

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด

ฤทธิรงค์ รุ่งวิสัย

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

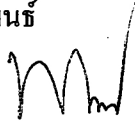
วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2558

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

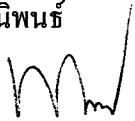
อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์ และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ ได้พิจารณางานนิพนธ์
ของ ฤทธิรงค์ รุ่งวิสัย ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์



.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต)

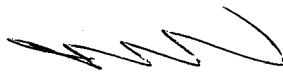
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์



.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต)

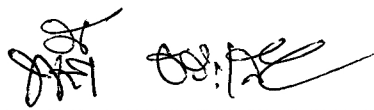


.....กรรมการ
(อาจารย์ชิตพล ชัยมะดัน)



.....กรรมการ
(อาจารย์พรเทพ นามกร)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา



..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชนี ธารเสนา)

วันที่ 6 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2558

กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของเกษตรกรรถูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด” ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณา อนุเคราะห์ให้ความรู้ ความร่วมมือแก่ผู้วิจัย จากบุคคลหลายฝ่ายดังนั้นผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้มีรายนามดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงษ์เสฐียร เหลืองอกลงกต ผู้อำนวยการศูนย์ การศึกษาจันทบุรี วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นอย่างสูงที่กรุณารับเป็นที่ปรึกษา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือให้แนะนำ ตรวจสอบปรับปรุงงานนิพนธ์นี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ได้ประสิทธิ์ ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย เพื่อนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหาร ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดตราด ที่ให้ความสะดวกในการเก็บข้อมูลและขอขอบพระคุณเกษตรกรรถูกค้าผู้ใช้บัตร สินเชื่อในพื้นที่จังหวัดตราดที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัย รวมถึงเพื่อน ที่ให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจตลอด ระยะเวลาการศึกษา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่างานนิพนธ์ฉบับนี้จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานของ ภาครัฐ ภาคเอกชน เกษตรกรผู้สนใจ และบุคคลทั่วไปที่จะนำข้อมูลนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ใน อนาคต

นายฤทธิรงค์ รุ่งวิสัย

56930116: สาขาวิชา: การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน; รป.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ/ เกษตรกร/ บัตรสินเชื่อ

กฤทธิรงค์ รุ่งวิสัย: ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อ

เกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด (FARMER CUSTOMERS' SATISFACTION WITH CREDIT CARD OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL CO-OPERATIVES AT TRAT BRANCH) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต, ปร.ค. 82 หน้า.

ปี พ.ศ. 2558.

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ กลุ่มตัวอย่างเป็น เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับบริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร มีจำนวน 362 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับต่อไปนี้ ด้านบุคคลหรือพนักงาน เป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพและความพึงพอใจ เป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ส่วนปัจจัยด้านบุคคลที่นำมา ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

56930116: MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT; M.P.A.

(PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT)

KEYWORDS: SATISFACTION/ FARMERS/ CREDIT CARD

RITTIRONG RUNGVISAI: FARMER CUSTOMERS' SATISFACTION WITH CREDIT CARD OF BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL CO-OPERATIVES AT TRAT BRANCH. ADVISOR: PONGSATEAN LUENGALONGKOT, Ph.D. 82 P. 2015.

The research had objectives to study farmer customers' satisfaction with credit card of Bank for Agricultural Co-operatives at Trat Branch and to compare the satisfaction of farmer customers categorized by gender, age, education level and income. The sample group consisted of 362 farmer customers of Trat Branch of Bank for Agricultural Co-operatives. The statistics used for data analysis consisted of frequency, percentage, mean (\bar{X}), standard deviation (SD), t-test and One-way ANOVA.

The findings revealed that farmer customers had the high level of satisfaction with credit card of Bank for Agricultural Co-operatives at Trat Branch. The aspect of the services with which they were satisfied the first was personnel or employees. The next aspects with which they were satisfied respectively were process, price, place (distribution), promotion and physical evidence. Product was the last aspect with which the customers were satisfied. For the comparison of customers' personal characteristics which affected the satisfaction, it was found that customers with different gender, age, education level and income had no difference in the satisfaction with the operation of credit card of Bank for Agricultural Co-operatives at Trat Branch.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาในการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	3
กรอบแนวคิดในการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	7
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	10
ข้อมูลทั่วไปของบัตรเครดิต	16
ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรตามนโยบายรัฐบาล	19
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดตราด สาขาตราด	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
3 วิธีดำเนินการวิจัย	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
การวิเคราะห์ข้อมูล	42
เกณฑ์การแปลผล	42
4 ผลการวิจัย	44
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม	44
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงาน บริการสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับบริการบริการสินเชื่อเกษตรกร ...	46
ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน	54
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	59
สรุปผลการวิจัย	59
อภิปรายผลการวิจัย	61
ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	68
ภาคผนวก	72
ภาคผนวก ก	73
ภาคผนวก ข	78
ประวัติย่อของผู้วิจัย	82

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1 การเปรียบเทียบส่วนผสมการตลาดในมุมมองธุรกิจและของลูกค้า	14
2-2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรต่อการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการบัตรเครดิตเชื่อ เกษตรกร	23
2-3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กรต่อการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการบัตรเครดิตเชื่อ เกษตรกร	24
4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล.....	44
4-2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการ ดำเนินงานบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวม.....	46
4-3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามด้าน ผลิตภัณฑ์การให้บริการของบัตรเครดิต.....	47
4-4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราดด้านราคาการให้ บริการของบัตรเครดิต.....	48
4-5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายของบัตรเครดิต.....	49
4-6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านการส่งเสริม การบริการบัตรเครดิต.....	49
4-7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้า ต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคคลหรือพนักงาน การให้บริการของบัตรเครดิต.....	51
4-8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านลักษณะ ทางกายภาพของธนาคารในการให้บริการบัตรเครดิต.....	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านกระบวนการ ให้บริการของบัตรสินเชื่อ	53
4-10 การเปรียบเทียบเพศกับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อ เกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด.....	54
4-11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการ ดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามอายุ.....	54
4-12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของ เกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด กับช่วงอายุ	55
4-13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อ การดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม ระดับการศึกษา	55
4-14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของ เกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด กับระดับการศึกษา	56
4-15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการ ดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	57
4-16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ ของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด กับรายได้เฉลี่ยต่อปี.....	57
4-17 ผลการทดสอบสมมติฐาน	58

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้เกษตรกรได้มีวงเงินสินเชื่อไว้ในบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้แทนเงินสดสำหรับซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร และเครื่องอุปโภคที่จำเป็นในครัวเรือนที่มีคุณภาพในราคายุติธรรมอันจะเป็นส่วนช่วยลดต้นทุนทางการผลิต ลดภาระทางการเงิน โดยเฉพาะวงจรตกเขียวและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่เกษตรกร รัฐบาลจึงได้มอบหมายให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานระยะแรกในปี พ.ศ. 2555 และได้พัฒนาทดสอบการทำงานของระบบจนมั่นใจว่าสามารถให้บริการได้แล้ว จึงได้เปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2555 โดยจัดทำและส่งมอบบัตรให้แก่เกษตรกรที่เป็นชาวนาลำดับแรก ต่อมาได้ขยายไปยังเกษตรกรกลุ่มอาชีพอื่นทั่วประเทศ จนสิ้นปีบัญชีของ ธ.ก.ส. (31 มีนาคม พ.ศ. 2556) ได้จัดทำบัตรและเปิดใช้งานบัตรแล้วจำนวน 2,000,000 บัตร มีการรับร้านค้าเข้าร่วมโครงการจำนวน 4,000 ร้านค้า มีเกษตรกรผู้ถือบัตรได้นำบัตรไปรูดซื้อปัจจัยการผลิตประมาณ 400,000 ราย เป็นเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรประมาณ 3,500 ล้านบาท สำหรับการดำเนินโครงการระยะที่ 2 (ปีบัญชี 2556-ปีบัญชี 2557) โดยในปีบัญชี 2556 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีแผนขยายการจัดทำบัตรและส่งมอบบัตร ให้ครอบคลุมเกษตรกรทุกครอบครัวไม่ต่ำกว่า 4,000,000 ราย ขยายร้านค้าที่รับบัตรให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ตำบลละไม่ต่ำกว่าหนึ่งแห่งทั่วประเทศหรือไม่ต่ำกว่า 10,000 ร้านค้า ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและส่งเสริมการใช้จ่ายผ่านบัตรให้มียอดขายผ่านบัตรไม่ต่ำกว่า 20,000 ล้านบาท รวมทั้งสร้างคุณค่าของบัตรให้เป็นหลักประกันทางการเงินให้แก่เกษตรกร ขณะเดียวกันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้ลงทุนเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้รองรับปริมาณงานที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นรวมทั้งเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำให้บัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นธุรกิจหลักด้านสินเชื่อของธนาคารในอนาคต (ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร, 2557)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด เป็นธนาคารของรัฐสังกัดกระทรวงการคลัง ได้ให้บริการทั้งด้านเงินฝาก และสินเชื่อ แก่เกษตรกรลูกค้า จำนวน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองตราด อำเภอแหลมงอบ อำเภอคลองใหญ่ อำเภอเกาะช้าง และอำเภอเกาะกูด มีเกษตรกรลูกค้าทั้งหมดจำนวน 6,514 คน และตามที่รัฐบาลได้มีนโยบายตามโครงการบัตรสินเชื่อ

เกษตร และได้มอบหมายให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นผู้ดำเนินการสนองนโยบายดังกล่าวของรัฐบาลนั้น ในส่วนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด ได้ดำเนินมอบบัตรสินเชื่อเกษตรกรให้แก่เกษตรกรลูกค้าแล้วจำนวน 3,826 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2557 (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2557)

การที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการเสียก่อน (Kotlor, 1994) ทำให้สามารถวางแผนการดูแลได้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ อีกทั้งเป็นการหาเหตุปัจจัยที่ทำให้ผู้รับบริการไม่พึงพอใจซึ่งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรก็เป็นองค์กรหนึ่งที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางการตัดสินใจดำเนินการต่าง ๆ การให้ความสำคัญกับลูกค้า ด้วยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Customer satisfaction) จะทำให้เกิดการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเข้มแข็งของเศรษฐกิจระดับฐานราก ไปพร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจระดับมหภาคมุ่งส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของประชาชน เพิ่มฐานเกษตรกรลูกค้าและปริมาณการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคาร โดยผ่าน โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรที่รัฐบาลได้มอบหมายให้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรดูแล และเมื่อผู้รับบริการมีความพึงพอใจเกิดขึ้นแล้วผู้รับบริการก็ย่อมกลับมาใช้บริการอีก

ดังนั้นผู้วิจัยได้สนใจศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ว่าสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่ และส่งผลดีผลเสียแก่เกษตรกรลูกค้าอย่างไร โดยผู้ทำวิจัยหวังว่าผลการทำวิจัยในครั้งนี้จะเกิดประโยชน์แก่ธนาคารที่จะได้นำคำตอบหรือบทสรุปจากงานวิจัยมาใช้เป็นแนวทางการแก้ไข ตลอดจนพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจลูกค้าและผูกใจลูกค้าให้คงอยู่กับธนาคารตลอดไป

ปัญหาในการวิจัย

1. เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด มากน้อยเพียงใด
2. เกษตรกรลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

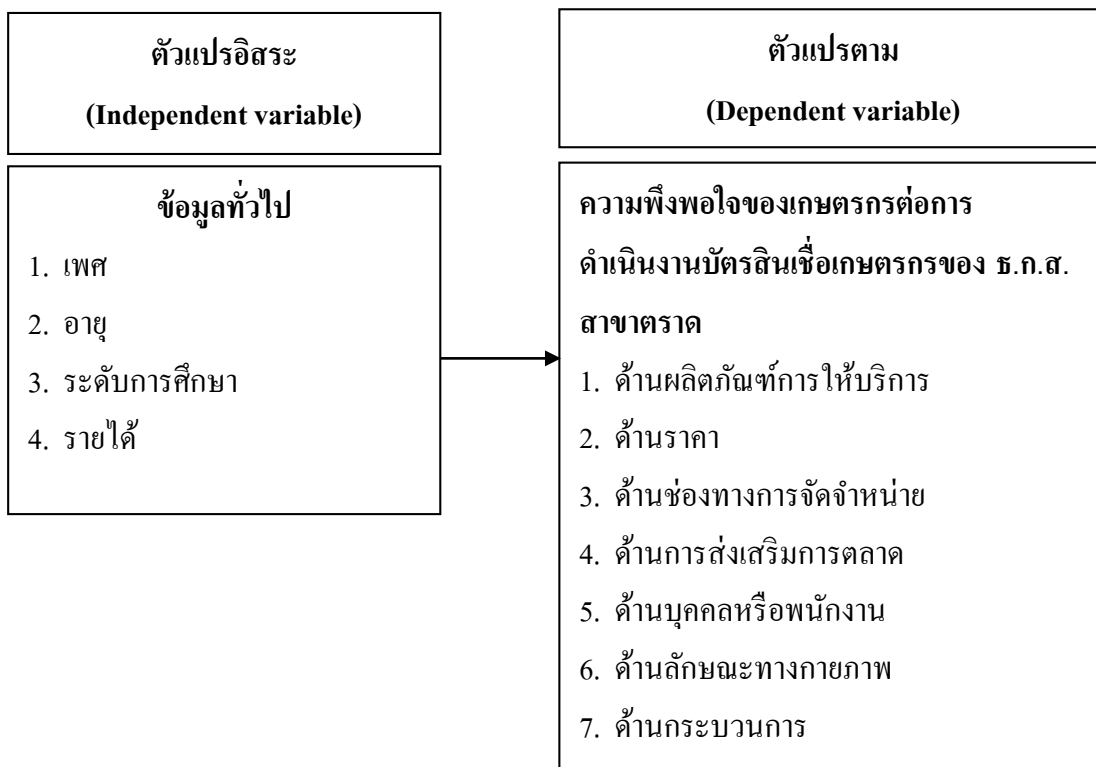
1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

สมมติฐานการวิจัย

1. เกษตรกรลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน
2. เกษตรกรลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน
3. เกษตรกรลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน
4. เกษตรกรลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการศึกษา

กรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่องศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดในการศึกษารั้งนี้ โดยประยุกต์จากแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Kotler, 2003 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญลักษณ์านนท์, สุภร เสรี รัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2546) ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้เป็นตัวแปรสำคัญต่อแนวทางการปรับปรุงการให้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด
2. ทราบผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราดจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้
3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาเพื่อการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการบริการด้านบัตรสินเชื่อเกษตรกรให้เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรลูกค้าผู้รับบริการ และมีมาตรฐานเพิ่มขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Kotler, 2003 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ที่เกี่ยวข้องมีผลต่อความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ
 - 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ
 - 2.2 ด้านราคา
 - 2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - 2.5 ด้านบุคคลหรือพนักงาน
 - 2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ
 - 2.7 ด้านกระบวนการ

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เกษตรกรลูกค้าที่ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำนวน 3,826 คน ข้อมูล ณ 30 เมษายน พ.ศ. 2557 (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2557)

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด โดยศึกษาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2557 รวมเวลาประมาณ 8 เดือน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ หรือทัศนคติที่ดีหลังจากเข้ารับ การบริการ ซึ่งถ้าได้รับการบริการตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ แต่ถ้าไม่ได้รับการบริการตามที่ได้คาดหวังไว้ลูกค้าจะเกิดความไม่พอใจได้ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ

โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร หมายถึง โครงการที่จัดตั้งขึ้นตามนโยบายของรัฐบาล สมัย นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร

การดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกร หมายถึง การดำเนินงานตามโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด

ลูกค้า/ ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้มาใช้บริการกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาตราด

ผลิตภัณฑ์การให้บริการของบัตรสินเชื่อ หมายถึง บัตรสินเชื่อมีความหลากหลายของสินค้าที่ให้บริการ รูปทรงและความสวยงามของบัตรสินเชื่อ เงินบัตรสินเชื่อที่ได้รับและรวมถึงระบบการรักษาความปลอดภัยของตัวบัตรสินเชื่อ

ราคาการให้บริการของบัตรสินเชื่อ หมายถึง อัตราดอกเบี้ยบัตรสินเชื่อที่เกษตรกรลูกค้าต้องจ่ายต่ำกว่าบัตรเครดิตของธนาคารอื่น ๆ ธนาคารมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย (0%) 1 เดือน ค่าปรับที่เกิดจากการผิดนัดชำระมีความเหมาะสม

ช่องทางการจัดจำหน่ายของบัตรสินเชื่อ หมายถึง ธ.ก.ส. สาขาตราด มีสถานที่ตั้งสะดวกและง่ายในการเข้าไปติดต่อใช้บริการ

การส่งเสริมการบริการบัตรสินเชื่อ หมายถึง ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการบัตรสินเชื่อ มีโครงการจัดหาปุ๋ยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (ฟรีดอกเบี้ย 5 เดือน) มีการส่งมอบบัตรถึงมือลูกค้าโดยตรง ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี ร้านค้าให้บริการอยู่ใกล้บ้าน และมีจำนวนร้านค้าเพียงพอต่อการให้บริการ

บุคคลหรือพนักงานการให้บริการของบัตรสินเชื่อ หมายถึง พนักงานธนาคารแสดงความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบัตรสินเชื่อมีความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย พนักงานให้ข้อมูลในการใช้บัตรได้อย่างถูกต้อง

ลักษณะทางกายภาพของธนาคารในการให้บริการบัตรสินเชื่อ หมายถึง ธนาคารมีความสะดวกและมีความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป และใบคำขอต่าง ๆ ธนาคารมีช่องทางแกลนเตอร์รับชำระหนี้เพียงพอ ร้านค้าแสดงสินค้าและราคาสินค้าที่สามารถซื้อโดยบัตรสินเชื่อได้อย่างชัดเจน

กระบวนการให้บริการของบัตรสินเชื่อ หมายถึง ธนาคารมีการให้บริการบัตรสินเชื่อเป็นขั้นตอนสะดวกและรวดเร็ว มีคำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับการใช้บัตรสินเชื่อ ธนาคารมีพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการบัตรสินเชื่อ มีความถูกต้องในการแจ้งยอดชำระหนี้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีส่ว่นประสมทางการตลาด
3. ข้อมูลทั่วไปของบัตรเครดิต
4. ข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรตามนโยบายรัฐบาล
5. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงาน

ธ.ก.ส. จังหวัดตราด สาขาตราด

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) Kotler (1994 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) สามารถจำแนกได้ 2 ความหมาย ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Customer satisfaction) และความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ (Job satisfaction) ดังนี้

1. ความหมายของความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer satisfaction) ตามแนวความคิดของนักการตลาดจะพบนิยามของความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น 2 ความหมาย คือ ความหมายที่ยึดสถานการณ์การซื้อเป็นหลักให้ความหมายไว้ว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังจากสถานการณ์ซื้อสถานการณ์หนึ่ง” และความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ได้ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมด ของประสบการณ์หลาย ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง” ดังนั้นอาจสรุปความได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

2. ความหมายของความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ (Job satisfaction) ตามแนวคิดของนักจิตวิทยาของคักร ความพึงพอใจในการทำงานจะมีผลต่อความสำเร็จของเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจในบริการที่ได้รับ และกลับมาใช้บริการเป็นประจำ

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดมพัฒนกิจ (2548) ได้สรุปไว้ในจิตวิทยาการบริการเกี่ยวกับความพึงพอใจที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอการบริการจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้ผู้รับบริการเห็นถึงการเอาใจใส่และจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่จะส่งมอบให้ผู้รับบริการ

2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบของการให้บริการเทียบกับราคาค่าบริการที่จะต้องจ่ายออกไป โดยผู้ให้บริการจะต้องกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการและเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) ของผู้รับบริการ ค่าบริการจะถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะจ่ายและเจตคติต่อราคาของกลุ่มผู้รับบริการอีกด้วย

3. สถานที่บริการ ผู้ให้บริการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอและต้องคำนึงถึงเรื่องความสะอาดแก่ผู้รับบริการในทุกด้าน เช่น การมีสถานที่จอดรถ หรือการให้บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้ประเด็นด้านสถานที่ให้บริการลดลงไปได้ เป็นต้น

4. การส่งเสริมและแนะนำบริการ ผู้ให้บริการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้รับบริการทั้งในด้านคุณภาพการบริการและภาพลักษณ์ของการบริการผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้รับบริการได้นำข้อมูลเหล่านี้ไปช่วยประเมินการตัดสินใจใช้บริการต่อไป

5. ผู้ให้บริการ จะต้องตระหนักตนเองว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการ โดยการกำหนดกระบวนการจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมบริการและเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ให้บริการต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ ผ่านการออกแบบตกแต่ง การแบ่งพื้นที่อย่างเหมาะสมลงตัวสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรผู้ให้บริการและสื่อภาพลักษณ์เหล่านี้ไปสู่ผู้รับบริการอีกด้วย

7. กระบวนการบริการ ผู้ให้บริการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดการระบบการบริการเพื่อเพิ่มความคล่องตัวและความสามารถในการสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ โดยการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยีเข้ามาร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการและหวังต่อประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ

Millet (1954 อ้างถึงใน มนกันต์ มีบุญถือ, 2547) ได้อธิบายความพึงพอใจในการบริการหรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ให้พิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. ความสามารถในการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนเท่าเทียมกัน
2. ความสามารถในการให้บริการอย่างตรงเวลา (Timely service) หมายถึง การให้บริการจะต้องตรงเวลา รวดเร็ว และทันต่อเวลา
3. ความสามารถในการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) หมายถึง การให้บริการที่ต้องมีลักษณะที่เหมาะสม (The right geographical location) ความเสมอภาค และการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมาย ถ้าไม่มีการบริการที่เพียงพอ
4. ความสามารถในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก
5. ความสามารถในการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพและปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน โดยทรัพยากรเท่าเดิมและพัฒนาการให้บริการทั้งในด้านการบริการ และในด้านคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้าตามลักษณะของการบริการนั้น ๆ

Kotler (1994 อ้างถึงใน พวงทอง ปานสายลม, 2547) ความพึงพอใจ คือ ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ (Product's perceived performance) กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้นระดับความพึงพอใจจึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างการทำงาน (ผล) ที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived performance) และความคาดหวัง (Expectation) ระดับความพึงพอใจสามารถแบ่งได้อย่างกว้าง ๆ เป็น 3 ระดับ และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมเกิดความพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก

Vroom (1964) กล่าวว่า ทักษะคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะคติด้านบวก จะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทักษะคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Wolman (1978) กล่าวว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเรา ได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

Shelly (1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็น ความรู้สึกของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวก เป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้มีความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้น ได้อีก ดังนั้นจะเห็นว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้ จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวก มากกว่าทางลบ

Wallestein (1971) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เมื่อได้รับผลสำเร็จตาม มุ่งหมาย หรือเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (End-State in Feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

จากการตรวจสอบเอกสารข้างต้นแม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายคำว่า “ความพึงพอใจ” ต่าง ๆ กันไป แต่พอสรุปร่วมกันได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคล ซึ่งมักเกิด จากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหาก ความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้อธิบายถึงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด สำหรับธุรกิจบริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 7 P's ซึ่งประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) สถานที่ 4) การส่งเสริมการขาย 5) บุคลากร หรือพนักงาน ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดีแตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานจึงต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท 6) ลักษณะทางกายภาพ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ตัวอย่าง เช่น ธนาคารต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบในการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นทางด้านความสะดวก

ความรวดเร็ว ความถูกต้อง หรือผลประโยชน์อื่น ๆ 7) มีกระบวนการ เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้ารวดเร็วและประทับใจลูกค้า

สุดาตวง เรื่องธุรกิจ (2543) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

Kotler (1994 อ้างถึงใน พิณรุ่ง เพชรรักษ์, 2548) ได้กล่าวถึง แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ลูกค้าต้องมีคุณประโยชน์หลัก (Core benefit) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected product) หรือเกินความคาดหวัง (Augment product) รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Potential product) เพื่อความสามารถในการแข่งขันในอนาคต รูปร่างของผลิตภัณฑ์ตลอดจนการหีบห่อและป้ายฉลากสามารถก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ป้ายฉลากที่แสดงให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญจะทำให้ผู้บริโภคสามารถประเมินถึงคุณภาพของสินค้าและบริการได้

2. ราคา (Price) คือต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับสินค้าและบริการ รวมถึงเวลา ความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรมซึ่งต้องจ่ายพร้อมราคาของสินค้าเป็นตัวเงิน ดังนั้นราคาจึงมีบทบาทในการกำหนดว่าลูกค้าจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ รวมทั้งอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของผลิตภัณฑ์ด้วยสมาชิกทุกฝ่ายของวงจรการผลิตและการจำหน่าย ผู้ซื้อ ตัวแทนจำหน่าย และผู้ผลิต ต่างก็สนใจในเรื่องราคา ในฐานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ราคาจึงมีคุณค่าทางกลยุทธ์กับบริษัททุกแห่งในการกำหนดราคาต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาถึงต้นทุนของสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องในการแข่งขันที่เกิดขึ้นทั้งหมด

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นกระบวนการทางงานที่จะทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการ โดยต้องพิจารณาถึงองค์การต่าง ๆ และทำเลที่ตั้งเพื่อให้อยู่ในพื้นที่ที่ลูกค้าเข้าถึงได้ เมื่อเทคโนโลยีเจริญขึ้นทำให้การส่งสินค้าและบริการง่ายขึ้นทั้งผู้ผลิตและลูกค้า ในหลายกรณีคุณภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการอยู่ที่การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ณ จุดของการแลกเปลี่ยน ดังนั้นการกระจายสินค้า (Distribution) หรือช่องทางการให้บริการ (Place) จึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องสำคัญคือ ความสามารถในการซื้อ การใช้และการรับบริการได้

โดยง่ายและสะดวก (Accessibility) และการมีบริการไว้พร้อมสำหรับลูกค้าในเวลาและสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารการตลาดที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย โดยส่วนประสมของการส่งเสริมทางการตลาดประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) ใช้สร้างภาพพจน์ระยะยาวให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ และทำให้เกิดการขายรวดเร็วขึ้น

4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นการสื่อสารที่อาจนำลูกค้าไปยังผลิตภัณฑ์ หรือเป็นสิ่งจูงใจที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ประกอบด้วยเครื่องมือมากมาย เช่น คุปอง การแจก การเล่นเกม เป็นต้น

4.3 การประชาสัมพันธ์ และการพิมพ์เผยแพร่ (Public relations) เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ หรือการดำเนินงานของบริษัทให้เข้าถึงลูกค้าที่ขอบหลักเลี้ยงพนักงานขาย และการโฆษณา

4.4 การขายโดยพนักงาน (Personal selling) เป็นการสร้างความนิยมชมชอบ ความเชื่อและการตัดสินใจเลือก และการก่อเกิดปฏิกิริยาซื้อสินค้าโดยอาศัยบุคคลเป็นผู้แจ้งข่าวสาร

4.5 การตลาดทางตรง (Direct marketing) เป็นการส่งข่าวสารสู่บุคคลหนึ่งโดยเฉพาะ ได้อย่างรวดเร็วผ่านเครื่องมือที่มีหลายรูปแบบ เช่น จดหมายตรง ทางโทรศัพท์ และทางอีเมลล์

5. บุคลากร (People) หมายถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการนำเสนอสินค้าและบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า ได้แก่ พนักงานผู้ให้บริการ บุคลิกภาพ การแต่งกาย ทักษะ และพฤติกรรมของพนักงานย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในการบริการแก่ลูกค้า การเลือกสรรบุคคล การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานจึงสามารถก่อให้เกิดความแตกต่างในการบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้เป็นอย่างมาก

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) เป็นการแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เพื่อให้ลูกค้าเห็นคุณค่าของบริการที่ส่งมอบ เนื่องจากบริการเป็นข้อเสนอที่เป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ จึงต้องทำข้อเสนอของการบริการเป็นรูปธรรมที่ลูกค้าเห็นได้ชัดเจน สิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้ เป็นสิ่งแวดล้อมทั้งหมดในการนำเสนอบริการรวมถึงส่วนประกอบใดก็ตามที่เห็นได้ชัดเจน ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานหรือในการสื่อสารงานบริการ สิ่งที่แสดงให้ลูกค้าเห็นบริการ ได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ ป้ายแผ่นพับ โฆษณา ซองเอกสาร กระดาษจดหมาย

รถให้บริการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนให้เห็นคุณภาพของบริการได้ นักการตลาดอาจสร้างโอกาสโดยอาศัยสิ่งนำเสนอทางกายภาพนี้ได้ เช่น การจัดรายงานประจำปีที่สวยงามด้านงานพิมพ์แสดงเนื้อหาที่เน้นปรัชญา เป้าหมายขององค์กร ตลาดเป้าหมาย บริการที่นำเสนอ และการเอาใจใส่ในคุณภาพของบุคลากร ทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ในทางบวกขององค์กร

