก็จะทำการร้องเรียน (Customer Complaints) ซึ่งจะส่งผลในเชิงลบต่อความภักดีต่อสินค้าและบริการแก่ลูกค้า (Customer Loyalty) เมื่อลูกค้าเกิดความภักดีต่อสินค้าและบริการก็จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร เมื่อภาพลักษณ์ดีก็จะส่งผลในเรื่องความพึงพอใจและมุมมองคุณภาพสินค้าและบริการ



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดของงานวิจัย ACSI + Image

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ : กรณีเปรียบเทียบธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อมุมมองต่อคุณภาพ

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อ มุมมองคุณค่า

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 4 มุมมองคุณภาพของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อมุมมองคุณค่า

สมมติฐานที่ 5 มุมมองคุณภาพของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 6 มุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อมุมมองคุณภาพ

สมมติฐานที่ 8 ภาพลักษณ์ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 9 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางลบต่อการร้องเรียน

สมมติฐานที่ 10 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความภักดี

สมมติฐานที่ 11 การร้องเรียนของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางลบต่อความภักดี

สมมติฐานที่ 12 ความภักดีของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อภาพลักษณ์



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ : กรณีเปรียบเทียบธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย และสร้างดัชนีเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย

ในการวิจัยนี้เริ่มจากขั้นตอนการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการทบทวนวรรณกรรม หรือ บทความทางวิชาการจากฐานข้อมูล ค้นคว้าจากเอกสารวิชาการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากบทความวิจัย ตลอดจนข้อมูลจากเว็บไซต์ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มุมมองความพึงพอใจด้านความคาดหวัง (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ภาพลักษณ์ (Image) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) การร้องเรียน (Customer Complaints) และความภักดี (Customer Loyalty) และนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสร้างเป็นเครื่องมือในลักษณะแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณ

โดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ลูกค้ายกเป็นข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ การศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างจึงกำหนดจากผู้ที่เป็นข้าราชการซึ่งใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย จำนวน 473 คน

การศึกษานี้เลือกจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ เนื่องจากข้าราชการที่สังกัดหน่วยงานต่าง ๆ กันมีความแตกต่างกันในเรื่องของสวัสดิการที่ได้รับ รวมถึงมีความแตกต่างกันในเรื่องของรายได้ เมื่อข้าราชการมารับบริการสินเชื่อสวัสดิการ ธนาคารจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวเพื่อที่จะสามารถนำผลการศึกษาที่ได้รับปรับใช้เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของข้าราชการแต่ละหน่วยงานได้ดีขึ้น โดยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยแบ่งอัตราส่วนของลูกค้ำซึ่งเป็นข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ ตามลักษณะอาชีพ และธนาคารที่ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการ แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จำนวน 473 คน ซึ่งมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ และธนาคารผู้ให้บริการได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามลักษณะอาชีพ และธนาคารผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการ

กลุ่มตัวอย่าง (ลักษณะอาชีพ)	การใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ		รวมกลุ่มตัวอย่าง (จำนวนราย)
	ธนาคารออมสิน	ธนาคารกรุงไทย	
ข้าราชการทหาร	62	59	121
	51.24%	48.76%	100%
ข้าราชการครู และบุคลากร ทางการศึกษา	73	58	131
	55.73%	44.27%	100%
ข้าราชการตำรวจ	41	53	94
	33.88%	43.80%	78%
ข้าราชการกระทรวง สาธารณสุข	61	66	127
	46.56%	50.38%	97%
รวมกลุ่มตัวอย่าง (จำนวนราย)	237	236	473
	50.11%	49.89%	100%

จากตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากข้าราชการผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย จำนวน 473 คน โดยเป็นข้าราชการทหาร จำนวน 121 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 62 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 59 คน ทำการสุ่มตัวอย่างข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 131 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 73 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 58 คน ทำการสุ่มตัวอย่างข้าราชการทหาร จำนวน 94 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 41 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 53 คน และทำการสุ่มตัวอย่างข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 127 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 61 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 66 คน โดย

สาเหตุที่มีการสุ่มตัวอย่างจาก 2 กลุ่มคือ ธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัว แทนที่ดีของประชากร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดย ใช้ การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยจากองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความคาดหวัง (Customer Expectations) 2) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) 3) มุมมอง คุณค่า (Perceived Value) 4) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) 5) การร้องเรียน (Customer Complaints) และ 6) ความภักดี (Customer Loyalty) ตามองค์ประกอบของดัชนีวัดความพึงพอใจของ สหรัฐอเมริกา (American Customer Satisfaction Index: ACSI) และร่วมกับทฤษฎีภาพลักษณ์ (Image) โดยกำหนดเป็นข้อคำถามเพื่อเป็นตัวแปรในการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 25 คำถาม และมี ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือทางการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา
2. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด และสมมุติฐาน
3. นิยามตัวแปรเพื่อสร้างแบบสอบถาม
4. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตัวแปร
5. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อผ่านความเห็นชอบ
6. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
7. นำแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับการสุ่มมาศึกษา คำนวณค่า

ความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha

8. ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

โดยแบ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลตามสถานภาพของบุคคล เป็นแบบตรวจสอบ รายการ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารอมสิน และ ธนากรุงไทย เป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย วงเงินกู้สินเชื่อสวัสดิการที่ ใช้บริการกับธนาคาร วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ สาเหตุที่เลือกใช้บริการสินเชื่อ สวัสดิการของธนาคาร จำนวนครั้งในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร และระยะเวลาที่ใช้ ดำเนินการอนุมัติสินเชื่อของธนาคาร

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ สำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ซึ่งประยุกต์ตามแบบจำลอง American

Customer Satisfaction Index (ACSI) + Image ลักษณะเป็นแบบ Likert Scale แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่

1. ความคาดหวังต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. มุมมองคุณภาพต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. มุมมองความคุ้มค่าต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. ภาพลักษณ์ต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
5. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
6. การร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะปัญหาต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
7. ความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน คือ 1-5 คะแนน ดังนี้

- | | | | |
|---|-------|---------|----------------------------|
| 5 | คะแนน | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมากที่สุด |
| 4 | คะแนน | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจมาก |
| 3 | คะแนน | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจปานกลาง |
| 2 | คะแนน | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1 | คะแนน | หมายถึง | ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด |

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามออนไลน์ จัดส่งให้กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้าราชการ ในสังกัด 4 หน่วยงานคือ ข้าราชการทหาร ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ข้าราชการตำรวจ ข้าราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข โดยได้ทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และวิธีการตอบแบบสอบถามก่อน จากนั้นทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

2. เมื่อได้รับข้อมูลแบบสอบถามแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูล เพื่อนำข้อมูลไปใช้สำหรับการวิเคราะห์ต่อไป

3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมด ที่เก็บรวบรวมได้มาทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยวิธี Factor analysis, Total Variance และการใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์ครอนบ์คอัลฟา (Cronbach's Alpha) จำนวน 7 องค์ประกอบ จากข้อคำถามที่เป็นตัวแปร จำนวน 25 ตัวแปร

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ข้อมูลจากแบบสอบถามถูกรวบรวม และสร้างเป็นตัวแปร ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มุมมองต่อคุณภาพในการบริการ มุมมองต่อคุณค่าของบริการ ภาพลักษณ์ในการบริการ ความพึงพอใจที่มีต่อบริการที่ได้รับ การร้องเรียน และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ภายหลังจากที่ผู้ศึกษาได้รับการตอบกลับของแบบสอบถามแล้ว ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการบันทึกรหัสตามคู่มือที่ได้กำหนดไว้ เพื่อประมวลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิธี Independent Sample t-test สำหรับการทดสอบสองกลุ่ม f-test สำหรับการทดสอบมากกว่าสองกลุ่ม และการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยโดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงเส้นตรง

จากการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นข้าราชการที่มาใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 473 ชุด ซึ่งได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แบบออนไลน์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป STATA นำมาจัดเรียงลำดับการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมาย โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดระดับในการให้คะแนนดังนี้

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	ให้	4	คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	ให้	2	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และ ธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรที่สำรวจได้ (Factor Analysis) ตามแนวความคิดการสร้างดัชนี ความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา American Customer Satisfaction Index (ASIC) + Image จำนวน 7 ด้าน จากข้อคำถามที่เป็นตัวแปร จำนวน 25 ตัวแปร ของการให้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับ ข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย

โดยทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ตัวแปรของด้านที่ 1-7 มีค่าสัมประสิทธิ์ที่ 0.9211 0.8919 0.9111 0.9128 0.8763 0.9111 และ 0.8859 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่เหมาะสมต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 ตามคำแนะนำของ Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham (2006, pp. 143-144) จึงยืนยันได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามเชื่อถือได้ นอกจากนี้น้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเดิมกับแต่ละปัจจัย ที่พิจารณาพบว่า

ด้านที่ 1 ด้านความคาดหวัง (Customer Expectations) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.8790 - 0.9258 โดยข้อคำถามว่า ขั้นตอนไม่ยุ่งยากอนุมัติเร็ว และความถูกต้องแม่นยำ มีค่าใกล้เคียงกันคือ 0.9126 และ 0.9258 มีความเชื่อถืออยู่ในระดับดี ส่วนคำถาม บริการรวดเร็ว และ ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม มีค่าใกล้เคียงกัน มีค่าน้อยกว่าข้ออื่นคือ 0.8790 และ 0.8855 แต่ก็ยังมีความเชื่อถืออยู่ในระดับดีเนื่องจากยังมีค่า สัมประสิทธิ์เกิน 0.70 สำหรับเปอร์เซ็นต์ของ Total variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถอธิบาย ความผันแปรของข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 0.8117 ถือว่ามีความผันแปรของข้อคำถามในองค์ประกอบนี้ใน ระดับดี โดยมีค่าสูงกว่า 0.70 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก็ อยู่ใน ระดับดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha เท่ากับ 0.9211 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นอย่างดี

ด้านที่ 2 มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.9223 - 0.7763 โดยข้อคำถามว่า มีระบบที่ปลอดภัย มีค่าสัมประสิทธิ์สูง คือ 0.9223 ส่วนคำถาม มีบริการที่สุภาพดี และไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่อง มีค่าใกล้เคียงกันคือ 0.8996 และ 0.8866 สุดท้าย คำถาม ให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว มีค่า 0.7763 ทุกข้อคำถามมีความเชื่อถืออยู่ในระดับดี เนื่องจาก ยังมีค่าสัมประสิทธิ์เกิน 0.70 สำหรับเปอร์เซ็นต์ของ Total variance ของแต่ละองค์ประกอบสามารถ อธิบาย ความผันแปรของข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 0.7622 ถือว่ามีความผันแปรของข้อคำถามในองค์ประกอบ นี้ใน ระดับดี โดยมีค่าสูงกว่า 0.70 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก็อยู่ในระดับดี โดยมีค่า สัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha เท่ากับ 0.8919 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability)

ด้านที่ 3 มุมมองความคุ้มค่าต่อการใช้บริการ (Perceived Value) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.8660 - 0.9124 โดยข้อความถามว่า ความถูกต้องของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า และคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า มีความน่าเชื่อถือใกล้เคียงกันมาก ซึ่งถือว่าปัจจัยนี้อยู่ในระดับดี ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 0.9117 และ 0.9124 ส่วนข้อความถาม ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า และความปลอดภัยของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า มีค่าใกล้เคียงกันคือ 0.8660 และ 0.8718 โดยทุกข้อความถามมีความเชื่อถืออยู่ในระดับดี เนื่องจากยังมีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 สำหรับเปอร์เซ็นต์ของ Total variance ของแต่ละด้านสามารถอธิบาย ความผันแปรของข้อความถามได้ทั้งสิ้น 0.7934 ถือว่ามีความผันแปรของข้อความถามในด้านมุมมองคุณค่าในระดับดี และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก็อยู่ในระดับดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha สูงถึง 0.9111 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อความถามนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นอย่างดีในทุกตัวแปร

ด้านที่ 4 ด้านภาพลักษณ์ (Image) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.8709 - 0.9258 โดยข้อความถามว่า มีความมั่นคงทางการเงิน มีความเชื่อถือได้ มีระบบที่ปลอดภัย และได้มาตรฐาน ทัดเทียมสากล มีความเชื่อถืออยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งถือว่าปัจจัยเหล่านี้อยู่ในระดับดี โดยที่ทุกข้อความถาม มีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 และส่งผลให้ค่า Total variance ของแต่ละด้านสามารถอธิบาย ความผันแปรของข้อความถามได้ทั้งสิ้นเท่ากับ 0.7968 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ ถือได้ว่ามีความผันแปรของข้อความถามในด้านของภาพลักษณ์ในระดับดี และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha สูงถึง 0.9128 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อความถามในด้านนี้ มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นอย่างดีในทุกตัวแปร

ด้านที่ 5 ด้านความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.7678 - 0.8966 โดยข้อความถามว่า ความปลอดภัยของระบบ ความถูกต้องแม่นยำ และความสะดวกของการบริการ มีความเชื่อถืออยู่ในระดับใกล้เคียงกัน คือ 0.8762 0.8895 และ 0.8966 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าปัจจัยเหล่านี้อยู่ในระดับดี โดยที่ทุกข้อความถาม มีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 และส่งผลให้ค่า Total variance ของแต่ละด้านสามารถอธิบายความผันแปรของข้อความถามได้ทั้งสิ้นเท่ากับ 0.7381 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ ถือได้ว่ามีความผันแปรของข้อความถามในด้านของภาพลักษณ์ในระดับดี และมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha เท่ากับ 0.8763 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อความถามในด้านนี้ มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability) ในระดับที่ดี

ด้านที่ 6 ด้านการร้องเรียน (Customer Complaints) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) ระหว่าง 0.9138 - 0.9394 โดยข้อความถามว่า ร้องเรียนกับผู้บริหารธนาคาร บอกปัญหาต่อให้คนรู้จัก และเผยแพร่ปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ มีความน่าเชื่อถือใกล้เคียงกันมาก ซึ่งถือว่าตัวแปรนี้มีความเชื่อถืออยู่ในระดับดี โดยที่ทุกข้อความถาม มีค่าสัมประสิทธิ์เกิน 0.70 และส่งผลให้ Total variance สามารถอธิบายความผันแปรของข้อความถามได้ทั้งสิ้น 0.8600 ถือว่ามีความผันแปรของข้อความถามในองค์ประกอบนี้ใน

ระดับดี โดยมีค่าสูงกว่า 0.70 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก็อยู่ในระดับดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha เท่ากับ 0.9111 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในด้านนี้ มีความเที่ยงตรง (Validity) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability) ในระดับที่ดี

ด้านที่ 7 ด้านความภักดีต่อการใช้บริการ (Customer Loyalty) มีค่าสัมประสิทธิ์ (Factor Loading) อยู่ที่ 0.9474 ทั้ง 2 ข้อ โดยข้อคำถามว่า ในครั้งต่อ ๆ ไปคุณจะใช้บริการซ้ำ และคุณจะทำแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ มีความเชื่อถืออยู่ในระดับที่เท่ากัน และอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากมีค่าใกล้เคียงกับ 1.0 ส่งผลให้ Total variance สามารถอธิบายความผันแปรของข้อคำถามได้ทั้งสิ้น 0.8976 ถือว่ามีความผันแปรของข้อคำถามในองค์ประกอบนี้ในระดับดี โดยมีค่าสูงกว่า 0.70 และ มีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก็อยู่ในระดับดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach Alpha เท่ากับ 0.8859

แสดงว่า ข้อคำถามทั้งหมดในปัจจัยทั้ง 7 ด้าน สามารถนำมาใช้ได้ และสามารถใช้วัดค่าตัวแปรในแต่ละด้านในระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีที่สามารถนำไปใช้ได้ โดยเมื่อได้พิจารณาจากน้ำหนักของปัจจัย (Factor Loading) ที่สะท้อนจากค่าของตัวแปรส่วนใหญ่ในด้านต่าง ๆ มีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 ซึ่งถือว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมาก

เมื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสัดส่วนของความแปรปรวนรวมของตัวแปรทั้งหมด (Percent Variance) พบว่าค่าสัดส่วนของค่าความแปรปรวนรวมมีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความแปรปรวนของข้อคำถามในปัจจัยดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้มากกว่าร้อยละ 70 เพื่อสร้างปัจจัยนั้น เป็นการสะท้อนว่าความแปรปรวนของตัวแปรในแต่ละปัจจัยถูกนำมาใช้ในระดับที่มากพอ และเมื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จากค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient เพื่อทดสอบความเชื่อถือได้จากความสอดคล้องกันของตัวแปรจากคำตอบ ในแบบสอบถาม พบว่าค่า Cronbach's Alpha มีค่ามากกว่า 0.70 จึงสามารถกล่าวได้ว่าตัวแปรที่วัดจากแบบสอบถามมีความสอดคล้องของการตอบคำถามในระดับที่เชื่อถือได้ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงผลการทดสอบเครื่องมือด้วยวิธี Factor Loading, % Total Variance และ Cronbach's Alpha

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation)		0.8117	0.9211
ขั้นตอนไม่ยุ่งยากอนุมัติเร็ว	0.9126		
บริการรวดเร็ว	0.8790		
ความถูกต้องแม่นยำ	0.9258		
ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม	0.8855		

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

Items	Factor Loading	% Total Variance	Cronbach Alpha
<u>มุมมองต่อคุณภาพบริการ (Perceived Quality)</u>		0.7622	0.8919
มีบริการที่สุภาพดี	0.8996		
ให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว	0.7763		
มีระบบที่ปลอดภัย	0.9223		
ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่อง	0.8866		
<u>มุมมองต่อคุณค่า (Perceived Value)</u>		0.7934	0.9111
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0.9124		
ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0.8660		
ความถูกต้องของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า	0.9117		
ความปลอดภัยของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า	0.8718		
<u>มุมมองภาพลักษณ์ (Perceived Image)</u>		0.7968	0.9128
มีความมั่นคงทางการเงิน	0.9258		
มีความเชื่อถือได้	0.8880		
มีระบบที่ปลอดภัย	0.8848		
ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล	0.8709		
<u>ความพึงพอใจต่อบริการ (Customer Satisfaction)</u>		0.7381	0.8763
ความสะดวกของบริการ	0.8966		
ความรวดเร็วของบริการ	0.7678		
ความถูกต้องแม่นยำ	0.8895		
ความปลอดภัยของระบบ	0.8762		
<u>การร้องเรียน (Customer Complaints)</u>		0.8600	0.9111
ร้องเรียนกับผู้บริหารธนาคาร	0.9394		
บอกปัญหาต่อให้คนรู้จัก	0.9287		
เผยแพร่ปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	0.9138		
<u>ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)</u>		0.8976	0.8859
ในครั้งต่อไปคุณจะใช้บริการซ้ำ	0.9474		
คุณจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ	0.9474		

บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยเรื่อง “มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการกรณีศึกษา: ธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย และสร้างดัชนีเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย

ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1) ความคาดหวัง (Customer Expectations) 2) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) 3) มุมมองคุณค่า (Perceived value) 4) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) 5) การร้องเรียน (Customer Complaints) 6) ความภักดี (Customer Loyalty) ตามแบบแนวความคิดการสร้างดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา American Customer Satisfaction Index (ASIC) และเพิ่ม 7) ภาพลักษณ์ (Image) โดยผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- 4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถาม จากองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการของธนาคารซึ่งเป็นข้าราชการในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ : กรณีศึกษาธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ตามแนวความคิดการสร้างดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา American Customer Satisfaction Index (ASIC) ผลการศึกษา

สามารถแจกแจงความถี่ มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากข้อคำถามที่เป็นตัวแปร จำนวน 25 ข้อ