7. กระบวนการ (Process) คือ ระเบียบวิธี (Procedures) กลไก (Mechanisms) และการเคลื่อนย้าย (Flow) ของกิจกรรมซึ่งเกิดขึ้นในระบบการปฏิบัติงานบริการ (The service delivery and operation systems) เนื่องจากกระบวนการของบริการมีความสลับซับซ้อน จึงมีความจำเป็นต้องผนวกกระบวนการเหล่านี้เข้าด้วยกัน เพื่อให้การทางานของกระบวนการเป็นไปโดยราบรื่นสามารถตอบสนองความต้องการตามคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังได้ ในกระบวนการผลิตบริการมีการนำเสนอบริการ (Service delivery) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของลูกค้าและยังมีการเคลื่อนย้ายในการปฏิบัติงานบริการ (Operation flow)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มุมมองส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 2 มุมมอง ได้แก่

1. มุมมองของธุรกิจ ประกอบไปด้วยมุมมองด้านต่าง ๆ 7 มุมมอง (7Ps) ได้แก่

P ตัวที่ 1 Product and service คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

P ตัวที่ 2 Price คือ ด้านราคา

P ตัวที่ 3 Place คือ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

P ตัวที่ 4 Promotion คือ ด้านการส่งเสริมการขาย

P ตัวที่ 5 People คือ ด้านบุคคล หรือพนักงานในองค์กร

P ตัวที่ 6 Physical environment คือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

P ตัวที่ 7 Process คือ ด้านกระบวนการต่าง ๆ ในการจัดการด้านสินค้าและบริการ

2. มุมมองของลูกค้า ประกอบไปด้วยมุมมองด้านต่าง ๆ 7 มุมมอง (7Cs) ได้แก่

C ตัวที่ 1 Customer solution/ Customer needs คือ ด้านผลิตภัณฑ์สามารถแก้ปัญหาได้ หรือตอบสนองความต้องการได้

C ตัวที่ 2 Customer cost คือ ด้านราคา ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าในราคาที่เหมาะสม

C ตัวที่ 3 Convenience choice คือ ด้านความสะดวกในการหาซื้อสินค้า

C ตัวที่ 4 Communication คือ ด้านการสื่อสารรายละเอียดชัดเจน เช่น บอกรายละเอียด คุณสมบัติครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน

C ตัวที่ 5 Competence courtesy คือ ด้านการดูแลลูกค้า กริยา มารยาทของพนักงาน

C ตัวที่ 6 Comfort cleanliness คือ ด้านความสะอาดสบาย

C ตัวที่ 7 Coordination continuity คือ ด้านความสมบูรณ์การต่อเนื่องในการประสานงาน

ตารางที่ 2-1 การเปรียบเทียบส่วนผสมการตลาดในมุมมองธุรกิจและของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

ส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ (7Ps) Kotler (2003 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)	ส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7Cs)
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	1. คุณค่าที่จะได้รับ (Customer needs)
2. ราคา (Price)	2. ต้นทุน (Customer cost)
3. ช่องทางจัดจำหน่าย (Place)	3. ความสะดวก (Convenience choice)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4. การติดต่อสื่อสาร (Communication)
5. พนักงาน (People)	5. การดูแลเอาใจใส่ (Competence courtesy)
6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment)	6. ความสบาย (Comfort cleanliness)
7. กระบวนการให้บริการ (Process)	7. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Coordination continuity)

ซึ่งหากพิจารณาจากภาพโมเดลข้างบนจะพบว่ามุมมองของธุรกิจ และมุมมองของลูกค้า นั้นส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัวนั้น ทุกตัวล้วนแล้วแต่มีความสำคัญ และความสัมพันธ์กัน จะขาดตัวใดตัวหนึ่งไม่ได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจผู้ให้บริการ มาเป็น แนวทางในการศึกษาด้วยดังต่อไปนี้ (Kotler, 2003 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) โดยมุมมองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของ 7Ps และ 7Cs สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. Product => Customer needs การสร้างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมาก็เพื่อตอบสนอง ความต้องการของมนุษย์ หรือเพื่อตอบโจทยการแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า ดังนั้นการสร้าง ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา โจทย์จึงอยู่ที่ว่าลูกค้าต้องการอะไร อย่างไร หรือมีปัญหาอะไรบ้าง

2. Price ==> Customer cost การตั้งราคานี้แม้ว่าผู้ผลิตหรือผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดราคา แต่หากเราพิจารณาให้ครบถ้วนทั้งกระบวนการแล้วจะพบว่า ราคาถูกหรือแพงลูกค้าจะเป็น ผู้พิจารณาว่า ต้นทุนที่แท้จริงควรอยู่ที่เท่าไรแล้วจึงสะท้อนออกมาให้เห็นว่า ราคานี้ สมเหตุสมผลแค่ไหน ถูกหรือแพง ซึ่งก็จะแตกต่างกันตามข้อมูลประกอบการพิจารณาของลูกค้า แต่ละคน

3. Place ==> Convenience choice สิ่งที่จะเป็นตัวบอกว่าสถานที่ หรือช่องทางการ จำหน่ายดีหรือไม่ดีนั้น จะถูกวัดด้วยความรู้สึกลูกค้าว่าได้รับความสะดวกสบายแค่ไหน พอใจ หรือไม่ และที่สำคัญมีความเหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิต (Life style) ของกลุ่มเป้าหมายแต่ละ กลุ่มหรือไม่

4. Promotion ==> Communication ในการจัดโปรโมชั่นใด ๆ ก็ตาม การสื่อสารไปยัง ลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เนื่องจากหากไม่สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้แล้ว ในมุมมองของลูกค้าก็ไม่ได้แตกต่างกับการไม่จัด โปรโมชั่นเลย

5. People ==> Competence courtesy บุคคลในองค์กร หรือพนักงานในองค์กรที่ ให้บริการแก่ลูกค้า ต้องเป็นบุคคลที่ดี มีคุณภาพ ใส่ใจดูแลลูกค้า รวมทั้งตระหนักถึงความพอใจ ของลูกค้า

6. Physical environment ==> Comfort cleanliness ผู้ขายควรมองถึงสิ่งแวดล้อมในการ ให้บริการหรือมีปัจจัยใด ๆ ที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ที่สร้างความสะดวกสบาย หรือสร้างบรรยากาศ ที่ดีให้แก่ลูกค้า

7. Process ==> Coordination continuity ผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการต้องพิจารณาว่ามี กระบวนการใดที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ดี มีประสิทธิภาพ รวมถึงกระบวนการที่มีความถูกต้อง และสมบูรณ์แบบ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Kotler, 2003 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) เพื่อใช้เป็นกรอบในการวิจัย ตามรายละเอียด ดังนี้

1. ผลกระทบของการให้บริการของบัตรเครดิตเชื่อ หมายถึง บัตรสินเชื่อมีความหลากหลายของ สินค้าที่ให้บริการ รูปทรงและความสวยงามของบัตรเครดิตเชื่อ วงเงินบัตรเครดิตเชื่อที่ได้รับ และรวมถึง ระบบการรักษาความปลอดภัยของตัวบัตรเครดิตเชื่อ

2. ราคาการให้บริการของบัตรเครดิตเชื่อ หมายถึง อัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตเชื่อที่เกษตรกรลูกค้า ต้องจ่ายต่ำกว่าบัตรเครดิตของธนาคารอื่น ๆ ธนาคารมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย (0%) 1 เดือน ค่าปรับที่เกิดจากการผิดนัดชำระมีความเหมาะสม

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของบัตรสินค้า หมายถึง ธนาคารมีสถานที่ตั้งสะดวกและง่ายในการเข้าไปติดต่อใช้บริการ

4. การส่งเสริมการบริการบัตรสินค้า หมายถึง ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการบัตรสินค้า มีโครงการจัดหาปุ๋ยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (ฟรีดอกเบี้ย 5 เดือน) ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปีร้านค้าให้บริการอยู่ใกล้บ้าน บรรยากาศน่าใช้บริการ และมีจำนวนร้านค้าเพียงพอต่อการให้บริการ

5. บุคคลหรือพนักงานการให้บริการของบัตรสินค้า หมายถึง พนักงานธนาคารแสดงความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบัตรสินค้า มีความละเอียด รอบคอบ ผิดพลาดน้อย พนักงานให้ข้อมูลในการใช้บัตรได้อย่างถูกต้อง

6. ลักษณะทางกายภาพของธนาคารในการให้บริการบัตรสินค้า หมายถึง ธนาคารมีความสะดวกและมีความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป และใบคำขอต่าง ๆ ธนาคารมีช่องทางเคาน์เตอร์รับชำระหนี้เพียงพอร้านค้าแสดงสินค้า และราคาสินค้าที่สามารถซื้อโดยบัตรสินค้าได้อย่างชัดเจน

7. กระบวนการให้บริการของบัตรสินค้า หมายถึง ธนาคารมีการให้บริการบัตรสินค้าเป็นขั้นตอนสะดวกและรวดเร็ว มีคำแนะนำและอธิบายเกี่ยวกับการใช้บัตรสินค้า ธนาคารมีพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการบัตรสินค้า มีความถูกต้องในการแจ้งยอดชำระหนี้

ข้อมูลทั่วไปของบัตรเครดิต

1. ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิต

บัตรเครดิตนั้นเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2457 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยที่บริษัทเยเนอรัลปิโตเลียม คอร์ปอเรชั่น ออฟแคลิฟอร์เนีย ซึ่งปัจจุบันคือ บริษัท โมบิลออยส์ จำกัด ได้ทำการออกบัตรดังกล่าวให้กับลูกค้าและพนักงานที่ทางบริษัทได้ทำการคัดเลือกแล้ว ไปใช้ในการชำระค่าน้ำมัน ถือได้ว่าเป็นการเริ่มใช้บัตรเครดิตในตั้งแต่สมัยนั้น แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก ซึ่งต่อมาประมาณปี พ.ศ. 2493 นายเฟรังก์ แมคนามารา นักธุรกิจคนหนึ่งได้ล้มกระเป๋าสตางค์ ทำให้เขาประสบความยุ่งยาก ดังนั้น เขาจึงคิดที่จะทำบัตรเครดิต เพื่อใช้แทนเงินสดขึ้น และเพื่อเป็นการลดความยุ่งยากอีกด้วย เขาได้ทำการปรึกษาร่วมกับนายราล์ฟ ชไนเดอร์ นายความของเขา เพื่อสร้างบัตรเครดิตขึ้นมาใช้ในการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งต่อมาบริษัทอเมริกันเอ็กซ์เพรสก็ได้นำมาประยุกต์ให้สามารถใช้กับหลาย ๆ อย่าง ยกตัวอย่างเช่น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวไปยังที่ต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องพกเงินสดจำนวนมาก แต่เพียงพกบัตรเครดิตใบเดียว ซึ่งในระยะหลังบัตรเครดิตก็ได้รับความนิยมอย่างมาก

บัตรเครดิตใบแรกที่ออกโดยสถาบันการเงินถือกำเนิดขึ้น พ.ศ. 2502 โดยธนาคารแห่งอเมริกาในรัฐแคลิฟอร์เนียได้ออกบัตรเครดิตชื่อ “Bank Americard” ซึ่งได้รับความนิยมจากประชาชนมากถึง 1 ล้านคนภายในระยะเวลา 2 ปี และขยายเพิ่มขึ้นเกือบ 3 ล้านคนในปี พ.ศ. 2510 ต่อมาธนาคารได้จัดตั้ง Bank of America service corporation เพื่อทำหน้าที่ออกบัตรให้ความสะดวกและบริการแก่สมาชิกผู้ถือบัตร ตลอดจนขยายความร่วมมือกับสถาบันการเงินต่าง ๆ ในการออกบัตรเครดิต ในปี พ.ศ. 2513 มีสถาบันการเงินต่าง ๆ เข้าร่วมมากกว่า 3,000 แห่ง บัตรเครดิตดังกล่าวได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศและนอกประเทศ ถึงกับต้องตั้งองค์กรอิสระระหว่างประเทศชื่อ Ibanco เพื่อดูแลและขยายบัตรเครดิตไปทั่วโลก ซึ่งต่อมามองการณ์นี้ได้เปลี่ยนชื่อเป็น Visa international ออกบัตรเครดิต Visa ซึ่งเป็นที่นิยมกันทั่วโลกในขณะนี้ (ศูนย์วิจัยกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), 2544)

2. ประวัติความเป็นมาของบัตรเครดิตในไทย

พ.ศ. 2512 ประเทศไทยเริ่มมีการใช้บัตรเครดิตครั้งแรก ผู้ออกบัตร คือ บริษัทบัตรไคเนอรัลคลับ (ประเทศไทย) จำกัด แต่ไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร

พ.ศ. 2513 ธนาคารแห่งอเมริกา ได้นำบัตรเครดิตต่างประเทศ ที่เรียกว่า Bank Americredit หรือที่รู้จักกันในขณะนี้ว่า “วีซ่า” เข้ามาใช้ในประเทศไทย

พ.ศ. 2515 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ร่วมกับธนาคารศรีนคร จำกัด ออกบัตรชื่อ “บัตรเครดิตเอนกประสงค์” ซึ่งถือว่าเป็นบัตรเครดิตบัตรแรกที่เป็นของตน โดยธนาคารไทยเป็นผู้ออกบัตร

พ.ศ. 2517 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้รับสิทธิให้เป็นตัวแทนในการออกบัตรมาสเตอร์การ์ด ซึ่งเป็นบัตรเครดิตต่างประเทศให้เผยแพร่ในประเทศไทย

พ.ศ. 2521 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้ออกบัตรเครดิตของตนเอง เรียกชื่อ “บัตรเครดิตธนาคารกสิกรไทย”

พ.ศ. 2522 ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ได้เข้าเป็นสมาชิกของวีซ่าอินเตอร์ เนชั่นแนล และเป็นผู้ได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนออกบัตรเครดิตวีซ่า ในประเทศไทย

ปัจจุบันธนาคารพาณิชย์ของประเทศไทยได้รับสิทธิในการเป็นผู้แทนในการออกบัตรวีซ่า ออกบัตรมาสเตอร์การ์ด ทำให้ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ต่างผลัดกันออกบัตรเครดิตของตนเอง ซึ่งมีผลให้มีการขยายตัวของปริมาณบัตรเครดิตเพิ่มขึ้นอย่างมากและมีการแข่งขันกันมากขึ้น (สุรเชษฐ์ ชีรวินิจ, 2541)

3. ลักษณะบัตรและประเภทบัตรเครดิต

ลักษณะของบัตรเครดิต เป็นบัตรพลาสติกแข็งรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ซึ่งรูปสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่บนบัตรจะขึ้นอยู่กับสถาบันการเงินผู้ออกบัตร แต่ส่วนอื่น ๆ ของบัตรเครดิตนั้นจะอยู่บนมาตรฐานเดียวกัน

3.1 ประเภทของบัตรเครดิต บัตรเครดิตสามารถจำแนกได้หลายประเภท หากแบ่งบัตรเครดิตตามขอบเขตการใช้บัตรแล้ว สามารถแบ่งบัตรเครดิตได้เป็น 3 ประเภท

1) บัตรเครดิตที่สามารถใช้ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (International credit card) เช่น บัตรเครดิต Visa เป็นต้น

2) บัตรเครดิตที่ใช้ได้เฉพาะภายในประเทศ (Local credit card) เช่น บัตรเครดิตธนาคารกรุงศรีอยุธยา เป็นต้น

3) บัตรเครดิตที่ใช้เฉพาะร้านค้า (Store card) เช่น บัตรเครดิตเซ็นทรัล เป็นต้น

3.2 ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้ทำการแบ่งบัตรเครดิตที่ผู้ประกอบการให้บริการเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.2.1 บัตรเครดิตธนาคารหรือบัตรเครดิตบริษัท หมายถึง บัตรเครดิตที่ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตในประเทศเป็นเจ้าของ รวมทั้งบัตรเครดิตที่ออกร่วมกับนิติบุคคลอื่นในประเทศ

3.2.2 บัตรร่วม หมายถึง บัตรเครดิตของบริษัทต่างประเทศที่ผู้ประกอบการบัตรเครดิตร่วมออกบัตรหรือเป็นตัวแทนออกบัตร

3.2.3 ตัวแทนรับบัตร หมายถึง บัตรเครดิตของผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตที่ให้บริการบัตรเครดิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตรับซื้อ Sales slip และเป็นผู้เรียกเก็บเงินให้ ทั้งนี้ไม่รวมบัตรเครดิตธนาคาร หรือบัตรเครดิตบริษัทและบัตรเครดิตที่ผู้ประกอบการธุรกิจบัตรเครดิตเป็นตัวแทนออกบัตร

4. ประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบัตรเครดิต

ประโยชน์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจบัตรเครดิตสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

4.1 ประโยชน์ของผู้ออกบัตรเครดิต

4.1.1 ผู้ออกบัตรเครดิตสามารถเพิ่มรายได้จากค่าธรรมเนียมและค่าดอกเบี้ยที่จ่ายโดยผู้ถือบัตรเครดิต

4.1.2 ผู้ออกบัตรเครดิตสามารถขยายธุรกิจการเงิน

4.1.3 ผู้ออกบัตรเครดิตสามารถทราบถึงข้อมูลทางการเงินและพฤติกรรมการใช้เงินของผู้ถือบัตร

4.1.4 การออกบัตรเครดิตเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับการบริการของธนาคาร

- 4.1.5 การออกบัตรเครดิตเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการแข่งขันของสถาบันการเงิน
- 4.2 ประโยชน์ของผู้ถือบัตรเครดิต
 - 4.2.1 เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในประวัติการเงินของผู้ถือบัตรเครดิต
 - 4.2.2 มีอำนาจการซื้อเพิ่มมากขึ้น คือเมื่อซื้อสินค้าและบริการแล้วยังไม่ต้องจ่ายเงินสดโดยทันที
 - 4.2.3 ช่วยแก้ปัญหาเงินขาดมือยามฉุกเฉิน
 - 4.2.4 ได้รับสิทธิประโยชน์จากการถือบัตรเครดิต
 - 4.2.5 ได้รับความปลอดภัยจากการไม่พกเงินสดติดตัว
 - 4.2.6 บัตรเครดิตเป็นการเพิ่มความสะดวกและความคล่องตัวด้านการจับจ่าย
- 4.3 ประโยชน์ของร้านค้าสมาชิกผู้รับบัตรเครดิต
 - 4.3.1 ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นการเพิ่มยอดขายให้แก่ทางร้านด้วยเช่นกัน
 - 4.3.2 ไม่มีภาระความเสี่ยงต่อหนี้สูญ เนื่องจากสถาบันการเงินผู้ออกบัตรเป็นผู้รับภาระความเสี่ยง
 - 4.3.3 ได้ลูกค้ารายใหม่ที่มีคุณภาพเนื่องจากเป็นลูกค้าที่ผ่านการตรวจสอบจากสถาบันการเงินแล้ว
 - 4.3.4 เป็นการลดปัญหาหนี้บัตรปลอม
 - 4.3.5 เป็นการยกระดับร้านค้า

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรตามนโยบายรัฐบาล

สุรนต์ คำรงวดี (2557) ได้อธิบายถึงข้อมูลเกี่ยวกับโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรจากนโยบายของรัฐบาลชุดปัจจุบันที่ต้องการให้เกษตรกรมีบัตรสินเชื่อเพื่อใช้แทนเงินสดในการซื้อปัจจัยการผลิต เครื่องอุปโภคและบริโภคในครัวเรือน อันทำให้เกิดความสะดวก ปลอดภัย และเพิ่มวงเงินหมุนเวียนแก่ระบบเศรษฐกิจในภาคชนบท ธ.ก.ส. ได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล โดยการสร้างความพึงพอใจให้แก่เกษตรกรลูกค้าที่ใช้บริการสินเชื่อ อำนวยความสะดวกรวดเร็วในการจัดซื้อปัจจัยการผลิตด้วยบัตรสินเชื่อเกษตรกรของธนาคารซึ่งธนาคารจะกำหนดวงเงินบัตรสินเชื่อให้แก่เกษตรกรลูกค้า และเกษตรกรลูกค้านำบัตรสินเชื่อเกษตรกรดังกล่าวไปใช้ชำระค่าสินค้าหรือบริการกับทางร้านค้าที่ขึ้นทะเบียนไว้กับธนาคารได้ทุกวันตามที่ต้องการใช้จริงผ่านระบบหักตัดวงเงินตามบัตรสินเชื่อเกษตรกรแทนการชำระด้วยเงินสด เกษตรกรจึงไม่ต้องนำเงินสดจำนวนมากติดตัวไปเพื่อชำระค่าสินค้าให้แก่ทางร้านค้า อีกทั้งยังเป็นการสร้างความปลอดภัย

ในชีวิตและทรัพย์สินของเกษตรกรลูกค้าจากมิจาซีพีได้อีกทางหนึ่ง ประมาณเดือนธันวาคม 2554 ธนาคารได้ดำเนินงานโครงการนำร่องในพื้นที่ 12 สาขา ได้แก่

1. สาขาสันกำแพง สาขาคอยสะเก็ด (ในสังกัด สนจ. เชียงใหม่)
2. สาขาอุตรธานี สาขาบ้านดุง (ในสังกัด สนจ. อุตรธานี)
3. สาขาบางไทร สาขาอุทัย สาขาภาชี (ในสังกัด สนจ. พระนครศรีอยุธยา)
4. สาขาลพบุรี สาขาบ้านหมี่ สาขาท่าม่วง (ในสังกัด สนจ. ลพบุรี)
5. สาขาสระบุรี สาขาบ้านหมอ (ในสังกัด สนจ. สระบุรี)

ปรากฏว่ามีเกษตรกรลูกค้าขอออกบัตรสินเชื่อเกษตรกรจำนวน 5,522 ราย นับเป็นก้าวแรกในการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของธนาคาร โดยก้าวต่อไปธนาคารได้กำหนดเป้าหมายให้เกษตรกรลูกค้าของธนาคาร จำนวนประมาณ 4,000,000 ราย จะต้องมียอดสินเชื่อเกษตรกร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เกษตรกรลูกค้าเกิดความสะดวกรวดเร็วในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์การเกษตร
2. เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาปัจจัยการผลิตของเกษตรกรลูกค้า
3. เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดหาปัจจัยการผลิตให้แก่เกษตรกรลูกค้า
4. เพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของเกษตรกรลูกค้าจากมิจาซีพี

หลักเกณฑ์บัตร

1. คุณสมบัติของเกษตรกรตามโครงการ
 - 1.1 ต้องเป็นเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.
 - 1.2 ต้องเป็นเกษตรกรลูกค้าผู้กู้โดยมีวัตถุประสงค์การกู้เงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการ

ปลูกข้าว

- 1.3 ไม่เป็นเกษตรกรลูกค้าที่มีหนี้ค้างชำระ
2. เงื่อนไขในการให้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร

2.1 บัตรสินเชื่อเกษตรกรใช้ได้เฉพาะภายในวงเงินที่ธนาคารกำหนดเพื่อชำระค่าปัจจัยการผลิตข้าว 4 ประเภท (เพิ่มอีก 3 ประเภท รวมเป็น 7 ประเภท) ได้แก่ ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่าเคมีการเกษตร และน้ำมันเชื้อเพลิงจากสถานีบริการที่เข้าร่วมตามความจำเป็นในการผลิตของเกษตรกรลูกค้าแต่ละรายเท่านั้น ไม่สามารถชำระเป็นค่าปัจจัยผลิตอื่น ๆ หรือเบิกเป็นเงินสด ต่อมาเพิ่มเป็นการจัดซื้ออาหารสัตว์ อุปกรณ์ทางการเกษตรและสินค้าอุปโภคบริโภค

2.2 บัตรสินเชื่อเกษตรกรใช้ได้กับร้านค้าที่ขึ้นทะเบียนไว้กับธนาคารทุกแห่งภายในเขตดำเนินงานที่ธนาคารกำหนดเท่านั้น

2.3 บัตรสินเชื่อเกษตรกรเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ห้ามมิให้บุคคลอื่นที่มีใช้เจ้าของบัตรนำบัตรดังกล่าวมาใช้โดยพลการ

3. การกำหนดวงเงินบัตรสินเชื่อเกษตรกรธนาคารผ่อนผันหลักเกณฑ์การพิจารณา กำหนดวงเงินกู้วัตถุประสงค์เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิตข้าวเฉพาะเกษตรกร ลูกค้ายาวที่ประสงค์ขอจัดทำบัตรสินเชื่อเกษตรกรให้ไม่เกินร้อยละ 60 ของมูลค่าผลผลิตข้าวส่วนเหลือเพื่อขาย และไม่เกินรายละ 50,000 บาท (ในระยะแรกของโครงการ)

4. กำหนดชำระคืนหนี้บัตรสินเชื่อเกษตรกร โดยปกติธนาคารจะตัดยอดการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรในวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี และกำหนดชำระคืนภายในวันที่ 31 มีนาคมของทุกปีกรณีเกษตรกรลูกค้าใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรจ่ายเป็นค่าปัจจัยการผลิต ในช่วงระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคมถึงมีนาคม ให้กำหนดชำระคืนภายในวันที่ 31 มีนาคมของปีถัดไป

5. อัตราดอกเบี้ยสำหรับการซื้อปัจจัยการผลิตโดยผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรธนาคารเรียกดอกเบี้ยสำหรับการซื้อปัจจัยการผลิต โดยผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรในอัตรา MRR (ปัจจุบันเท่ากับร้อยละ 7.00 ต่อปี) โดยมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย 30 วัน

6. ค่าธรรมเนียมออกบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารไม่คิดค่าธรรมเนียมในการออกบัตรสินเชื่อเกษตรกรจากเกษตรกรลูกค้า

สำหรับสิทธิประโยชน์ของผู้ถือบัตรสินเชื่อเกษตรกรในปัจจุบันมีอยู่ 4 ลำดับชั้น (เพิ่มอีก 2 ประเภท รวมเป็น 6 ประเภท) ได้แก่ (พลศักดิ์ จิตร ไกลศิริ และคณะ, 2557)

1. ได้รับวงเงินกู้เป็นพิเศษ จาก 60% ของส่วนเหลือเพื่อขายเป็น 70%
2. ยกเว้นค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี
3. มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย 30 วัน ได้รับอัตราดอกเบี้ยพิเศษ โดยธนาคารจะคิดอัตราดอกเบี้ยต่ำที่สุดที่ธนาคารถือใ้ใช้อยู่ ปัจจุบันเท่ากับ MRR (7%)
4. ในกรณีเกษตรกรเชื่อมโยงชำระหนี้บัตรสินเชื่อผ่านระบบจํานำ ผลผลิต ได้ลดอัตราดอกเบี้ยลง 1.5%

ต่อมา ธ.ก.ส. ได้ขยายสิทธิประโยชน์ เมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2556 อีก 2 ข้อ คือ

5. การทำกรมธรรม์คุ้มครองการประกันชีวิต วงเงินสูงสุดไม่เกินรายละ 1 แสนบาท
 6. การให้สิทธิ์การตรวจสุขภาพประจำปีฟรีกับโรงพยาบาลของรัฐที่เข้าร่วมโครงการ
- เมื่อ ธ.ก.ส. ได้ดำเนินการตามโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกรแล้ว ได้กำหนดให้มีภาระประเมินความพึงพอใจในคุณภาพของการใช้บริการ 4 ประการ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการการจัดทำบัตรและส่งมอบบัตรของ ธ.ก.ส.