ตารางที่ 4.1 การแจกแจงความถี่ของข้อมูลจากแบบสอบถามในภาพรวม

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
ความคาดหวัง(Customer Expectation)						
ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก อนุมัติรวดเร็ว	0	0	20	174	279	4.55
	0.0%	0.0%	4.2%	36.8%	59.0%	
บริการรวดเร็ว	0	0	27	190	256	4.48
	0.0%	0.0%	5.7%	40.2%	54.1%	
ความถูกต้องแม่นยำ	0	0	15	153	305	4.61
	0.0%	0.0%	3.2%	32.3%	64.5%	
ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม	0	0	9	144	320	4.66
	0.0%	0.0%	1.9%	30.4%	67.7%	
มุมมองต่อคุณภาพ (Perceived Quality)						
มีบริการที่สุภาพดี	0	0	18	241	214	4.41
	0.0%	0.0%	3.8%	51.0%	45.2%	
ให้บริการสะดวกรวดเร็ว	0	0	49	278	146	4.21
	0.0%	0.0%	10.4%	58.8%	30.9%	
มีระบบที่ปลอดภัย	0	0	11	218	244	4.49
	0.0%	0.0%	2.3%	46.1%	51.6%	
ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่อง	0	0	16	227	230	4.45
	0.0%	0.0%	3.4%	48.0%	48.6%	
มุมมองคุณค่า (Perceived Value)						
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0	0	17	225	231	4.45
	0.0%	0.0%	3.6%	47.6%	48.8%	
ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0	0	43	232	198	4.33
	0.0%	0.0%	9.1%	49.0%	41.9%	
ความถูกต้องของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	0	0	15	223	235	4.47
	0.0%	0.0%	3.2%	47.1%	49.7%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
ความปลอดภัยในการทำธุรกรรมมีความ คุ้มค่า	0	0	11	192	270	4.55
	0.0%	0.0%	2.3%	40.6%	57.1%	
ภาพลักษณ์การให้บริการ (Image)						
มีความมั่นคงทางการเงิน	0	0	6	179	288	4.60
	0.0%	0.0%	1.3%	37.8%	60.9%	
มีความเชื่อถือได้	0	0	16	150	307	4.62
	0.0%	0.0%	3.4%	31.7%	64.9%	
มีระบบที่ปลอดภัย	0	0	8	158	307	4.63
	0.0%	0.0%	1.7%	33.4%	64.9%	
ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล	0	0	24	170	279	4.54
	0.0%	0.0%	5.1%	35.9%	59.0%	
ความพึงพอใจ(Customer Satisfaction)						
ความสะดวกของบริการ	0	0	14	234	225	4.45
	0.0%	0.0%	3.0%	49.5%	47.6%	
ความรวดเร็วของบริการ	0	1	49	270	153	4.22
	0.0%	0.2%	10.4%	57.1%	32.3%	
ความถูกต้องแม่นยำ	0	0	12	221	240	4.48
	0.0%	0.0%	2.5%	46.7%	50.7%	
ความปลอดภัยของระบบ	0	0	10	183	280	4.57
	0.0%	0.0%	2.1%	38.7%	59.2%	
การร้องเรียน (Customer Complaints)						
ร้องเรียนกับผู้บริหารธนาคาร	457	2	4	3	7	1.10
	96.6%	0.4%	0.8%	0.6%	1.5%	
บอกต่อปัญหาต่อให้คนรู้จัก	445	10	5	1	12	1.15
	94.1%	2.1%	1.1%	0.2%	2.5%	

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

	1	2	3	4	5	ค่าเฉลี่ย
เผยแพร่ปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	461	1	2	4	5	1.08
	97.5%	0.2%	0.4%	0.8%	1.1%	
ความภักดีต่อการใช้บริการธนาคาร (Customer Loyalty)						
ในครั้งต่อไปคุณจะใช้บริการซ้ำ	0	1	23	261	188	4.34
	0.0%	0.2%	4.9%	55.2%	39.7%	
คุณจะแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการ	0	1	29	274	169	4.29
	0.0%	0.2%	6.1%	57.9%	35.7%	

ตามตารางที่ 4.1 พบว่า ด้านความคาดหวังต่อการใช้บริการของธนาคารพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในระดับมากทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.66) ความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.61) ขั้นตอนไม่ยุ่งยากอนุมัติเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.55) บริการรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.48) ตามลำดับ ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรม และความถูกต้องแม่นยำ ลูกค้ายกย่องมากที่สุด จึงควรมีการกำหนดนโยบายของธนาคารในการให้บริการ

มุมมองต่อคุณภาพของบริการของธนาคาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคาดหวังในระดับมากทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ มีระบบที่ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.49) รองลงมาคือไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่อง (ค่าเฉลี่ย 4.45) มีบริการที่สุภาพดี (ค่าเฉลี่ย 4.41) ให้บริการสะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ด้านมีระบบที่ปลอดภัย และไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องลูกค้ายกย่องมากที่สุด ดังนั้น จึงควรมีการรักษาคุณภาพด้านระบบที่ปลอดภัย และไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องให้ดีขึ้น และดีกว่าเดิม

มุมมองต่อความคุ้มค่าของบริการของธนาคาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในระดับมากทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ความปลอดภัยของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ย 4.55) รองลงมา คือความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ย 4.47) คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ย 4.45) ความรวดเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ย 4.33)

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ด้านความปลอดภัยของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า และด้านความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า ลูกค้ายกย่องมากที่สุด ดังนั้นจึงควรมีการรักษามาตรฐานของการให้บริการให้ดีขึ้นเหมือนเดิม หรือดีกว่าเดิม

ภาพลักษณ์ของการให้บริการพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในระดับมากทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ มีระบบที่ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมา คือ มีความ

เชื่อถือได้ (ค่าเฉลี่ย 4.62) มีความมั่นคงทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า ด้านมีระบบที่ปลอดภัย และมีความเชื่อถือได้ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นจึงควรมีการรักษาภาพลักษณ์ของการให้บริการให้ดีขึ้นกว่าเดิม หรือดีกว่าเดิม

ความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจากธนาคาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในระดับมากทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความปลอดภัยของระบบ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมาคือ ความถูกต้องแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ความสะดวกของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.45) และความเร็วของบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.22)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า ด้านความปลอดภัยของระบบ และความถูกต้องแม่นยำ ถูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นจึงควรนำไปกำหนดนโยบายในการให้บริการสินเชื่อของธนาคาร

ด้านการร้องเรียนของการให้บริการสินเชื่อของธนาคาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในระดับน้อยที่สุดทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ บอกรายปัญหาต่อให้คนรู้จัก (ค่าเฉลี่ย 1.15) รองลงมาคือเผยแพร่ปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย 1.08) และการร้องเรียนกับผู้บริหารธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 1.10)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าด้านการร้องเรียนโดยการบอกรายปัญหาต่อให้คนรู้จัก ถูกค่าให้ความสำคัญมาก อาจเป็นเพราะธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย เป็นธนาคารที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป ดังนั้นธนาคารควรรักษามาตรฐานการให้บริการให้อยู่ในระดับที่ดีอยู่เสมอ

ความภักดีต่อการให้บริการของธนาคาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังในระดับมากทุกประเด็น โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ครั้งต่อไปจะใช้บริการซ้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมาคือ คุณจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการมีความภักดีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารโดยภาพรวมในระดับมาก เนื่องจากมีความต้องการมาใช้บริการซ้ำ และช่วยแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ดังนั้นธนาคารควรรักษามาตรฐานในการให้บริการให้อยู่ในระดับที่ดี และเพิ่มมาตรฐานการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ย 1.08)

4.2 การวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ใน 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคาร จำนวน 5 ด้าน ประกอบด้วย วงเงินกู้สินเชื่อสวัสดิการที่ใช้บริการกับธนาคาร วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร จำนวนครั้งในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ และระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการอนุมัติสินเชื่อ

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ลักษณะการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการ

	จำนวน	ความคาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	ความพึงพอใจ	การร้องเรียน	ความภักดี
ธนาคาร								
ธนาคารออมสิน	237	0.7776	0.6837	0.6963	0.7757	0.7012	0.0266	0.7631
ธนาคารกรุงไทย	236	0.8023	0.7187	0.7568	0.8219	0.7415	0.0263	0.7825
T-test		1.0673	1.5330	2.5905***	2.0831**	1.8140*	0.0319	1.1503
เพศ								
ชาย	260	0.7790	0.6893	0.7156	0.7901	0.7131	0.0315	0.7674
หญิง	213	0.8033	0.7156	0.7398	0.8092	0.7313	0.0203	0.7793
T-test		1.0447	1.1473	1.0265	0.8534	0.8168	0.9017	0.7022
อายุ								
น้อยกว่า 35 ปี	178	0.7914	0.7252	0.7437	0.8142	0.7302	0.0357	0.7810
35-50 ปี	219	0.8037	0.6901	0.7320	0.8059	0.7369	0.0240	0.7740
มากกว่า 51 ปี	76	0.7466	0.6766	0.6703	0.7419	0.6556	0.0118	0.7500
F-test		1.0973	1.5003	2.8146**	1.8673	1.9515	1.8560	0.8032
วัตถุประสงค์ที่ใช้เพื่ออุปโภคบริโภค								
ใช่	443	0.7887	0.7065	0.7277	0.7953	0.7264	0.0232	0.7743
ไม่ใช่	30	0.8080	0.6225	0.7085	0.8497	0.6455	0.0748	0.7500
T-test		0.4076	1.7958*	0.3986	1.1935	1.7771*	2.0492**	0.7006
เพื่อไถ่ถอนจำนอง								
ใช่	146	0.8075	0.6775	0.7283	0.8211	0.7078	0.0391	0.7934
ไม่ใช่	327	0.7820	0.7117	0.7257	0.7887	0.7273	0.0208	0.7636
T-test		1.0174	1.3807	0.1033	1.3478	0.8085	1.3739	1.6301
สาเหตุที่ใช้บริการ								
เดินทางสะดวก								
ใช่	452	0.8021	0.7068	0.7329	0.8030	0.7265	0.0259	0.7770
ไม่ใช่	21	0.5264	0.5780	0.5887	0.7060	0.6095	0.0391	0.6826
T-test		5.0311***	2.3337**	2.5431**	1.7998*	2.1746**	0.4410	2.3071**
บริการดี								
ใช่	449	0.8031	0.7129	0.7420	0.8120	0.7373	0.0234	0.7825
ไม่ใช่	24	0.5427	0.4815	0.4354	0.5498	0.4221	0.0841	0.5904
T-test		5.0637***	4.5363***	5.9325***	5.3177***	6.4842***	2.1681**	5.1129***
อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมเหมาะสม								
ใช่	380	0.8340	0.7306	0.7648	0.8385	0.7537	0.0263	0.7930
ไม่ใช่	93	0.6095	0.5806	0.5698	0.6361	0.5888	0.0271	0.6901
T-test		8.2365***	5.3724***	6.9191***	7.6580***	6.1178***	0.0558	4.9520***