1.1 การจัดทำบัตร มีรายละเอียดคือ ลูกค้า ช.ก.ส. จะต้องยื่นคำขออนุมัติบัตรสินเชื่อเกษตรกรที่ ช.ก.ส. ทุกแห่ง โดยพนักงาน ช.ก.ส. จะต้องดำเนินการเร่งรัดอนุมัติให้ลูกค้าภายใน 3 วันทำการ

1.2 ให้สหกรณ์การเกษตร สามารถจัดทำบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้สมาชิกสหกรณ์การเกษตรได้ ณ ที่ทำการสหกรณ์การเกษตร (อยู่ระหว่างดำเนินการ)

1.3 ให้มีการรับขึ้นทะเบียนลูกค้า (สมาชิก ช.ก.ส.) และจัดทำขออนุมัติบัตรสินเชื่อเกษตรกรได้ในเวลาเดียวกัน

1.4 การส่งมอบบัตรสินเชื่อเกษตรกร ต้องดำเนินการส่งมอบให้ได้ภายใน 30 วันนับจากวันได้รับอนุมัติบัตร

1.5 การส่งมอบบัตร ต้องส่งมอบให้ลูกค้าสามารถนำไปใช้ได้ทันต่อการใช้จ่ายบัตรในฤดูกาลเพาะปลูกที่จะมาถึง

2. คุณภาพการให้บริการของร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ

2.1 ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ จะต้องมีการตั้งให้ครอบคลุมพื้นที่ให้ลูกค้าสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการมารับบริการ

2.2 ให้ร้านค้ามีคุณภาพ Q-Shop และปรับปรุงหน้าร้านให้มีภาพลักษณ์ที่ดีให้มีหน้าตาเหมือนกันทั้งหมด มีสัญลักษณ์ที่ดึงดูดให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการ

2.3 สถานีน้ำมัน ปตท. และสถาบันเกษตรกร ให้เป็นจุดบริการน้ำมัน

2.4 ให้ร้านค้าเอกชนในพื้นที่ ร่วมเป็นจุดบริการลูกค้า (ต้องมีป้าย)

2.5 ให้สหกรณ์การเกษตรในพื้นที่ ร่วมเป็นจุดบริการลูกค้า (ต้องมีป้าย)

3. คุณภาพของสินค้าที่ขายผ่านบัตร

3.1 ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร (เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และยาปราบศัตรูพืช) ที่มีคุณภาพและราคาที่เป็นธรรม

3.2 การตรวจสอบคุณภาพปุ๋ยตามโครงการ Q-Shop

3.3 สร้างแบรนด์สินค้า ตราลูกโลกเกลียวเชือก ให้เป็นที่รับรู้

3.4 ควบคุมราคาสินค้าให้เหมาะสมในแต่ละช่วงเวลา

4. คุณภาพของการบริการหลังการขายของ ช.ก.ส. และร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ

4.1 ส่งเสริมแนะนำการใช้สารเคมีให้ถูกวิธี และเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

4.2 แนะนำให้ความรู้ในการใช้จ่ายผ่านบัตร การชำระหนี้บัตรช่องทางตู้ ATM

ช.ก.ส.

4.3 จัดทำ Catalog แลกของสมนาคุณ และแจกของสมนาคุณให้กับสมาชิกผู้ถือ และใช้จ่ายผ่านบัตร

พลศักดิ์ จิรไกรศิริ (2557) ได้กล่าวถึง การสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกองค์กรต่อการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการบัตรสินค้าเชื่อเกษตรกร ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร คือ จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses)
2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร คือ โอกาส (Opportunities) และโอกาส (Threats)

ตารางที่ 2-2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร ต่อการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการบัตรสินค้าเชื่อ เกษตรกร (พลศักดิ์ จิรไกรศิริ, 2557)

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. เป็นธนาคารของรัฐ ที่มีความมั่นคง และเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป	1. อัตรากำลังไม่เพียงพอเพราะมีภาระงานที่ต้องดูแลเพิ่มขึ้น
2. บุคลากรมีความใกล้ชิดกับลูกค้าสร้างความประทับใจ	2. การขาดทักษะในการปฏิบัติงานเนื่องจากเป็นธุรกรรมที่ธนาคารยังไม่เคยดำเนินการ
3. มีฐานของลูกค้าประจำคือเกษตรกร โดยมีโครงสร้างเป็นระบบกลุ่มลูกค้า	3. ระบบงานยังไม่สามารถเชื่อมต่อกับระบบงานหลักของธนาคาร
4. มีสาขาให้บริการกระจายตัวอยู่ในต่างจังหวัด ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการติดต่อ	4. ผลิตภัณฑ์และบริการไม่หลากหลาย ไม่ตอบสนองลูกค้า
5. ธนาคารมีภาพลักษณ์ที่ดีในการดำเนินงาน	5. การปรับเปลี่ยนเป้าหมายระหว่างปฏิบัติการ ทำให้กระบวนการทำงานเพิ่มขึ้น
6. มีร้านค้าเครือข่ายที่เป็นพันธมิตรเดิม เช่น สกต. ร้านค้าเครือข่าย สกต. ร้านค้าท้องถิ่น	6. เกษตรกรลูกค้าขาดความรู้ความเข้าใจและขาดการยอมรับ
7. มีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการบริการลูกค้าครอบคลุมทุกพื้นที่	7. พนักงานมีงานที่ต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จ ในระยะเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมาก
8. โครงการมีการจัดทำแผนดำเนินงาน ขับเคลื่อนในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย	8. การวางแผนข้อมูลเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายยังขาดประสิทธิภาพ
9. ในการใช้จ่ายผ่านบัตรสินค้าเชื่อเกษตรกรมีอัตราดอกเบี้ยต่ำ	9. ปัจจัยการผลิตไม่ตรงกับความต้องการ
10. ธนาคารมีการติดตามกำกับดูแลและให้คำแนะนำลูกค้าอย่างใกล้ชิด	10. การกำหนดงวดชำระไม่สอดคล้องกับรายได้ของเกษตรกร

ตารางที่ 2-3 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร ต่อการดำเนินงานตามแผนงานโครงการ
บัตรสินเชื่อเกษตรกร (พลศักดิ์ จิรไกรศิริ, 2557)

โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
1. ลูกค้าเกษตรกรมีความผูกพันกับธนาคาร	1. คู่แข่งมีระบบ IT ทันสมัยกว่า
2. นโยบายรัฐบาลและหน่วยงานของรัฐบาล สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์ องค์กร และชุมชน	2. กฎระเบียบของหน่วยงานต่าง ๆ บังคับ
3. การเปิด AEC. ทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น	3. การขาดวินัยทางการเงินของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย
4. ขยายฐานลูกค้าไปยังภาคส่วนอื่น ๆ	4. ความต้องการปัจจัยการผลิตเป็นไปตามฤดูกาลผลิต
5. มีองค์กรเกษตรกรและชุมชนที่เป็นเครือข่ายเชื่อมโยงธุรกิจ	5. ลูกค้าขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
6. มีพันธมิตรทางการค้าที่หลากหลาย	6. บริษัทไม่สามารถผลิตบัตรได้ทันตามความต้องการของธนาคาร
7. มีร้านค้าที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรลูกค้า	7. ร้านค้าไม่ยอมรับตามข้อตกลงของธนาคาร
8. มีร้านค้าที่ให้บริการเพียงพอครอบคลุมพื้นที่	8. เกษตรกรลูกค้ามีความเข้าใจว่าเป็นโครงการของรัฐที่ให้ความช่วยเหลือจึงทำให้การตระหนักในการชำระหนี้ลดลง ทำให้มีผลต่อการชำระหนี้ของลูกค้า

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงาน ธ.ก.ส.

จังหวัดตราด สาขาตราด

ทิศทางและยุทธศาสตร์การดำเนินงานสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดตราด

สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดตราด กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และแผนการดำเนินงาน ประจำปีบัญชี 2557 สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. วิสัยทัศน์ (Vision) “มุ่งขยายจุดบริการ ให้ครอบคลุมพื้นที่ เพื่อพัฒนาการผลิต การตลาด และยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกร”

2. พันธกิจ (Mission)

2.1 ขยายจุดบริการ โดยเน้นความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และสร้างความพึงพอใจ แก่ผู้ใช้บริการ

2.2 พัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรลูกค้า โดยสร้างหลักประกันชีวิตที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร

2.3 บริหารจัดการสินเชื่อให้มีคุณภาพ โดยดูแลเกษตรกรให้สามารถลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต และเชื่อมโยงการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 จัดหาแหล่งเงินทุนด้วยการส่งเสริมการออมของประชาชนในชนบทและดูแลการบริหารเงินอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน มีการสื่อสารที่ชัดเจน ถูกต้อง เพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงาน

3. ค่านิยมองค์กร (Core values) ยึดหลัก SPARK ในการบริหารงานเพื่อช่วยสะท้อนความรับผิดชอบต่อองค์กรที่มีต่อประชาชน สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินการตามพันธกิจ ให้บรรลุวิสัยทัศน์อันพึงประสงค์ ประกอบด้วย

Sustainability (S) ความยั่งยืนทั้งขององค์กร ธ.ก.ส. ลูกค้า ผู้ถือหุ้น สังคมและสิ่งแวดล้อม

Participation (P) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Accountability (A) ความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อคณะกรรมการและบุคลากร

Respect (R) ความเคารพและให้เกียรติต่อตนเองและผู้อื่น

Knowledge (K) การส่งเสริมและยกระดับความรู้ให้เป็นธนาคารแห่งการเรียนรู้

4. ความสามารถพิเศษขององค์กร (Core competency)

4.1 การให้สินเชื่อร่วมกลุ่ม โดยให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการดูแลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม

4.2 ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ามายาวนาน มีการให้บริการอย่างเป็นกันเอง

4.3 การจัดการการเรียนรู้ให้กับลูกค้า ทั้งด้านการผลิต การจัดการการตลาด สิ่งแวดล้อมและการดำรงชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

4.4 มีการบริหารจัดการแบบเครือข่าย (Networking) ที่ครอบคลุมพื้นที่ในเขตการดำเนินงาน

ยุทธศาสตร์การดำเนินงานระยะ 5 ปี (ปีบัญชี 2557-2561)

เพื่อให้มีความชัดเจนในการดำเนินการสอดคล้อง ตามหลักระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA) และการบริหารผลการดำเนินงานของแผนที่กลยุทธ์ (Strategy map) จึงได้แบ่งเป้าหมายความสำเร็จขององค์กรออกเป็น 6 วัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ โดยมีเป้าประสงค์ที่สำคัญที่สุดในแต่ละวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนการพัฒนาชุมชนแบบองค์รวม เพื่อความเข้มแข็งของชุมชนภาคชนบท โดย

กลยุทธ์สานต่อความพอเพียงเสริมสร้างความเข้มแข็งภาคชนบท การพัฒนาชุมชนต้นแบบตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และสนับสนุนให้รวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อขยายโอกาส สร้างรายได้และลดต้นทุน

กลยุทธ์สนับสนุนการพัฒนาในด้านการจัดการองค์ความรู้ของชุมชนอย่างเป็นระบบ เสริมสร้างความเข้มแข็งของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ฯ เพื่อให้เป็นกลไกในการพัฒนาเกษตรกร/สถาบันการเกษตรพัฒนาฐานข้อมูลด้านการพัฒนาลูกค้าวิสาหกิจชุมชน และจัดการผลิตและการตลาดให้เป็นระบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มขีดความสามารถภาคเกษตรรองรับ AEC เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร โดยเน้นการผลิตยางพารา โดยใช้ขบวนการสหกรณ์เป็นกลไกหลัก

กลยุทธ์บูรณาการสนับสนุนสินเชื่อตลอดห่วงโซ่อุปทานและการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Value chain financing & supply chain management) โดยการสนับสนุนการให้สินเชื่อเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร ตลอดจนน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

กลยุทธ์สนับสนุนส่งเสริมกระบวนการรวบรวมและการแปรรูป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพรวบรวมผลผลิต 1 ผลผลิต คือ สับปะรด

กลยุทธ์สนับสนุนและส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตร โดยการสนับสนุนและส่งเสริมสินค้าเกษตรผู้ผู้บริ โภค เช่น ผลไม้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาบริการทางการเงินครบวงจร มุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางทางการเงินภาคชนบท โดย

กลยุทธ์สนับสนุนผลิตภัณฑ์บริการ โดยขยายสินเชื่อเพื่อสนับสนุน VCF ผลิตภัณฑ์เงินฝาก เพิ่มรายได้ค่าบริการและค่าธรรมเนียม เพิ่มธุรกรรมเงิน โอน ขยายบริการบัตรสินเชื่อ กองทุนทวิสุข อย่างมีคุณภาพ มีความเหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมาย และขยายบริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร

กลยุทธ์พัฒนาช่องทางบริการให้บริการใหม่เพื่อลดต้นทุนของลูกค้า โดยพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน ทำหน้าที่เป็นเครือข่าย เพิ่มช่องทางบริการให้บริการ เปิดจุดบริการ ขยายการให้บริการผ่าน Mobile phone banking

ยุทธศาสตร์ที่ 4 บริหารเงินทุนให้สมดุลและเพียงพอ

กลยุทธ์บริหารเงินทุนให้เหมาะสม ให้มีประสิทธิภาพ โดยการปรับอัตราส่วนสินเชื่อต่อเงินฝากให้เกิดความสมดุล

ยุทธศาสตร์ที่ 5 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรรองรับ AEC

กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร โดยการเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร ตั้งอยู่บนพื้นฐานของระบบประเมินคุณภาพรัฐวิสาหกิจ (SEPA)

กลยุทธ์ส่งเสริมสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งเสริมการใช้ระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ส่งเสริมการใช้ระบบงาน BMIS GPS และระบบบริหารจัดการ GIS

กลยุทธ์การวินยนาการพัฒนา โดยการสร้างผลงานวิจัยสู่การปฏิบัติได้จริงและเกิดประโยชน์ ต่อธนาคาร

กลยุทธ์เพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากร เสริมสร้างพนักงานให้เป็นคนเก่ง คนดี มีความสุข

กลยุทธ์พัฒนาองค์กร ส่งเสริมนวัตกรรมและการสร้างเรียนรู้ในองค์กรและสนับสนุนการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยกระดับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

กลยุทธ์สนับสนุนการออมในกลุ่มเยาวชน เช่น โรงเรียนธนาคาร

กลยุทธ์เสริมสร้างจิตสำนึกพนักงาน เรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงาน โดยเสริมสร้างจิตสำนึกพนักงาน ยกระดับคุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณ เทิดพระเกียรติพระราชวงศ์ และ ธนาคารความดี

กลยุทธ์ส่งเสริมการอนุรักษ์ ดูแล สิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนชุมชน มีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อม เช่น โครงการธนาคารต้นไม้ ชุมชนน่าอยู่ ปลูกป่าชายเลน ธนาคารปู และธนาคารขยะ

การดำเนินงาน ของ สนจ. ตราด

สนจ.ตราด ประกอบด้วยสาขาที่อยู่ในสังกัดจำนวน 2 สาขา และ 2 สาขาย่อย ดังนี้

1. สาขาตราด มีพื้นที่ในเขตการดำเนินงาน ครอบคลุมพื้นที่รวมทั้งหมด 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองตราด อำเภอแหลมงอบ อำเภอคลองใหญ่ อำเภอเกาะช้าง ซึ่งได้ยกระดับเป็นสาขาย่อย เกาะช้าง มีพื้นที่ในเขตการดำเนินงาน รวม 2 อำเภอ คืออำเภอเกาะช้าง และอำเภอเกาะกูด มีจุดบริการ 3 จุด คือ อ.แหลมงอบ คลองใหญ่ และเกาะกูด