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

	จำนวน	ความคาดหวัง	คุณภาพ	คุณค่า	ภาพลักษณ์	ความพึงพอใจ	การร้องเรียน	ความภักดี
เป็นบัญชีเงินเดือน								
ใช่	251	0.8088	0.7270	0.7665	0.8280	0.7553	0.0366	0.7929
ไม่ใช่	222	0.7685	0.6719	0.6812	0.7656	0.6828	0.0150	0.7501
T-test		1.7418*	2.4187**	3.6746***	2.8160***	3.2857***	1.7497*	2.5393**
วงเงินที่ให้สินเชื่อ								
ใช่	409	0.8093	0.7140	0.7408	0.8098	0.7321	0.0300	0.7824
ไม่ใช่	64	0.6659	0.6192	0.6352	0.7281	0.6525	0.0040	0.7110
T-test		4.3135***	2.8595***	3.1011***	2.5251**	2.4603**	1.4405	2.9094***
ระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม								
ใช่	423	0.8103	0.7147	0.7412	0.8159	0.7364	0.0270	0.7825
ไม่ใช่	50	0.6171	0.5859	0.6020	0.6531	0.5933	0.0216	0.6901
T-test		5.2758***	3.5091***	3.6908***	4.5931***	4.0187***	0.2724	3.3972***
จำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อ								
ครั้งแรก	214	0.7583	0.6697	0.6940	0.7655	0.6938	0.0182	0.7501
ครั้งที่ 2	195	0.7998	0.7144	0.7402	0.8063	0.7308	0.0273	0.7795
มากกว่า 2 ครั้ง	64	0.8652	0.7657	0.7933	0.8869	0.7841	0.0516	0.8281
F-test		3.6843**	3.1520**	2.8771**	4.4322***	2.4974*	6.9806***	3.1481**
ระยะเวลาดำเนินการอนุมัติสินเชื่อ								
น้อยกว่า 15 วัน	26	0.7605	0.7898	0.7950	0.8903	0.8295	0.0733	0.8462
15-30 วัน	256	0.8242	0.7580	0.7729	0.8254	0.7682	0.0200	0.8151
มากกว่า 30 วัน	191	0.7479	0.6128	0.6550	0.7505	0.6437	0.0287	0.7060
F-test		8.6682***	25.8237***	17.4187***	5.8347***	20.6216***	33.8318***	21.5054***

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1, ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 473 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35-50 ปี สถานภาพสมรส กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี อาชีพข้าราชการทั้งสิ้น แต่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 30,000 บาท โดยมีลักษณะการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ วงเงินสินเชื่อ น้อยกว่า 500,000 บาท วัตถุประสงค์ในการกู้เงินส่วนใหญ่ เพื่อการอุปโภคบริโภค รองลงมาคือเพื่อไถ่ถอนจำนวน จากสถาบันการเงิน สาเหตุที่เลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร เหตุผลหลักมาจากการเดินทางที่สะดวก รองลงมาคือบริการดี ส่วนใหญ่เป็นการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการเป็นครั้งแรก ระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการอนุมัติสินเชื่อของธนาคาร 15 วัน ถึง 30 วัน

การทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละกลุ่มจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความแตกต่างกันหรือไม่ โดยการวิเคราะห์โดยการทดสอบสองตัวแปร (Bivariate Analysis) ได้ผลดังนี้

เพศที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุที่ต่างกัน ส่งผลให้ มุมมองคุณค่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องมุมมองคุณค่า มากกว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ส่วนด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถานภาพการสมรสที่ต่างกัน ส่งผลให้การร้องเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด มีโอกาสเกิดการร้องเรียนมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส และผู้ที่หย่าร้าง ส่วนด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลให้การร้องเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปมีโอกาสเกิดการร้องเรียนมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาโท ส่วนด้าน ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าอาชีพข้าราชการครู และอาชีพข้าราชการตำรวจมีความคาดหวังต่อบริการสินเชื่อ มากกว่าอาชีพข้าราชการทหารและข้าราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้อาชีพข้าราชการตำรวจยังให้ความสำคัญในเรื่องมุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ มากกว่าอาชีพข้าราชการอื่น ๆ ในเรื่องความภักดี อาชีพข้าราชการครู และข้าราชการตำรวจมีความภักดีมากกว่าข้าราชการสังกัดหน่วยงานอื่นส่วนด้าน การร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลให้ มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญกับมุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดี มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนด้านความคาดหวัง ภาพลักษณ์ และการร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละกลุ่มจำแนกตามข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อ สวัสดิการสำหรับข้าราชการ

วงเงินกู้สินเชื่อสวัสดิการของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่ได้รับวงเงินกู้ต่ำกว่า 500,000 บาท ให้ความสำคัญกับเรื่องความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมอง

คุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดีมากที่สุด ส่วนด้านการร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการเพื่อการอุปโภคบริโภคบริโภค ส่งผลให้ มุมมองคุณภาพ ความพึงพอใจ การร้องเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความคาดหวัง มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการเพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการนั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเงินไปใช้ในเรื่องของการอุปโภคบริโภคเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือนำไปไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน

เหตุผลหรือสาเหตุที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากการเดินทางสะดวกที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากการเดินทางสะดวกให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากเหตุผลการเดินทางสะดวก

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากการบริการที่ดีที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากการบริการที่ดี ให้ความสำคัญในทุกด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากเหตุผลการบริการที่ดี ยกเว้นการร้องเรียนให้ความสำคัญน้อยกว่า

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมเหมาะสมที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมเหมาะสม ให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากเหตุผลเรื่องอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมเหมาะสม

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเป็นบัญชีเงินเดือนที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากเป็นบัญชีเงินเดือน ให้ความสำคัญทั้ง 7 ด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเหตุผลการเป็นบัญชีเงินเดือน

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อนี้เนื่องจากวงเงินที่ให้สินเชื่อที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากวงเงินที่ให้สินเชื่อให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากวงเงินที่ให้สินเชื่อ

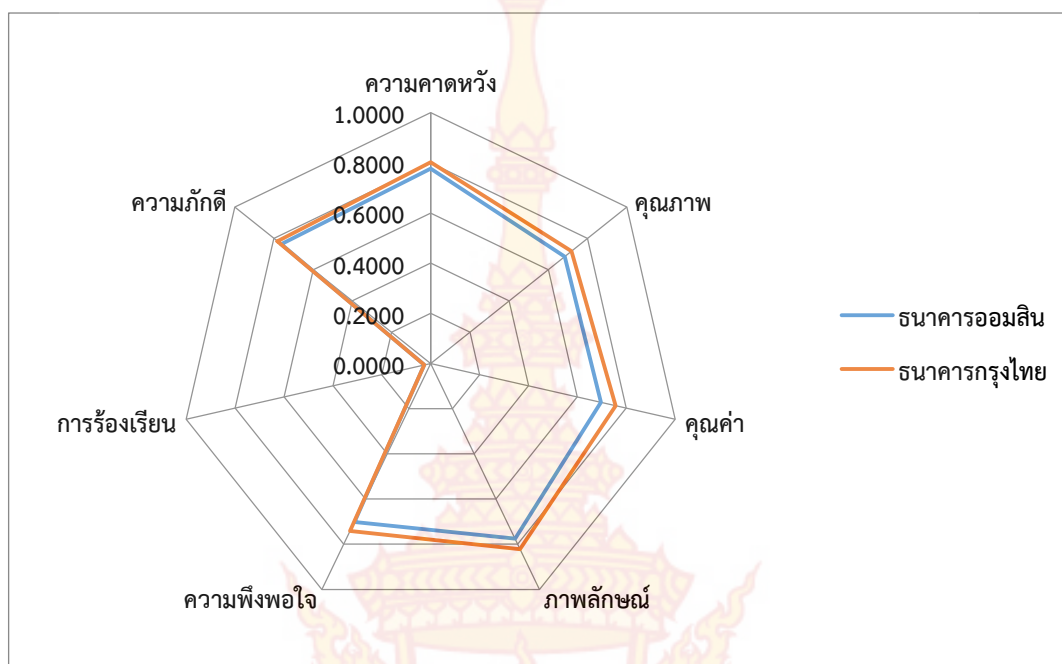
สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อนี้เนื่องจากระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสมที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม ให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อนี้เนื่องจากจำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากจำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อให้ความสำคัญทั้ง 7 ด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเหตุผลในด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อ

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อนี้เนื่องจากระยะเวลาดำเนินการอนุมัติสินเชื่อที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากระยะเวลาดำเนินการอนุมัติสินเชื่อ ให้ความสำคัญทั้ง 7 ด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเหตุผลระยะเวลาดำเนินการอนุมัติสินเชื่อ