2. สาขาแสนตุง มีพื้นที่ในเขตการดำเนินงาน ครอบคลุมพื้นที่รวมทั้งหมด 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเขาสมิง และอำเภอบ่อไร่ ซึ่งได้ยกระดับเป็นสาขาย่อยบ่อไร่ ในสังกัดสาขาแสนตุง

วัตถุประสงค์ ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์ การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม หรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม ประกอบอาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้ นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาความรู้ด้านเกษตรกรรมหรืออาชีพอย่างอื่น

เพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม ซึ่งจะส่งผลต่อการเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร รวมทั้งครอบครัว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธานี พรวัฒนานนท์ (2543) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีแล้ว จังหวัดเชียงใหม่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจของลูกค้าเพศชายและลูกค้าเพศหญิงพบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และการแจกของชำร่วย หรือของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความพึงพอใจของลูกค้าอาชีพต่าง ๆ ต่อการให้บริการของธนาคารในด้านสถานที่ ด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านเทคโนโลยี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชลธิชา ไชยทิพย์ (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทยธนาคาร (จำกัด) มหาชน สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติการประเมินหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันความมั่นคงของธนาคาร ความมีชื่อเสียงและภาพพจน์ของธนาคาร ด้านราคามีความพึงพอใจในระดับปานกลางด้านค่าธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ต่ำ ระยะเวลาการผ่อนชำระหนี้คืนธนาคาร จำนวนเงินงวดผ่อนชำระหนี้คืนธนาคารในแต่ละงวด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีจำนวนสาขามาก สะดวกในการใช้บริการ สถานที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้ลูกค้าสะดวกต่อการเดินทางมาติดต่อ สถานที่ตั้งใกล้สำนักงานราชการ สะดวกในการติดต่อ เช่นติดต่อในการประเมินหลักทรัพย์ค้ำประกัน มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจทุกปัจจัยในระดับน้อย ด้านบุคลากร ด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อระยะเวลาของการประเมินหลักทรัพย์ จำนวนพนักงานมีมากพอในการให้บริการ มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้

อรทัย เชิดชูธรรม (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่าด้านความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่จะมีการให้บริการยอดเยี่ยมพบว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การไว้วางใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวัง ในระดับมากที่สุด ด้านความพึงใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังมากที่สุด

ทั้งในด้านรูปลักษณะของธนาคาร ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการ พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ พบในระดับน้อย ยกเว้นปัญหาด้านไม่ได้รับความสะดวกเมื่อมาใช้บริการ และจำนวนพนักงานไม่เพียงพอกับจำนวนผู้มาใช้บริการจึงทำให้ต้องรอนาน พบในระดับปานกลาง

อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจและปัญหาในการใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจธนาคารของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นลูกค้ารายใหญ่ทั้งหมดในพื้นที่ 14 จังหวัดภาคเหนือของประเทศไทย จำนวน 80 ราย มีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการแจกแจงความถี่ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และใช้มาตราส่วนประเมินค่าตามแนวคิดของ (Likert scale) ผลการศึกษาพบว่า ด้านข้อมูลลักษณะธุรกิจ พบว่า ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรับเหมาก่อสร้างทั่วไป มีการจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 21 ปีขึ้นไป ไม่มีการร่วมลงทุนกับนักลงทุนต่างชาติ มียอดขายต่อปี ระหว่าง 100-200 ล้านบาท และธุรกิจจะมีการใช้สินเชื่อด้านเงินเบิกเกินบัญชีมากกว่าสินเชื่อด้านอื่น ๆ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจของธนาคาร แบ่งเป็นปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และปัจจัยด้านอื่น ๆ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านวงเงินสินเชื่อที่ธนาคารให้แก่ลูกค้า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องอัตราดอกเบี้ยมากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องธนาคารมีเครือข่ายกว้างขวางทั่วประเทศ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องข้อมูลสารสนเทศครบถ้วนเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านบุคลากรพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอ และถูกต้องของพนักงานฝ่ายความสัมพันธ์ของลูกค้ากับปัจจัยด้านการสนองตอบแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วตามที่ต้องการของพนักงานสาขาเป็นลำดับแรกเท่ากัน ปัจจัยด้านกระบวนการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยเรื่องการให้บริการที่รวดเร็วเป็นลำดับแรก ส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความมั่นคงของธนาคารเป็นลำดับแรก และปัญหาที่พบในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ยแพงกว่าธนาคารอื่น ๆ เป็นลำดับแรก

อรพิน ธนิกกุล (2546) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคารกรณีศึกษาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยแม่กลองพบว่าความพึงพอใจ

ของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ 1) ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 2) ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ 3) ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ 4) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 5) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด 6) ปัจจัยด้านนำเสนอทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ และ 7) ส่วนปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อย่อย อัตราค่าธรรมเนียมบัตรเอทีเอ็ม อัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการ โอนเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ในระดับความพึงพอใจปานกลางทุกปัจจัย ยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียมบัตรเอทีเอ็มที่มีความพึงพอใจมาก

พรชัย อนันบุญทริก (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ และทราบปัญหาและข้อเสนอแนะในการใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนทั่วไป ผู้ประกอบการ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐ รวมจำนวนตัวอย่าง 420 ตัวอย่าง โดยทำการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ ใช้สถิติการวัดค่าตามมาตราส่วนประเมินค่าแบบ Likert scale และใช้สถิติ ANOVA ในการทดสอบความแตกต่างของประชากร โดยปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการพาณิชย์ของลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คำนึงถึงความปลอดภัยมากที่สุด ในด้านธนาคารมีฐานะความมั่นคงและมีความปลอดภัยสูง สำหรับกลุ่มประชาชนที่ใช้บริการธนาคารของรัฐคำนึงถึงด้านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมากที่สุด ในด้านเจ้าหน้าที่แต่งกายสุภาพเรียบร้อย สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่ใช้บริการธนาคารพาณิชย์คำนึงถึงด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่สำคัญ ในด้านของความทันสมัย ระบบบันทึกข้อมูลต่าง ๆ นอกจากนี้ในส่วนของปัญหาที่พบในการใช้บริการธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐคือ ด้านการบริการ มีเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ ไม่เพียงพอ ด้านเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงาน ขาดความกระตือรือร้น ด้านสถานที่มีที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการมาใช้บริการ ด้านราคา มีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากต่ำ ด้านความมั่นคงปลอดภัย มีรักษาความปลอดภัยน้อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ค่อยมีการแจ้งข่าวสารให้ลูกค้าทราบรวมทั้งไม่มีพนักงานสำหรับการแนะนำบริการใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์มีการให้เงื่อนไขการให้สินเชื่อยุ่งยาก ไม่ยืดหยุ่น ด้านอุปกรณ์สำนักงาน มีตู้ ATM ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และด้านสังคมไม่รู้จักผู้บริหารของธนาคารหรือไม่รู้จักพนักงานที่ให้บริการ

ปรีดี ชื่นจิตต์ศิริ (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัทธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัทธนาคารกสิกรไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเปรียบเทียบแต่ละปัจจัยย่อยได้

ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและแนะนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับปานกลาง

สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ (2548) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานนโชนา จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการให้บริการ ด้านเงินฝากผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและแนะนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านการจัดจำหน่าย และมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือด้าน ส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ สำหรับความพึงพอใจหลังรับบริการมีค่าเฉลี่ยมาก คือ ด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างและแนะนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคาตามลำดับ

พิชัยพงศ์ ยอแสงรัตน์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการของลูกค้าสินเชื่อธนาคาร พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวศูนย์ธุรกิจ กูเก็ต โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าสินเชื่อธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 86 ราย ใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีทาง สถิติ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One-way ANOVA ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ดำเนิน ธุรกิจมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด ยอดขาย/ รายได้ปี 2548 อยู่ในช่วง 5,000,001-25,000,000 บาท โดยใช้บริการสินเชื่อประเภทเงินกู้ประจำ มีวัตถุประสงค์ในการขอ สินเชื่อเพื่อขยายกิจการ วงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติ 5,000,001-25,000,000 บาท อัตราดอกเบี้ย ในช่วง 7.01%-10.00% ต่อปี ธนาคารใช้เวลาพิจารณาคำขอสินเชื่อมากกว่า 60 วัน โดยมีระยะเวลา ชำระหนี้คืน 10 ปี และหลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันส่วนใหญ่เป็นที่ดินพร้อมสิ่งปลูกสร้าง และลูกค้ามีความต้องการวงเงินสินเชื่อเพิ่มเติม เพื่อขยายกิจการมากที่สุด โดยต้องการวงเงินสินเชื่อเพิ่มในช่วง 50,000-5,000,000 บาท โดยระยะเวลาในการพิจารณาอนุมัติ 31-60 วัน ต้องการอัตราดอกเบี้ย 5.01%-7.00% ต่อปี ระยะเวลาในการชำระหนี้คืน 10 ปี หลักทรัพย์ที่ใช้ค้ำประกันการกู้เงินในการ ขอสินเชื่อเพิ่ม คือใช้ที่ดินเปล่า สำหรับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกปัจจัยมีผลต่อความ ต้องการมาก โดยปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการ และปัจจัยด้านบุคลากร ตามลำดับ

นครินทร์ เมฆระ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง ในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ รวม 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ 160 ราย จังหวัดลำพูน 20 ราย และจังหวัดแม่ฮ่องสอน 3 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 183 ราย ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิธีวัดตามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert scale) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ปัจจัยด้านบุคลากรซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ตามลำดับดังนี้ ปัจจัยในเรื่องการตอบสนองแก้ไขปัญหาที่รวดเร็วของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องการให้บริการที่สม่ำเสมอและถูกต้องของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องความน่าเชื่อถือของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องความรู้ ความสามารถ ความชำนาญของพนักงาน ปัจจัยในเรื่องมนุษยสัมพันธ์บุคลิกมารยาท ของพนักงานและปัจจัยด้านอื่น ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมาก ตามลำดับ คือ ปัจจัยในเรื่องความมั่นคงของธนาคาร และปัจจัยในเรื่องนโยบายของธนาคารมีความชัดเจน ปัญหาที่มีผลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางในพื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ทุกประเด็นปัญหามีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญน้อยถึงน้อยที่สุด

วัชรวิทย์ เจริญผล (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจขนาดเล็กจากธนาคารกรุงเทพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจขนาดเล็กจากธนาคารกรุงเทพ และเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้ารายย่อยที่ใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดเล็กจากธนาคารกรุงเทพ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่และธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้ข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อทั้งหมด 200 ราย แบ่งเป็นลูกค้าสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพฯ จำนวน 100 รายและลูกค้าสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งจำนวน 100 ราย ผลการศึกษาพบว่าในจำนวนลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 31-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า อาชีพหลักและรองประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้อยู่ระหว่าง 20,001-50,000 บาทและรายได้รองอยู่ต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้กู้เป็นนิติบุคคลจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดใช้สินเชื่อประเภทเงินกู้ระยะยาวมากที่สุด โดยรับเงินสินเชื่อตั้งแต่ 1-500,000 บาท ระยะเวลาการกู้ตั้งแต่ 1-10 ปี หลักประกันที่ใช้ค้ำประกันเป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน

มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนใหญ่ และเมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพเปรียบเทียบกับธนาคารอื่น พบว่าการแจกแจงของข้อมูลที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์โดยต้องการนำสินเชื่อไปหมุนเวียนในกิจการและต้องการนำไปซื้อยานพาหนะขนส่งสินค้าในกิจการ ด้านเงื่อนไขของคุณสมบัติผู้กู้เป็นต้น ส่วนทางด้านความพึงพอใจของลูกค้าพบว่าส่วนใหญ่ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านการติดต่อขอคำปรึกษาในระดับมากที่สุด

สมพร นันทะชัย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร และศึกษาปัญหาการใช้บริการสินเชื่อจากสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดเชียงใหม่ ของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร กลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนจากสหกรณ์นอกภาคการเกษตรในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 90 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าแจกแจงความถี่ และวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐานใช้สถิติไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร พบว่า สหกรณ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระดับอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับ ได้แก่ อันดับแรกขั้นตอนการให้บริการสินเชื่อสะดวกรวดเร็ว ความน่าเชื่อถือของธนาคาร พนักงานให้บริการดีและรวดเร็ว รองลงมาคือ การเป็นธนาคารที่เอาใจใส่ลูกค้าให้ความสำคัญในการติดตามหรือมีบริการหลังขาย มีพนักงานที่มีความรู้และสามารถให้คำแนะนำแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้

สมชัย อังอำนวยศิริ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการขยายธุรกิจของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสาขาย่อยตลาดศรีเมือง จังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ พ่อค้าแม่ค้าและประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการตลาดศรีเมือง จังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คนดำเนินการศึกษาโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ค่าสถิติ ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งที่เป็นลูกค้าของ ธ.ก.ส. และไม่เป็นลูกค้า ธ.ก.ส. มีความต้องการค่อนข้างคล้ายกัน เมื่อพิจารณาตามความต้องการตามส่วนผสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์บริการและด้านราคาบริการลูกค้าส่วนใหญ่มีความเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ต้องการใช้บริการเงินกู้จาก ธ.ก.ส. เพื่อซื้อรถยนต์ ต้องการให้อัตราค่าบริการชำระค่าสินค้าและบริการ/ สาธารณูปโภค ต่ำกว่าธนาคารอื่น และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงกว่าธนาคารอื่น เป็นต้น สำหรับความต้องการด้าน การจัดจำหน่ายบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย และหากพิจารณารายละเอียดความต้องการทั้งในด้านการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดบริการ กลุ่มตัวอย่าง

ที่มีความต้องการในระดับมาก พบว่า ต้องการให้ธนาคารมีการให้บริการล่วงเวลาทำการ/ พักเที่ยง และวันหยุดราชการ จัดให้มีหน่วยบริการเคลื่อนที่ รวมถึง ได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของ ธ.ก.ส.