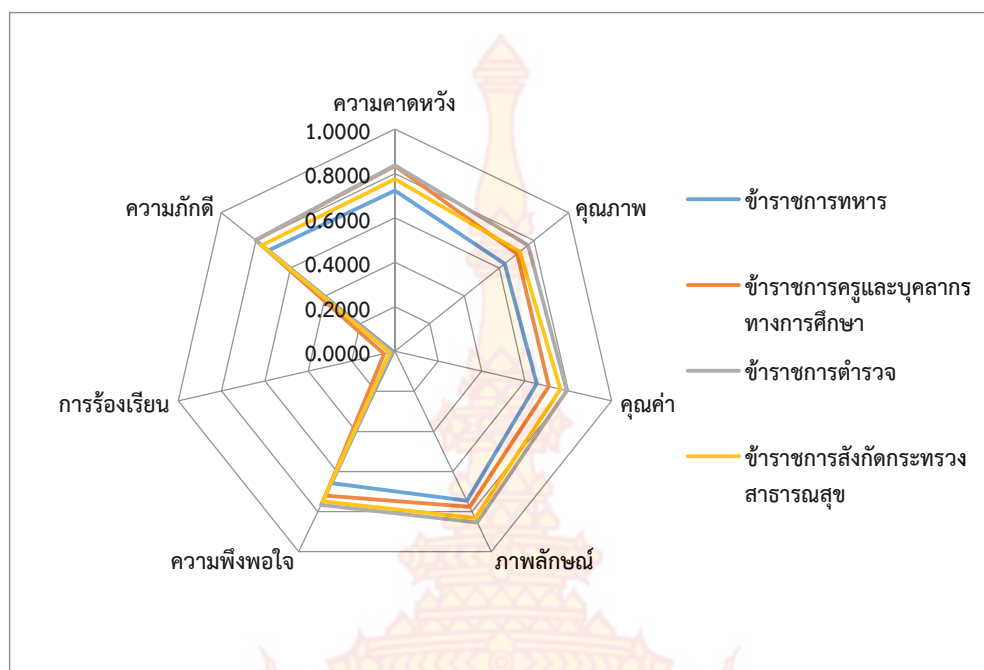
สำหรับการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของแต่ละธนาคาร คือ ธนาคารออมสิน และ ธนาคารกรุงไทย ที่ต่างกันส่งผลต่อ มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ภาพลักษณ์ (Image) และความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความคาดหวัง (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) การร้องเรียน (Customer Complaints) และความภักดี (Customer Loyalty) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจากค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของธนาคารกรุงไทย มีค่ามากกว่าของธนาคารออมสิน ใน 6 ด้าน ยกเว้นการร้องเรียนมีค่าความคิดเห็นน้อยกว่า โดยมี 3 ด้านที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ภาพลักษณ์ (Image) และความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่า การให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารกรุงไทย มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากกว่า การให้บริการของธนาคารออมสิน ดังนั้น ธนาคารออมสินควรพัฒนาคุณภาพการบริการทางด้านสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ เพื่อตอบสนองความต้องการของข้าราชการที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี อาจเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ ได้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร พร้อมทั้งให้แนะนำข้อเสนอแนะ ในการที่ทางธนาคารจะได้นำไปปรับปรุงคุณภาพ

การให้บริการ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดี และได้พัฒนามาตรฐานการบริการให้ทัดเทียมสากลมากขึ้น โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทั้ง 7 ด้านดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 เปรียบเทียบตัวแปรด้านต่าง ๆ ของการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย

สำหรับปัจจัยลักษณะอาชีพของข้าราชการที่ต่างกันส่งผลต่อความคาดหวัง (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ภาพลักษณ์ (Image) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และความภักดี (Customer Loyalty) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การร้องเรียน (Customer Complaints) ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของอาชีพข้าราชการตำรวจ มีค่ามากกว่าของลักษณะอาชีพข้าราชการทหาร ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา และข้าราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ใน 6 ด้าน ยกเว้นการร้องเรียนมีค่าความคิดเห็นน้อยกว่า อย่างไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่าการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารที่ให้บริการแก่อาชีพข้าราชการตำรวจนั้น มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากกว่าลักษณะอาชีพข้าราชการแบบอื่น ดังนั้น เมื่อมีลูกค้าเป้าหมายมาใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร พนักงานธนาคารต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพการบริการสามารถตอบสนองสัจของลูกค้าได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ พนักงานที่ให้บริการต้องมีจรรยาบรรณ มีความซื่อตรงในการอนุมัติสินเชื่อ โดยต้องทำความเข้าใจ และปฏิบัติตามนโยบายการให้สินเชื่อของธนาคารอย่างเคร่งครัด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธนาคาร นอกจากนี้ธนาคารอาจมีการลงพื้นที่ไปเยี่ยมหน่วยงานต้นสังกัดของข้าราชการตามหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงาน เพื่อรับฟังปัญหา หรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้าซึ่งเป็นข้าราชการเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารให้ดีขึ้น โดยค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อองค์ประกอบทั้ง 7 ด้านดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 เปรียบเทียบตัวแปรด้านต่าง ๆ ระหว่างลักษณะอาชีพข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคาร

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.3 ผลการประมาณค่าแบบจำลอง SEM ด้วยวิธีการประมาณค่า OLS

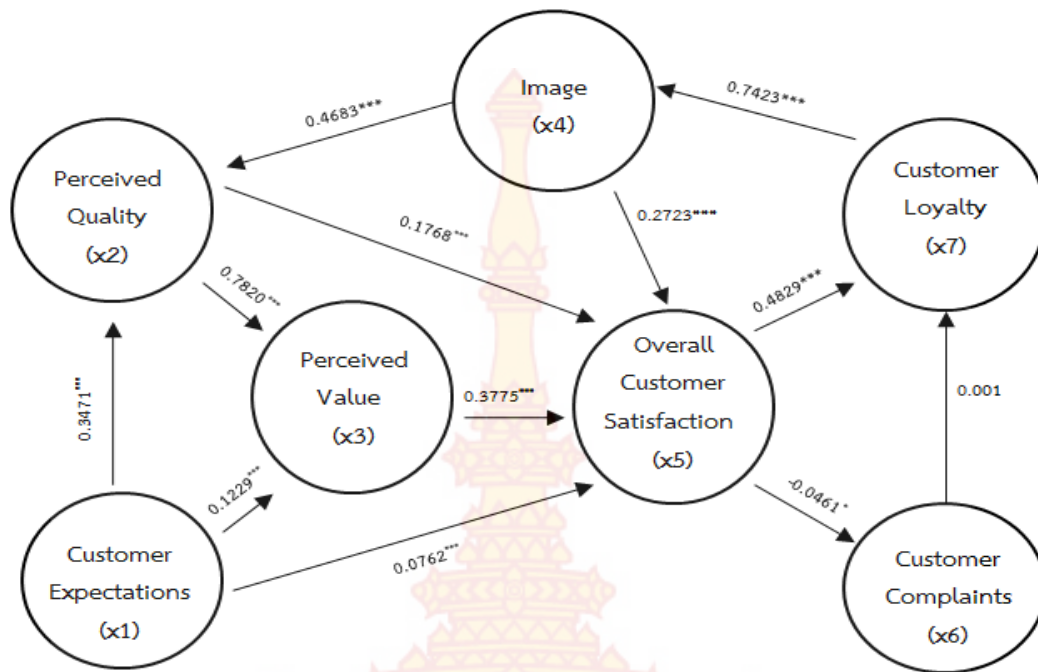
Model	PQ	PV	IM	CSI	CCI	CL
CE	0.3471***	0.1229***		0.0762**		
PQ		0.7820***		0.1768***		
PV				0.3775***		
IM	0.4683***			0.2723***		
CSI					-0.0461*	.4829***
CC						0.001
CL			0.7423***			
Constant	0.0529*	0.0811***	0.2251***	0.0455**	0.0597***	0.4244***
N	473	473	473	473	473	473
RSS	14.2813	9.0999	18.8432	8.4713	8.4304	9.5442
F-test	244.4362	560.4405	220.1330	264.4697	3.2830	158.5667

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

Model	PQ	PV	IM	CSI	CCI	CL
P	0	0	0	0	0.0706	0
R2	0.5098	0.7046	0.3185	0.6933	0.0069	0.4029
Adj.R2	0.5078	0.7033	0.3171	0.6907	0.0048	0.4004

ผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์แบบจำลอง ความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) ของ Fornell, John, Anderson, Cha & Bryant (1996, pp. 7-18) จำนวน 7 องค์ประกอบ เพื่อทดสอบทฤษฎีและประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคาร ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ และจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แบบจำลองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับแบบจำลองการสร้างดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) มีความสอดคล้องกันในองค์ประกอบที่ 1) ความคาดหวัง (Customer Expectations) 2) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) 3) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) 4) ภาพลักษณ์ (Image) 5) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) 6) การร้องเรียน (Customer Complaints) และ 7) ความภักดี (Customer Loyalty) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของดัชนีความพึงพอใจโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.1 ของการทดสอบสมมติฐานถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคาร แสดงดังภาพ ที่ 4.3



หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 *** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ภาพที่ 4.3 แสดงดัชนีความพึงพอใจของการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย

จากรูปที่ 4.3 พบว่า ความคาดหวัง (Customer Expectations) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทยมีผลในทางบวกต่อมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) ความคาดหวัง (Customer Expectations) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อมุมมองคุณค่า (Perceived Value) ความคาดหวัง (Customer Expectations) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทยมีผลในทางบวกต่อ มุมมองคุณค่า (Perceived Value) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางลบต่อการร้องเรียน (Customer Complaints) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของผู้ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อ

ความภักดี (Customer Loyalty) การร้องเรียน (Customer Complaints) ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการ สำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความภักดี (Customer Loyalty) ความภักดี (Customer Loyalty) ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อภาพลักษณ์ (Image) สุดท้าย ภาพลักษณ์ (Image) ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อ มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) และความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของลูกค้าธนาคาร

ผลการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของดัชนีความพึงพอใจโดยใช้ สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) กำหนดระดับนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 0.05 และ 0.1 ได้ผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวัง (Customer Expectations) ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการ สำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อมุมมองต่อคุณภาพ (Perceived Quality) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความคาดหวังต่อขั้นตอนการ อนุมัติสินเชื่อที่ไม่ยุ่งยาก อนุมัติรวดเร็ว การบริการรวดเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ และปลอดภัยในการทำ ธุรกิจจากการใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพบริการที่ได้รับจาก ธนาคาร

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวัง (Customer Expectations) ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการ สำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อ มุมมองคุณค่า (Perceived Value) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน ความคาดหวังที่ได้รับทำให้มี ความไว้วางใจต่อคุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า ความรวดเร็วของการบริการมีความคุ้มค่ารวมถึงความ ถูกต้อง และความปลอดภัยในการทำธุรกรรมกู้เงินสินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทยมีความคุ้มค่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีทิศทางในทางบวก ส่งผลต่อคุณค่าที่ดีที่ได้รับจากธนาคาร

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวัง (Customer Expectations) ของผู้ใช้บริการสินค้าเชื้อสวัสดีการ สำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความคาดหวังต่อความสะดวก รวดเร็วของการบริการ ความถูกต้องแม่นยำ และความปลอดภัยในการทำธุรกรรม จากการใช้บริการ สินค้าเชื้อสวัสดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้บริการของธนาคาร

สมมติฐานที่ 4 มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อมุมมองคุณค่า (Perceived Value) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความคิดเห็นต่อมุมมองคุณภาพของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อมุมมองคุณค่า

สมมติฐานที่ 5 มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความคิดเห็นต่อมุมมองคุณภาพของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ

สมมติฐานที่ 6 มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความคิดเห็นต่อมุมมองคุณค่าของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อความพึงพอใจ และมุมมองคุณค่าส่งผลเชิงบวกมากที่สุดต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า ถ้าธนาคารต้องการเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการควรมุ่งเน้นเพิ่มการรับรู้คุณค่าเป็นสำคัญ

สมมติฐานที่ 7 ภาพลักษณ์ (Image) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อมุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในเรื่องความมั่นคงทางการเงินของธนาคาร ความเชื่อถือได้ มีระบบที่ปลอดภัยได้มาตรฐานสากล ของบริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ

สมมติฐานที่ 8 ภาพลักษณ์ (Image) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อดีการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ (Image) ในเรื่องความมั่นคงทางการเงินของธนาคาร ความเชื่อถือได้ มีระบบที่ปลอดภัยได้

มาตรฐานสากลของบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร

สมมติฐานที่ 9 ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางลบต่อการร้องเรียน (Customer Complaints) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.1 และมีทิศทางในเชิงลบต่อการร้องเรียน

สมมติฐานที่ 10 ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความพึงพอใจ ที่ครั้งต่อไปจะมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารซ้ำ และจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อความภักดี

สมมติฐานที่ 11 การร้องเรียน (Customer Complaints) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อความภักดีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Customer Loyalty) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน การร้องเรียนของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสินกับธนาคารกรุงไทยมีความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อความภักดี ซึ่งผลที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นเนื่องจากผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการกับธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทยซึ่งเป็นข้าราชการ ซึ่งมีความผูกพันและมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการจากธนาคารออมสินซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐเช่นเดียวกัน และมีบัญชีเงินเดือนซึ่งใช้บริการอยู่กับธนาคารกรุงไทย ถึงแม้ผู้ที่มาใช้บริการสินเชื่อจะมีการร้องเรียนเกิดขึ้น แต่ก็ยังมีความจำเป็นต้องใช้บริการกับธนาคารต่อไปจึงไม่มีผลในทางลบต่อความภักดีที่มีต่อธนาคาร

สมมติฐานที่ 12 ความภักดี (Customer Loyalty) ของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย มีผลในทางบวกต่อภาพลักษณ์ (Image)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการศึกษาจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 473 คน มีความภักดี ที่ครั้งต่อไปจะมาใช้บริการสินเชื่อของธนาคารซ้ำ และจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ เนื่องจากธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องความมั่นคง มีความเชื่อถือได้ มีระบบที่ปลอดภัย ได้มาตรฐานทัดเทียมสากลของการให้บริการ

สินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติ 0.01 และมีทิศทางในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ (Image) ของธนาคาร



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องมุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ : กรณีเปรียบเทียบ ธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน กับ ธนาคารกรุงไทย และสร้างดัชนีเปรียบเทียบความพึงพอใจการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้นำเสนอผลการศึกษาเกี่ยวกับ มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ กรณีเปรียบเทียบธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ผู้วิจัยได้แบ่งการสรุปผลการวิจัย 4 ส่วน ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

5.3 ประโยชน์ที่ได้จากการทำวิจัย ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต และข้อจำกัดของการศึกษาวิจัย

5.1 สรุปผลการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ ข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จากผลการวิเคราะห์ และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 473 คน โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยแบ่งอัตราส่วนของลูกค้ำซึ่งเป็นข้าราชการที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการตามลักษณะอาชีพ และธนาคารที่ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการ แล้วทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามลักษณะอาชีพ และธนาคารที่ให้บริการสินเชื่อสวัสดิการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากข้าราชการผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร จำนวน 473 คน โดยเป็นข้าราชการทหาร จำนวน 121 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 62 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 59 คน ทำการสุ่มตัวอย่างข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา

จำนวน 131 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 73 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 58 คน ทำการสุ่มตัวอย่างข้าราชการทหาร จำนวน 94 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 41 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 53 คน และทำการสุ่มตัวอย่างข้าราชการกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 127 คน แยกเป็นใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน จำนวน 61 คน และธนาคารกรุงไทยจำนวน 66 คน โดยสาเหตุที่มีการสุ่มตัวอย่างจาก 2 กลุ่มคือ ธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย เพราะต้องการให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสินและธนาคารกรุงไทย เป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย วงเงินกู้สินเชื่อสวัสดิการที่ใช้บริการกับธนาคาร วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ สาเหตุที่เลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร จำนวนครั้งในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร และระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการอนุมัติสินเชื่อของธนาคาร ตอนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจที่มีต่อ การใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคาร แบ่งตามองค์ประกอบตามกรอบแนวคิดการวิจัย 7 ด้าน รวมเป็นทั้งหมด 25 ข้อ ได้แก่ ความคาดหวัง (Customer Expectations) มุมมองคุณภาพ (Perceived Quality) มุมมองคุณค่า (Perceived Value) ภาพลักษณ์ (Image) ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) การร้องเรียน (Customer Complaints) และความภักดี (Customer Loyalty)

จากการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 473 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 35-50 ปี สถานภาพสมรส กำลังศึกษาปริญญาตรี/ปริญญาตรี อาชีพข้าราชการทั้งสิ้น แต่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 30,000.00 บาท โดยมีลักษณะการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ วงเงินสินเชื่อต่ำกว่า 500,000.00 บาท วัตถุประสงค์ในการกู้เงินส่วนใหญ่ เพื่อการอุปโภคบริโภค รองลงมาคือเพื่อผ่อนจำนองจากสถาบันการเงิน สาเหตุที่เลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร เหตุผลหลักมาจากการเดินทางที่สะดวก รองลงมาคือบริการดี ส่วนใหญ่เป็นการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการเป็นครั้งแรก ระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการอนุมัติสินเชื่อของธนาคาร 15 วัน ถึง 30 วัน

การทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละกลุ่มจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความแตกต่างกันหรือไม่ โดยการวิเคราะห์โดยการทดสอบสองตัวแปร (Bivariate Analysis) ได้ผลดังนี้ เพศที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อายุที่ต่างกัน ส่งผลให้มุมมองคุณค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า 35 ปี ให้ความสำคัญในเรื่องมุมมองคุณค่า มากกว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ส่วนด้าน ความ

คาดหวัง มุมมองคุณภาพ ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียนและความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถานภาพการสมรสที่ต่างกัน ส่งผลให้การร้องเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด มีโอกาสเกิดการร้องเรียนมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรส และผู้ที่หย่าร้าง ส่วนด้าน ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาที่ต่างกัน ส่งผลให้การร้องเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปมีโอกาสเกิดการร้องเรียนมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาโท ส่วนด้าน ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าอาชีพข้าราชการครู และอาชีพข้าราชการตำรวจมีความคาดหวังต่อบริการสินเชื่อ มากกว่าอาชีพข้าราชการทหารและข้าราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้อาชีพข้าราชการตำรวจยังให้ความสำคัญในเรื่องมุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ มากกว่าอาชีพข้าราชการอื่น ๆ ในเรื่องความภักดี อาชีพข้าราชการครู และข้าราชการตำรวจมีความภักดีมากกว่าข้าราชการสังกัดหน่วยงานอื่นส่วนด้าน การร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลให้ มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 30,000.00บาท ให้ความสำคัญกับมุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดี มากกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 30,000.00 บาทขึ้นไป ส่วนด้านความคาดหวัง ภาพลักษณ์ และการร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละกลุ่มจำแนกตามข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อ สวัสดิการสำหรับข้าราชการ

วงเงินกู้สินเชื่อสวัสดิการของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน ส่งผลให้ ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ที่ได้รับวงเงินกู้น้อยกว่า 500,000.00 บาท ให้ความสำคัญกับเรื่องความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดีมากที่สุด ส่วนด้านการร้องเรียน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการเพื่อการอุปโภคบริโภค ส่งผลให้มุมมองคุณภาพ ความพึงพอใจ การร้องเรียน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้าน ความคาดหวัง มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ และความภักดี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการเพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน ส่งผลให้ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการนั้น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเงินไปใช้ในเรื่องของการอุปโภคบริโภคเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือนำไปไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน

เหตุผลหรือสาเหตุที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากการเดินทางสะดวกที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากการเดินทางสะดวก ให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากเหตุผลการเดินทางสะดวก

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากการบริการที่ดีที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากการบริการที่ดี ให้ความสำคัญในทุกด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากเหตุผลการบริการที่ดี ยกเว้นการร้องเรียน ให้ความสำคัญน้อยกว่า

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมเหมาะสมที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากอัตราดอกเบี้ย และค่าธรรมเนียมเหมาะสม ให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากเหตุผลเรื่องอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียมเหมาะสม

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเป็นบัญชีเงินเดือนที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากเป็นบัญชีเงินเดือน ให้ความสำคัญทั้ง 7 ด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเหตุผลการเป็นบัญชีเงินเดือน

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากวงเงินที่ให้สินเชื่อที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากวงเงินที่ให้สินเชื่อ ให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากวงเงินที่ให้สินเชื่อ

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสมที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ และความภักดี แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม ให้ความสำคัญในด้านดังกล่าวสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อจากระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากจำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากจำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อให้ความสำคัญทั้ง 7 ด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเหตุผลในด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการสินเชื่อ

สาเหตุของการเลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากระยะเวลาดำเนินการอนุมัติสินเชื่อที่ต่างกัน ส่งผลให้ด้านความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ การร้องเรียน และความภักดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่าผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเนื่องจากระยะเวลาดำเนินการอนุมัติสินเชื่อ ให้ความสำคัญทั้ง 7 ด้านสูงกว่า ผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการสินเชื่อเนื่องจากเหตุผลระยะเวลาดำเนินการอนุมัติสินเชื่อ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องมุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ : กรณี เปรียบเทียบธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทย ผลการวิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ มุมมองคุณค่า และภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมุมมองคุณค่าส่งผลเชิงบวกมากที่สุดต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลดังกล่าวสามารถตีความได้ว่า ถ้าธนาคารต้องการเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการ ควรมุ่งเน้นเพิ่มการรับรู้คุณค่าเป็นสำคัญโดยจากผลการวิจัยครั้งนี้ควรมุ่งเน้นความปลอดภัยในการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาชัย สุขวิช (2558, หน้า 191) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่อการให้บริการสินเชื่อ องค์การชุมชนธนาคารออมสิน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่อการให้บริการสินเชื่อขององค์กรชุมชนธนาคารออมสิน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่อการให้บริการสินเชื่อขององค์กรชุมชนธนาคารออมสิน มีระดับความพึงพอใจต่อขั้นตอนการให้บริการด้านสินเชื่อชุมชน ธนาคารออมสิน มีความชัดเจนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ในระดับมากรองลงมาคือเจ้าหน้าที่ ธนาคารผู้ดำเนินงาน มีความโปร่งใส อยู่ในระดับมาก และเจ้าหน้าที่ธนาคารได้นำเอาปัญหาและอุปสรรคไปวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางปรับปรุงโครงการได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. สำหรับการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของแต่ละธนาคาร คือ ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ที่ต่างกันส่งผลต่อ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความคาดหวัง มุมมองคุณภาพ การร้องเรียน และความภักดีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจากค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของธนาคารกรุงไทย มีค่ามากกว่าของธนาคารออมสิน ใน 6 ด้าน ยกเว้นการร้องเรียนมีค่าความคิดเห็นน้อยกว่า โดยมี 3 ด้าน ที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ ซึ่งก็แสดงให้เห็นว่า การใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารกรุงไทย มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากกว่า การใช้บริการของธนาคารออมสิน ดังนั้น ธนาคารออมสิน ควรพัฒนาคุณภาพการบริการทางด้านสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ โดยให้ความสำคัญในเรื่องของ มุมมองคุณค่า ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการเป็นสำคัญ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคตและข้อจำกัดของการศึกษาวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยไปใช้

1) การใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการของธนาคารกรุงไทย มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากกว่าการใช้บริการของธนาคารออมสินอาจเป็นเพราะข้าราชการในหน่วยงานต้นสังกัดต่าง ๆ มีความผูกพันกับการใช้บริการของธนาคารกรุงไทยมายาวนาน เช่นกรมบัญชีกลางมีการจ่ายเงินเดือนข้าราชการผ่านทางธนาคารกรุงไทย อีกทั้งปัจจุบันธนาคารกรุงไทย ยังมีการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ออกมาให้บริการกลุ่มหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการบัตรสวัสดิการสุขภาพข้าราชการ เพื่อปรับระบบเบิกจ่ายตรงค่ารักษาพยาบาลประเภทผู้ป่วยนอกของข้าราชการและครอบครัว จากแบบเดิมมาเป็นการใช้บัตรประชาชนทำธุรกรรมผ่านเครื่องรับบัตรอิเล็กทรอนิกส์ (EDC) ทำให้การใช้สิทธิ์เบิกจ่ายตรง ค่ารักษาพยาบาลเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และลดปริมาณเอกสารทางการเงิน ดังนั้น ธนาคารออมสิน ควรพัฒนาคุณภาพการบริการทางด้านสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ เพื่อตอบสนองความต้องการของข้าราชการที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี อาจเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อ ได้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร พร้อมทั้งให้แนะนำข้อเสนอแนะ ในการที่ทางธนาคารจะได้นำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดี และได้พัฒนามาตรฐานการบริการให้ทัดเทียมสากลมากขึ้น

2) ด้านการร้องเรียน จะเห็นว่าผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจกับการร้องเรียน มีความสัมพันธ์เป็นลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ความสัมพันธ์ระหว่างการร้องเรียน มีค่าเป็นบวกอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ตามการสร้างดัชนีความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) ของ Fornell, John, Anderson, Cha & Bryant (1996, pp.7-18) ดังนั้นควรให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา และตอบข้อร้องเรียนของลูกค้า เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของธนาคารเป็นไปอย่างถูกต้อง โปร่งใส ยุติธรรม

และสามารถตรวจสอบได้ สอดคล้องกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยคณะกรรมการธนาคารได้มอบหมายให้คณะกรรมการตรวจสอบเป็นผู้พิจารณาเรื่องร้องเรียนจากที่ผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ในเรื่องหรือข้อสงสัยว่าหน่วยงานและพนักงานของธนาคารได้กระทำการที่ไม่ถูกต้อง อันอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อธนาคาร รวมถึงกำหนดมาตรการคุ้มครองผู้ร้องเรียนที่ได้ร้องเรียนด้วยความสุจริต เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประชาชนผู้มาใช้บริการของธนาคาร

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการเพียง 7 ด้านเท่านั้นตามการสร้างความพึงพอใจของสหรัฐอเมริกา (ACSI) โดยเพิ่มมุมมองด้านภาพลักษณ์เข้าไป ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการเลือกใช้อำนาจประกอบที่ส่งผลต่อความพึงพอใจมากกว่าที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเพื่อได้องค์ประกอบที่ส่งผลต่อการเกิดความพึงพอใจที่มีความ หลากหลายมากยิ่งขึ้นเป็นต้น

2) ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาประชากร และกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่ใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคาร เช่น หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานเอกชน เป็นต้น

3) สามารถนำรูปแบบการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของธนาคารในด้านอื่น ๆ เช่นผลิตภัณฑ์สินเชื่อประเภทอื่นของธนาคาร หรือผลิตภัณฑ์ทางด้านเงินฝาก เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการวางแผน และพัฒนาการให้บริการของธนาคารต่อไป

5.3.3 ข้อจำกัดของการศึกษาวิจัย

1. ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์ ในการเก็บข้อมูล ซึ่งอาจทำให้การเลือกกลุ่มประชากรกระจายไม่เท่ากัน แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ยังคงเชื่อถือได้

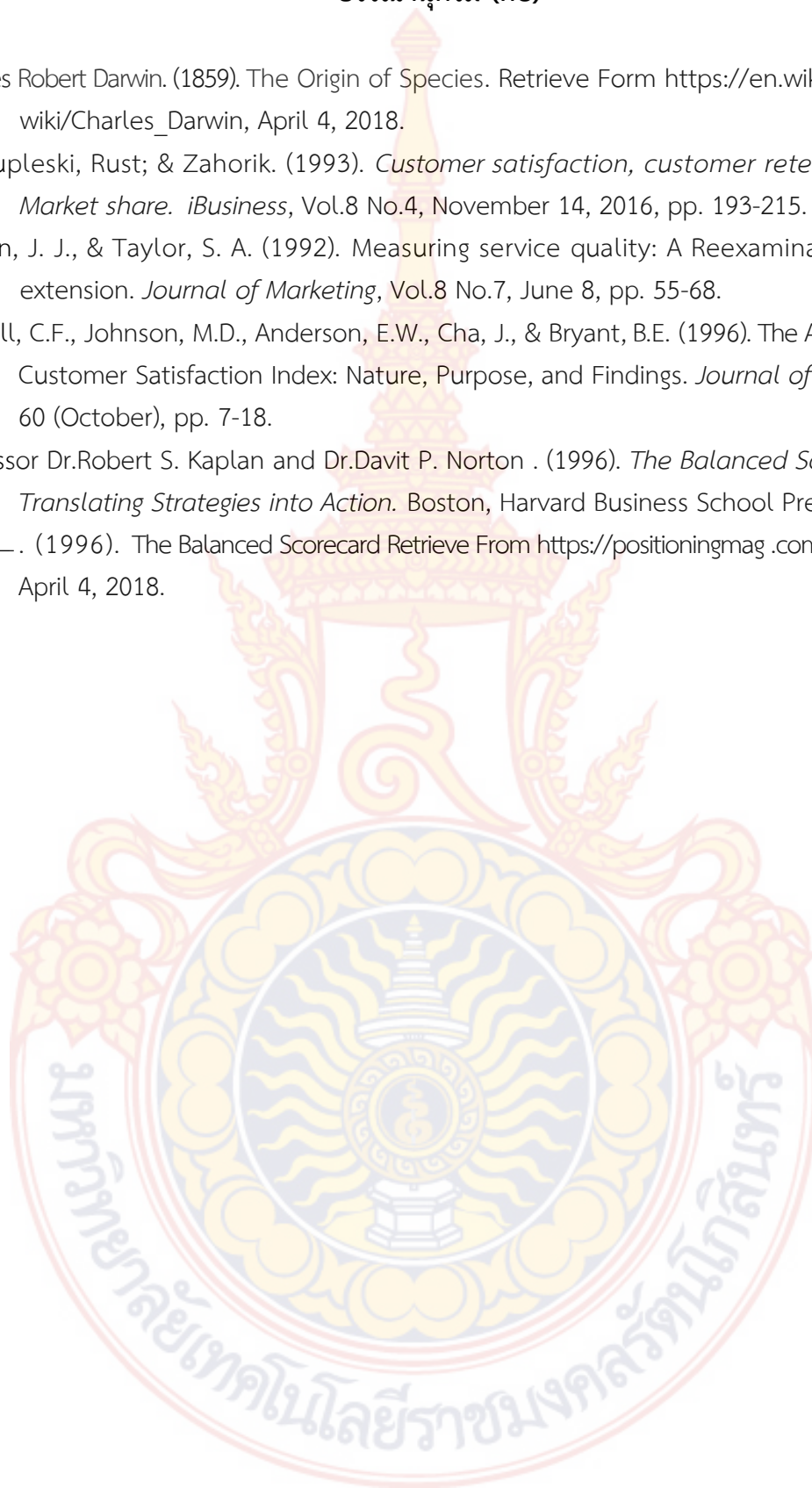
2. การวิจัยเรื่อง มุมมองคุณค่ากับความพึงพอใจที่มีต่อการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ กรณีเปรียบเทียบธนาคารออมสิน กับธนาคารกรุงไทยในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยตามองค์ประกอบ 7 ด้านเท่านั้น

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ปัญญาชนพัฒน์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บัตรเครดิตธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ชัชวาล อรรถศรีศุภทัต. (2011). ทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ. เข้าถึงได้จาก: http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=true, 3 เมษายน 2561.
- ทัตตยา วงษ์ไพศาล. (2557). การศึกษาความสามารถในการบริหารจัดการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการเลือกใช้บริการ ของ ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) คลัสเตอร์ตลาดสี่มุมเมือง ภาคนครหลวง 9. การค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ทองศักดิ์ จิรวัดนิวิจิตร. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรเครดิตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ภาคกลางสาม สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ธนาชัย สุขวณิช. (2558). ความพึงพอใจของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่อการให้บริการสินเชื่อองค์กรชุมชนธนาคารออมสิน. การค้นคว้าอิสระ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). แนวโน้มสินเชื่อไทยปี 2560. เข้าถึงได้จาก: <https://www.google.com/search?source=hp&ei=AvU8W6wPie-8BNWYmZgl&q>, 1 เมษายน 2561.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2560). ความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุ่งน. (2558). ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (The Theory of Consumer Behavior). ดุษฎีนิพนธ์. หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). บทวิเคราะห์เศรษฐกิจ. เข้าถึงได้จาก: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/35477.aspx>, 1 เมษายน 2561.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูพีซีแอล บั๊คส์.
- สิริวารวรรณ ด่านวิริยะกุล และคณะ. (2018). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บัตรเดบิต ธนาคาร เอ จำกัด (มหาชน) ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ และนานาชาติ, 1(9), 1312-1322.
- Abraham H. Maslow. (1954). *Maslow's General Theory of Human & Motivation*. Retrieve Form <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/maslows-general-theory-of-human.html>, April 4, 2018.
- Bitner, M.J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 2 (April 1992), pp. 57-71.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Charles Robert Darwin. (1859). *The Origin of Species*. Retrieve Form https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Darwin, April 4, 2018.
- Cordupleski, Rust; & Zahorik. (1993). *Customer satisfaction, customer retention, and Market share*. *iBusiness*, Vol.8 No.4, November 14, 2016, pp. 193-215.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A Reexamination and extension. *Journal of Marketing*, Vol.8 No.7, June 8, pp. 55-68.
- Fornell, C.F., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J., & Bryant, B.E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*. 60 (October), pp. 7-18.
- Professor Dr.Robert S. Kaplan and Dr.Davit P. Norton . (1996). *The Balanced Scorecard : Translating Strategies into Action*. Boston, Harvard Business School Press.
- . (1996). *The Balanced Scorecard* Retrieve From <https://positioningmag.com/1675>, April 4, 2018.





ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร. ธาตรี จันทร์โคติกา
ตำแหน่ง: รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กอบกุล จันทร์โคติกา
ตำแหน่ง: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการและวิจัย วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. ดร.ศิริพงษ์ สีสไพบร
ตำแหน่ง: อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ พื้นที่ศาลายา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ ทางผู้จัดทำวิจัยจะเก็บเป็นความลับและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น จึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยเนื้อหาในแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน



ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 35 ปี

35-50 ปี

มากกว่า 51 ปี

3. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง

4. การศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

กำลังศึกษาปริญญาตรี/ ปริญญาตรี

ปริญญาโท / สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

ข้าราชการทหาร

ข้าราชการครู

ข้าราชการตำรวจ

ข้าราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 30,000 บาท

30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารออมสิน

1. วงเงินสินเชื่อสวัสดิการที่ท่านใช้บริการกับธนาคารออมสิน มีประมาณ

- น้อยกว่า 500,000 บาท
 500,001 – 1,000,000 บาท
 มากกว่า 1,000,000 บาท

2. ท่านใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน เพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง

- | | ใช่ | ไม่ใช่ |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. เพื่อการอุปโภค หรือบริโภค | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. เพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการกับธนาคารออมสิน

- | | ใช่ | ไม่ใช่ |
|---|--------------------------|--------------------------|
| 1. เดินทางสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. บริการดี | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. เป็นบัญชีเงินเดือน | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. วงเงินที่ให้สินเชื่อ | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. ระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

4. จำนวนครั้งในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน

- ครั้งแรก
 ครั้งที่ 2
 มากกว่า 2 ครั้ง

5. ระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารออมสิน ประมาณ

- น้อยกว่า 15 วัน
 15 – 30 วัน
 มากกว่า 30 วัน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1. ท่านมีความคาดหวังต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน ด้าน

	5	4	3	2	1
ขั้นตอนไม่ยุ่งยากอนุมัติรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
บริการรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความถูกต้องแม่นยำ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ท่านมีมุมมองต่อคุณภาพของบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน ว่า

	5	4	3	2	1
มีบริการที่สุภาพดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ให้บริการสะดวกรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีระบบที่ปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่อง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ท่านมีมุมมองต่อความคุ้มค่าของบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน ว่า

	5	4	3	2	1
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความปลอดภัยของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ท่านมีมุมมองต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสิน ว่า

	5	4	3	2	1
มีความมั่นคงทางการเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีความเชื่อถือได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีระบบที่ปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการที่ได้รับของธนาคารออมสิน ด้าน

	5	4	3	2	1
ความสะดวกของบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความรวดเร็วของบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความถูกต้องแม่นยำ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความปลอดภัยของระบบ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ท่านเคยมีปัญหาของบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินในระดับที่มีโอกาส

	5	4	3	2	1
ร้องเรียนกับผู้บริหารธนาคาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
บอกปัญหาต่อให้คนรู้จัก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
เผยแพร่ปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ท่านมีความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการที่ได้รับของธนาคารออมสิน ด้าน

	5	4	3	2	1
ครั้งต่อไปคุณจะใช้บริการซ้ำ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
คุณจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารออมสินในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

.....

.....

.....

.....



แบบสอบถาม

เรื่อง แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ ทางผู้จัดทำการวิจัยจะเก็บเป็นความลับและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น จึงขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงเพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยเนื้อหาในแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการธนาคารกรุงไทย

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของ
ธนาคารกรุงไทย



ส่วนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย
 หญิง

2. อายุ

- น้อยกว่า 35 ปี
 35-50 ปี
 มากกว่า 51 ปี

3. สถานภาพการสมรส

- โสด
 สมรส
 หย่าร้าง

4. การศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
 กำลังศึกษาปริญญาตรี/ ปริญญาตรี
 ปริญญาโท / สูงกว่าปริญญาโทขึ้นไป

5. อาชีพ

- ข้าราชการทหาร
 ข้าราชการครู
 ข้าราชการตำรวจ
 ข้าราชการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 30,000 บาท
 30,000 บาทขึ้นไป



ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการสำหรับข้าราชการ ของธนาคารกรุงไทย

1. วงเงินสินเชื่อสวัสดิการที่ท่านใช้บริการกับธนาคารกรุงไทย มีประมาณ
 - น้อยกว่า 500,000 บาท
 - 500,001 – 1,000,000 บาท
 - มากกว่า 1,000,000 บาท

2. ท่านใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย เพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง

	ใช่	ไม่ใช่
1.เพื่อการอุปโภค หรือบริโภค	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.เพื่อไถ่ถอนจำนองจากสถาบันการเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการกับธนาคารกรุงไทย

	ใช่	ไม่ใช่
1.เดินทางสะดวก ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.บริการดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.อัตราดอกเบี้ย/ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.เป็นบัญชีเงินเดือน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.วงเงินที่ให้สินเชื่อ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.ระยะเวลาผ่อนชำระที่เหมาะสม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. จำนวนครั้งในการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย
 - ครั้งแรก
 - ครั้งที่ 2
 - มากกว่า 2 ครั้ง

5. ระยะเวลาที่ใช้ดำเนินการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารกรุงไทย ประมาณ
 - น้อยกว่า 15 วัน
 - 15 – 30 วัน
 - มากกว่า 30 วัน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย

ระดับความคิดเห็น	5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ระดับความคิดเห็น	4	หมายถึง	เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับความคิดเห็น	2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ระดับความคิดเห็น	1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1. ท่านมีความคาดหวังต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย ด้าน

	5	4	3	2	1
ขั้นตอนไม่ยุ่งยากอนุมัติรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
บริการรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความถูกต้องแม่นยำ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความปลอดภัยในการทำธุรกรรม	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ท่านมีมุมมองต่อคุณภาพของบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย ว่า

	5	4	3	2	1
มีบริการที่สุภาพดี	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ให้บริการสะดวกรวดเร็ว	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีระบบที่ปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ไม่มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่อง	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. ท่านมีมุมมองต่อความคุ้มค่าของบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย ว่า

	5	4	3	2	1
คุณภาพบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความเร็วของบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความถูกต้องของบริการมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความปลอดภัยของการทำธุรกรรมมีความคุ้มค่า	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ท่านมีมุมมองต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทย ว่า

	5	4	3	2	1
มีความมั่นคงทางการเงิน	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีความเชื่อถือได้	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
มีระบบที่ปลอดภัย	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการสินเชื่อสวัสดิการที่ได้รับของธนาคารกรุงไทย ด้าน

	5	4	3	2	1
ความสะดวกของบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความรวดเร็วของบริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความถูกต้องแม่นยำ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ความปลอดภัยของระบบ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ท่านเคยมีปัญหาของบริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทยในระดับที่มีโอกาส

	5	4	3	2	1
ร้องเรียนกับผู้บริหารธนาคาร	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
บอกปัญหาต่อให้คนรู้จัก	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
เผยแพร่ปัญหาในสื่อสังคมออนไลน์	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ท่านมีความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการที่ได้รับของธนาคารกรุงไทย ด้าน

	5	4	3	2	1
ครั้งต่อไปคุณจะใช้บริการซ้ำ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
คุณจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อสวัสดิการของธนาคารกรุงไทยในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

.....

.....

.....

.....



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางนันทยา อิมทรัพย์สังวร
วัน เดือน ปีเกิด	19 มีนาคม 2520
สถานที่เกิด	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ที่อยู่ปัจจุบัน	3/1 ถนนประจวบคีรี ตำบลประจวบคีรีขันธ์ อำเภอเมือง ประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77000
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	ธนาคารออมสิน เลขที่ 28 หมู่ที่ 2 ตำบลไร่ใหม่ อำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รหัสไปรษณีย์ 77180
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้เขตประจวบคีรีขันธ์
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
พ.ศ. 2558	ปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ.2542 - 2543	ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการเขตฝึกหัด บริษัท ซี.พี. เซเวนอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน)
พ.ศ.2544 - 2546	ตำแหน่งพนักงานบัญชีบริษัท แอร์บอร์น เฟรส (ประเทศไทย) จำกัด