สุเทพ กลมกล่อม (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สินเชื่อจากสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี ภูมิภาคศึกษา ของ ธ.ก.ส. จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการที่จดทะเบียนพาณิชย์กับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า ซึ่งใช้บริการ สินเชื่อจากสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี จำนวน 340 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐาน และค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson correlation) ในการทดสอบสมมุติฐาน ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาดต่อการใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อันดับที่ 1 ด้านบุคลากรมีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมา คือกระบวนการให้บริการ มีระดับ มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และด้านราคา มีระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ตามลำดับ 2) การตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาประเด็นในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อพบว่า อันดับที่ 1 การตัดสินใจซื้อ มีระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือ การประเมิน ทางเลือก มีระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และการรับรู้ถึงความต้องการปัญหา มีระดับมาก ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.13 ตามลำดับ และ 3) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์การใช้สินเชื่อจากสถาบัน การเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาค่า r มีค่าเท่ากับ 0.803 แสดงว่า ตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง หมายความว่า ถ้าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีผลให้ความรู้สึกลูกค้าเพิ่มขึ้น มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ จากสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี จะเพิ่มขึ้นตาม

บงกช อินทร โอบาส (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ของ ธ.ก.ส. ภูมิภาคศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอ บางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างคือ ข้าราชการ พนักงานราชการและลูกจ้างประจำของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 300 ราย เก็บรวบรวม ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ของ ธ.ก.ส. ภูมิภาคศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ซึ่งปัจจัยทางการตลาด

ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา อาทิ วงเงินกู้ อัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาผ่อนชำระและค่าธรรมเนียมในการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร อาทิ พนักงานเอาใจใส่พร้อมให้บริการ สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้ความสามารถและให้คำแนะนำข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับธนาคารได้ และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ อาทิ ความสะดวกและมีสาขาให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ตามลำดับ

บัญชา สาระสันต์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการให้สินเชื่อการปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่สวนส้มร้าง อำเภอบ้านนา จังหวัดนครนายก กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่ได้แสดงความจำนงและผ่านการขึ้นทะเบียนการปลูกปาล์มน้ำมันจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 56 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีศักยภาพในการปลูกปาล์มน้ำมัน โดยมีความรู้ในการปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว การตลาดและการบริหารจัดการสวนปาล์มน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 44.56 เกษตรกรส่วนใหญ่มีความต้องการสินเชื่อปลูกปาล์มน้ำมัน โดยต้องการสินเชื่อในปีที่ 1 เป็นเงินจำนวน 13,882 บาทต่อไร่ ปีที่ 2-3 จำนวน 7,408 บาทต่อไร่ ซึ่งเป็นสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำและมีระยะเวลาผ่อนชำระคืนในระยะยาว โดยต้องการให้ ธ.ก.ส. สนับสนุนด้านสินเชื่อ ในระดับมากที่สุด

สมศักดิ์ เตชะเทียมจันทร์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. ของผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังในจังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้การสุ่มแบบเจาะจง คือผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 99 ราย ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของผู้บริการสินเชื่อ ผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังเคยได้รับสินเชื่อจากธนาคารมาหมุนเวียนในกิจการวงเงินสินเชื่อที่ได้รับอนุมัติจากธนาคารส่วนใหญ่ได้รับวงเงินมากกว่า 50,000,000 บาท ระยะเวลาที่ธนาคารพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ ส่วนใหญ่ใช้เวลา 16-60 วัน สำหรับข้อมูลข่าวสารการให้บริการสินเชื่อ ของ ธ.ก.ส. ผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังส่วนใหญ่รับข้อมูลมาจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมาคือขอใช้บริการสินเชื่อด้วยตนเอง และได้รับคำแนะนำจากบุคคลรอบข้างญาติพี่น้องหรือเพื่อน ในมุมมองผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังมองว่าจุดเด่นของสินเชื่อของ ธ.ก.ส. คือระยะเวลาชำระคืนเงินกู้สั้น จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ธ.ก.ส. พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อ รองลงมาคือ ด้านราคาและด้านส่งเสริมการตลาด ในขณะที่ด้านสถานที่ และด้านผลิตภัณฑ์เงินกู้ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อในระดับปานกลาง

สุรัตน์ คำรงวลิ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความเสี่ยงในการให้สินเชื่อผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรในจังหวัดระยอง การดำเนินโครงการตามนโยบายของรัฐบาลซึ่งมีเป้าหมายให้

เกษตรกรมีบัตรเครดิตเพื่อใช้แทนเงินสดในการซื้อปัจจัยการผลิตเครื่องอุปโภคและบริโภคในครัวเรือน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจึงได้เริ่มดำเนินการในเดือนพฤษภาคม 2556 โดย ธ.ก.ส. สำนักงานจังหวัดระยองโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจในการใช้บัตรเครดิตของเกษตรกร 2) เพื่อศึกษาความเสี่ยงที่เกิดจากการให้สินเชื่อผ่านบัตรเครดิตเกษตรกร 3) เพื่อศึกษาแนวทางป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น NPL ในอนาคต และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการบัตรเครดิตเกษตรกร โดยการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการศึกษาวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการศึกษาวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ใช้บัตรเครดิตเกษตรกรที่เป็นลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดระยอง และร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการบัตรเครดิตเกษตรกร ผลการศึกษา พบว่า เกษตรกรผู้ใช้บัตรเครดิตเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบัตรเครดิตอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้ความเข้าใจในด้านหลักเกณฑ์การใช้บัตรเครดิตอยู่ในระดับมาก และมีความรู้ความเข้าใจในค่านโยบายของรัฐบาลอยู่ในระดับปานกลาง มีความพึงพอใจต่อบัตรสินเชื่อเกษตรกรอยู่ในระดับมาก และผลการศึกษาในประเด็นความเสี่ยงที่เกิดจากการให้สินเชื่อผ่านบัตรเครดิตเกษตรกร โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงในการให้บัตรเครดิตเกษตรกร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตผลหลัก ด้านหลักประกัน และด้านวงเงินการใช้บัตรเครดิต ส่วนในด้านหลักประกันจะพบว่า ลูกค้าที่ใช้หลักประกันค้ำประกันเงินกู้ประเภทบุคคลค้ำประกัน จะมีความเสี่ยงในการให้บัตรเครดิตเกษตรกรมากกว่าลูกค้าที่ใช้หลักประกันจำนอง และประเภทหลักประกันรับรองผิดลูกหนี้ร่วมกัน และในด้านวงเงินการใช้บัตรเครดิต พบว่า ลูกค้าที่ได้รับวงเงินบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรสูงมีความเสี่ยงที่จะไม่สามารถชำระคืนหนี้อัตรสินเชื่อเกษตรกรมากกว่าลูกค้าที่ได้รับวงเงินบัตรเครดิตเกษตรกรต่ำ

ยุวดี เล้าเรือนบุญ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตการเกษตรกร ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตเกษตรกรเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 51-60 ปี สถานภาพ สมรส/ อยู่ด้วยกัน ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีรายได้ 100,001-200,000 บาท มีพื้นที่การผลิต 41 ไร่ขึ้นไป สมาชิกในครัวเรือนประมาณ 4 คน 2) ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตเกษตรกรเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริม

การตลาด ด้านพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ อยู่ใน
ระดับพึงพอใจมาก 3) พฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่ค่าเฉลี่ยความถี่
ในการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ประมาณ 2 ครั้งต่อรอบ 3 เดือน มีค่าเฉลี่ยจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่าน
บัตรสินเชื่อเกษตรกรเท่ากับ 28,181.25 บาท โดยผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรมีการใช้บริการ
บัตรสินเชื่อเกษตรกรต่อไปในระดับใช้แน่นอน มีการแนะนำให้คนรู้จักหรือเพื่อนใช้บัตรสินเชื่อ
เกษตรกร ในระดับแนะนำและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อท่านมากที่สุดในการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรมาก
ที่สุด คือ บัตรสินเชื่อเกษตรกรมีความปลอดภัยในการซื้อปัจจัยการผลิตเนื่องจากไม่ต้องพกเงินสด
4) ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อปี แตกต่าง
กัน มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านความถี่ในการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรครั้ง
ต่อรอบ 3 เดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 5) ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะ
ประชากรศาสตร์ด้านเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อปี จำนวนพื้นที่การผลิต แตกต่างกัน
มีพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านจำนวนเงินที่ใช้จ่ายผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร
เฉลี่ย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์
ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อปี จำนวนพื้นที่การผลิต แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้
บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรต่อไปอีก แตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 7) ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา
รายได้ต่อปี จำนวน พื้นที่การผลิต แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรด้านการ
แนะนำให้คนรู้จักหรือเพื่อนใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 8) ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
ด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนเงินที่ใช้บัตรสินเชื่อ
เกษตรกร ด้านการให้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร โดยมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทิศทาง
เดียวกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตร
สินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ด้านการแนะนำให้ใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร ด้านความถี่ในการใช้ต่อรอบ 3 เดือน โดยมิ
มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในทิศทางเดียวกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปแนวความคิดที่ได้จากการศึกษางานวิจัย

จากการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการธนาคารต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานและขั้นตอนการทำงาน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าผู้ใช้นั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวความคิดได้ดังนี้คือ ในปัจจุบันการทำงานให้บรรลุผลสำเร็จในการให้บริการของธนาคาร จะต้องให้ความสำคัญกับผู้มาใช้บริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการแข่งขันของสถาบันการเงินค่อนข้างสูง ซึ่งผู้บริหารธนาคาร ควรให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงานด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด และเพื่อเปรียบเทียบศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับบริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร โดยมีรายละเอียดดังนี้ ผู้รับบริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ณ 30 เมษายน พ.ศ. 2557 จำนวน 3,826 ราย

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับบริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร จำนวน 362 คน โดยการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1970, pp. 580-581) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ความคลาดเคลื่อน 5 %

การใช้สูตรคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนหน่วยประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มที่ยอมรับได้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้

$$\text{แทนค่า } n = \frac{3,826}{1 + (3,826)(0.05)^2}$$

$$n = 362$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับการบัตรสินเชื่อเกษตรกร มีจำนวน 362 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับการบัตรสินเชื่อเกษตรกร โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับการบัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกได้ 7 ด้าน ดังนี้

- 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ
- 2.2 ด้านราคา
- 2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- 2.5 ด้านบุคคลหรือพนักงาน
- 2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ
- 2.7 ด้านกระบวนการ

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
พึงพอใจมาก	ให้ 4 คะแนน
พึงพอใจปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
พึงพอใจน้อย	ให้ 2 คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามลำดับขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยามศัพท์ และเพื่อให้ใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด และตรวจสอบแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังนี้

3.1 นายวรภาส บุญมั่น ผู้อำนวยการ ธ.ก.ส. จังหวัดตราด

3.2 ดร.บัณฑิต ดีเหมาะ ผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาลูกค้าและชนบท ธ.ก.ส.

สำนักงานใหญ่

3.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงษ์เสถียร เหลืองอลงกต ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษา จันทบุรี วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

ทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา หลังจากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับเกษตรกรลูกค้าที่ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธ.ก.ส. สาขาแสนตุ้ง จำนวน 30 ชุด ซึ่งเป็นบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) แบบ Cronbach's alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของเครื่องมือเท่ากับ .85 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

1. ขอนหนังสือจากวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ถึงผู้อำนวยการสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดตราด เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรลูกค้าผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร

2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้ส่งแบบสอบถามเพื่อถามเกษตรกรลูกค้าผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร จำนวน 362 ชุด ได้รับกลับคืนมาจำนวน 362 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์ โดยมีพนักงานพัฒนาธุรกิจ ของ ธ.ก.ส. สาขาตราด บริการแจก-เก็บแบบสอบถามและอำนวยความสะดวกในการตอบแบบสอบถามหากเกิดอุปสรรคต่าง ๆ เช่น ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านหนังสือไม่ออก มีปัญหาเรื่องสายตา สูงอายุ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบริการสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด สถิติที่ใช้คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ข้อมูลเปรียบเทียบ ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่ม และใช้สถิติ One-Way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และหากพบว่ามีค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 จะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบของ LSD (Least significant difference)

เกณฑ์การแปลผล

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย อ้างอิงจากคู่มือการทำปัญหาพิเศษ สำหรับนิสิตหลักสูตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา 2556 ใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยแบบอิงเกณฑ์ (Criterion reference) กรณีแบ่งเป็น 5 ระดับ กำหนดค่าคะแนนของคำตอบไว้แน่นอน คือ ค่าคะแนนมากที่สุด, ค่าคะแนนมาก, ค่าคะแนนปานกลาง, ค่าคะแนนน้อย และค่าคะแนนน้อยที่สุด ซึ่งการหาค่าระดับเกณฑ์การแปลผล โดยมีวิธีการ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับที่ต้องการ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย มีดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง ฟังพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง ฟังพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง ฟังพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง ฟังพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง ฟังพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อปี ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรลูกค้าของ ธ.ก.ส. สาขาตราด โดยเก็บข้อมูลจากเกษตรกรลูกค้าของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำนวน 362 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับบริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร จำแนกได้ 7 ด้าน ดังนี้
1) ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคลหรือพนักงาน 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ 7 ด้านกระบวนการ

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	229	63.26
หญิง	133	36.74
รวม	362	100.00
2. อายุ		
25-35 ปี	48	13.26

ตารางที่ 4-1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
36-45 ปี	140	38.68
46-55 ปี	100	27.62
ตั้งแต่ 56 ปี ขึ้นไป	74	20.44
รวม	362	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	255	70.44
มัธยมศึกษา	71	19.62
ปริญญาตรี	32	8.84
สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.10
รวม	362	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อปี		
ต่ำกว่า 100,000 บาท	68	18.78
100,001-300,000 บาท	162	44.75
300,001-500,000 บาท	82	22.65
500,001-800,000 บาท	28	7.74
800,001-1,000,000 บาท	22	6.08
รวม	362	100.00

จากตารางที่ 4-1 จำนวนร้อยละของผู้รับบริการที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลทั่วไป พบว่า พบว่า เกษตรกรลูกค้ำของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 63.26 และเพศหญิง ร้อยละ 36.74 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 38.67 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 46-55 ปี ร้อยละ 27.62 อายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.44 และอายุระหว่าง 25-35 ปี ร้อยละ 13.62 ระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 70.44 รองลงมา ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 19.61 ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 8.84 และระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ร้อยละ 1.10 มีรายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง 100,001-300,000 บาท ร้อยละ 44.75 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง 300,001-500,000 บาท ร้อยละ 22.65 รายได้เฉลี่ยต่อปีต่ำกว่า 100,000 บาท

ร้อยละ 18.78 รายได้เฉลี่ยต่อปีระหว่าง 500,001-800,000 ร้อยละ 7.73 และรายได้เฉลี่ยต่อปี 800,001-1,000,000 บาท ร้อยละ 6.08 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบริการสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับบริการบริการสินเชื่อเกษตรกร

ตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบริการสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวม

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ	\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ	3.50	.64	มาก	7
ด้านราคา	3.72	.71	มาก	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	.82	มาก	4
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.62	.73	มาก	5
ด้านบุคคลหรือพนักงาน	3.89	.72	มาก	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.56	.77	มาก	6
ด้านกระบวนการ	3.76	.79	มาก	2
ภาพรวม	3.67	.56	มาก	

จากตารางที่ 4-2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้า ต่อการดำเนินงานบริการสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด พบว่าความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบริการสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.67$, $SD = .56$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด สรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบริการสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคคลหรือพนักงาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = .72$) โดยมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, $SD = .79$) ด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, $SD = .71$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = .82$) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, $SD = .73$) ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจ

อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, $SD = .77$) และความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, $SD = .64$)

ตารางที่ 4-3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามด้าน ผลิตภัณฑ์การให้บริการของบัตรสินเชื่อ

ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ของบัตรสินเชื่อ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. วงเงินบัตรสินเชื่อที่ ได้รับ	44 (12.15)	105 (29.01)	147 (40.61)	54 (14.92)	12 (3.31)	3.32	.98	ปาน กลาง	4
2. บัตรสินเชื่อมีความ หลากหลายของสินค้า ที่ให้บริการ	33 (9.12)	100 (27.62)	190 (52.49)	35 (9.67)	4 (1.10)	3.34	.82	ปาน กลาง	3
3. รูปทรงและความ สวยงามของบัตรสินเชื่อ	42 (11.60)	148 (40.88)	152 (41.99)	20 (5.52)	-	3.59	.77	มาก	2
4. ระบบการรักษาความ ปลอดภัยของตัวบัตรสินเชื่อ	74 (20.44)	137 (37.85)	147 (40.61)	4 (1.10)	-	3.78	.78	มาก	1
ภาพรวม						3.50	.64	มาก	

จากตารางที่ 4-3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกษตรกรลูกค้า ต่อด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการของบัตรสินเชื่อพบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจด้าน ผลิตภัณฑ์การให้บริการของบัตรสินเชื่อ ในภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, $SD = .64$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านระบบการรักษาความปลอดภัยของตัวบัตรสินเชื่อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, $SD = .78$) โดยมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านรูปทรงและความสวยงามของบัตรสินเชื่อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$, $SD = .77$) ด้านบัตรสินเชื่อมีความหลากหลายของสินค้าที่ให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.34$, $SD = .82$) และความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้าน วงเงินบัตรสินเชื่อที่ได้รับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$, $SD = .98$)

ตารางที่ 4-4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร
ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านราคาการให้
บริการของบัตรสินเชื่อ

ด้านราคาการให้บริการของ บัตรสินเชื่อ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปล ความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. อัตราดอกเบี้ยบัตร สินเชื่อในการให้บริการ มีความเหมาะสม	155 (31.77)	105 (29.01)	127 (35.08)	11 (3.04)	4 (1.10)	3.87	.94	มาก	1
2. ดอกเบี้ยต่ำกว่าบัตร เครดิตของธนาคารอื่น ๆ	119 (32.87)	108 (29.83)	109 (30.11)	19 (5.25)	7 (1.93)	3.86	1.00	มาก	2
3. ธนาคารมีระยะเวลา ปลอดดอกเบี้ย (0%) 1 เดือนมีความเหมาะสม	117 (32.32)	105 (29.01)	91 (25.14)	26 (7.18)	23 (6.35)	3.74	1.17	มาก	3
4. ค่าปรับที่เกิดจากการ ผิดนัดชำระมีความ เหมาะสม	63 (17.40)	117 (32.32)	127 (35.08)	19 (5.25)	36 (9.94)	3.42	1.14	มาก	4
	ภาพรวม					3.72	.71	มาก	

จากตารางที่ 4-4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกษตรกรลูกค้า
ต่อด้านราคาการให้บริการของบัตรสินเชื่อ พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคาของบัตร
สินเชื่อ ในภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$, $SD = .71$) เมื่อพิจารณาใน
รายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส.
สาขาตราด ด้านอัตราดอกเบี้ยบัตรสินเชื่อในการให้บริการมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, $SD = .94$) โดยมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านดอกเบี้ยต่ำ
กว่าบัตรเครดิตของธนาคารอื่น ๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, $SD = 1.00$)
ด้านธนาคารมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย (0%) 1 เดือนมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, $SD = 1.17$) และความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านค่าปรับที่เกิดจาก
การผิดนัดชำระมีความเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$, $SD = 1.14$)

ตารางที่ 4-5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร
ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านช่องทางการ
จัดจำหน่ายของบัตรเครดิตสินเชื่อ

ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายของบัตรเครดิตสินเชื่อ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ธ.ก.ส. มีสถานที่ตั้ง สะดวกและง่ายในการ เข้าไปติดต่อใช้บริการ	56 (16.30)	149 (41.16)	131 (36.19)	23 (6.35)	-	3.67	.82	มาก	-
ภาพรวม						3.67	.82	มาก	

จากตารางที่ 4-5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกษตรกรลูกค้า
ต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัตรเครดิตสินเชื่อ พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจด้านช่องทาง
การจัดจำหน่ายของบัตรเครดิตสินเชื่อ ในภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = .82$)
เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส.
สาขาตราด ด้าน ธ.ก.ส. มีสถานที่ตั้งสะดวกและง่ายในการเข้าไปติดต่อใช้บริการมีความพึงพอใจ
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, $SD = .82$)

ตารางที่ 4-6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร
ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านการส่งเสริม
การบริการบัตรเครดิตสินเชื่อ

ด้านการส่งเสริมการ บริการบัตรเครดิตสินเชื่อ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ธนาคารมีการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้บริการบัตร สินเชื่อ	54 (14.92)	126 (34.81)	132 (36.46)	50 (13.81)	-	3.51	.91	มาก	3

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการ บริการบัตรสินเชื่อ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
2. ไม่มีค่าธรรมเนียม แรกเข้าและ ค่าธรรมเนียมรายปี	144 (39.78)	121 (33.43)	75 (20.72)	14 (3.87)	8 (2.21)	4.05	.98	มาก	2
3. มีโครงการจัดหาปุ๋ย เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (ฟรีดอกเบี้ย 5 เดือน)	175 (48.34)	103 (28.45)	62 (17.13)	22 (6.08)	-	4.19	.93	มาก	1
4. ร้านค้าให้บริการอยู่ ใกล้บ้าน	70 (19.34)	78 (21.55)	98 (27.07)	93 (25.69)	23 (6.35)	3.22	1.21	ปานกลาง	4
5. มีจำนวนร้านค้า เพียงพอต่อการ ให้บริการ	50 (13.81)	85 (23.48)	118 (32.60)	80 (22.10)	29 (8.01)	3.13	1.15	ปานกลาง	5
	รวม					3.62	.73	มาก	

จากตารางที่ 4-6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของเกษตรกร ลูกค้าต่อด้านการส่งเสริมการบริการบัตรสินเชื่อ พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการบริการบัตรสินเชื่อ ในภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$, $SD = .73$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านมีโครงการจัดหาปุ๋ยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (ฟรีดอกเบี้ย 5 เดือน) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, $SD = .93$) โดยมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, $SD = .98$) ด้านธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการบัตรสินเชื่อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$, $SD = .91$) ด้านร้านค้าให้บริการอยู่ใกล้บ้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.22$, $SD = 1.21$) และความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านมีจำนวนร้านค้าเพียงพอต่อการให้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, $SD = 1.15$)

ตารางที่ 4-7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร
ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคคลหรือ
พนักงานการให้บริการของบัตรสินเชื่อ

ด้านบุคคลหรือพนักงาน	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. พนักงานธนาคาร แสดงความเอาใจใส่ต่อ การให้บริการของบัตร สินเชื่อ	86 (23.76)	170 (46.96)	98 (27.07)	-	8 (2.21)	3.90	.84	มาก	2
2. พนักงานให้บริการ ด้วยความเสมอภาค ตามลำดับ ก่อน-หลัง	86 (23.76)	138 (38.12)	138 (38.12)	-	-	3.86	.77	มาก	3
3. พนักงานให้ข้อมูล ในการใช้บัตรได้อย่าง ถูกต้อง	89 (24.59)	153 (42.27)	116 (32.04)	4 (1.10)	-	3.90	.78	มาก	1
	รวม					3.89	.72	มาก	

จากตารางที่ 4-7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกษตรกรลูกค้า
ต่อความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานการให้บริการของบัตรสินเชื่อ พบว่าเกษตรกรลูกค้ามี
ความพึงพอใจด้านบุคคลหรือพนักงานการให้บริการของบัตรสินเชื่อ ในภาพรวม มีความพึงพอใจ
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, $SD = .72$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส.
สาขาตราด ด้านพนักงานให้ข้อมูลในการใช้บัตรได้อย่างถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 3.90$, $SD = .78$) โดยมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านพนักงานธนาคารแสดง
ความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบัตรสินเชื่อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$,
 $SD = .84$) และความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านพนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาค
ตามลำดับ ก่อน-หลัง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, $SD = .77$)

ตารางที่ 4-8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร
ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านลักษณะทาง
กายภาพของธนาคารในการให้บริการบัตรสินเชื่อ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ธนาคารมีความ สะดวกและมีความเป็น ระเบียบของการจัดวาง เอกสาร สลิปและใบคำขอต่างๆ	69 (19.06)	149 (41.16)	140 (38.67)	4 (1.10)	-	3.78	.76	มาก	1
2. ร้านค้าแสดงสินค้า ที่สามารถซื้อโดยบัตร สินเชื่อได้อย่างชัดเจน	67 (18.51)	106 (29.28)	166 (45.86)	23 (6.35)	-	3.60	.86	มาก	2
3. ร้านค้าแสดงราคา สินค้าที่ซื้อโดยใช้บัตร สินเชื่อ	56 (15.47)	99 (27.35)	168 (46.41)	35 (9.67)	4 (1.10)	3.46	.91	มาก	3
4. ธนาคารมีช่องทาง เคาน์เตอร์รับชำระหนี้ เพียงพอ	61 (16.85)	103 (28.45)	131 (36.19)	52 (14.36)	15 (4.14)	3.40	1.06	ปานกลาง	4
	รวม					3.56	.77		

จากตารางที่ 4-8 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกษตรกรลูกค้า
ต่อความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพของธนาคารในการให้บริการบัตรสินเชื่อ พบว่า เกษตรกร
ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของธนาคารในการให้บริการบัตรสินเชื่อ ในภาพรวม
มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, $SD = .77$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส.
สาขาตราด ด้านธนาคารมีความสะดวกและมีความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสาร สลิป และ
ใบคำขอต่างๆมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, $SD = .76$) โดยมีความพึงพอใจเป็นอันดับ
แรก รองลงมา คือด้านร้านค้าแสดงสินค้าที่สามารถซื้อโดยบัตรสินเชื่อได้อย่างชัดเจน มีความพึง
พอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, $SD = .86$) ด้านร้านค้าแสดงราคาสินค้าที่ซื้อ โดยใช้บัตรสินเชื่อ
มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$, $SD = .91$) และความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ

ด้านธนาคารมีช่องทางเคาน์เตอร์รับชำระหนี้เพียงพอ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 3.40$, $SD = 1.06$)

ตารางที่ 4-9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกร
ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านกระบวนการ
ให้บริการของบัตรเครดิต

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ธนาคารมีการ ให้บริการบัตรเครดิต เป็นขั้นตอนสะดวกและ รวดเร็ว	96 (26.52)	110 (30.39)	96 (26.52)	56 (15.47)	4 (1.10)	3.66	1.07	มาก	3
2. ธนาคารมีพนักงาน เพียงพอที่จะให้บริการ บัตรเครดิต	65 (17.96)	122 (33.70)	92 (25.41)	75 (20.72)	8 (2.21)	3.44	1.08	มาก	4
3. ระยะเวลาในการแจ้ง ยอดชำระหนี้มีความ เหมาะสม	90 (24.86)	135 (37.29)	122 (33.70)	15 (4.14)	-	3.83	.85	มาก	2
4. การแจ้งยอดชำระ หนี้มีความถูกต้อง	124 (34.25)	156 (43.09)	74 (20.44)	8 (2.21)	-	4.09	.79	มาก	1
	รวม					3.76	.79	มาก	

จากตารางที่ 4-9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเกษตรกรลูกค้า
ต่อความพึงพอใจ ด้านกระบวนการให้บริการของบัตรเครดิต พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการของบัตรเครดิต ในภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$,
 $SD = .79$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส.
สาขาตราด ด้านการแจ้งยอดชำระหนี้มีความถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$,
 $SD = .79$) โดยมีความพึงพอใจเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านระยะเวลาในการแจ้งยอดชำระหนี้
มีความเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, $SD = .85$) ด้านธนาคารมีการ
ให้บริการบัตรเครดิตเป็นขั้นตอนสะดวกและรวดเร็ว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$,

SD = 1.07) และความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านธนาคารมีพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการ บัตรสินเชื่อ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$, SD = 1.08)

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เกษตรกรลูกค้ำที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน บัตรสินเชื่อเกษตรกรรมของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-10 การเปรียบเทียบเพศกับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้ำต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรรมของ ธ.ก.ส. สาขาตราด

เพศ	จำนวน	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	229	3.6921	.56994	.766	.44
หญิง	133	3.6454	.54076		

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-10 การเปรียบเทียบเพศกับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้ำต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรรมของ ธ.ก.ส. สาขาตราด พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .44 แสดงว่าเกษตรกรลูกค้ำ เพศชาย และเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรรมของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 เกษตรกรลูกค้ำที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรรมของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้ำต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรรมของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{X}	SD
253-35 ปี	3.78	.47
36-45 ปี	3.64	.49
46-55 ปี	3.66	.51
ตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป	3.66	.74

จากตารางที่ 4-11 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามอายุของเกษตรกรลูกค้า พบว่ามีเกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจที่สุด ช่วงอายุ 25-35 ปี ($\bar{X} = 3.78$, $SD = .47$) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 46-55 ปี ($\bar{X} = 3.66$, $SD = .51$) ช่วงอายุ ตั้งแต่ 56 ปี ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.66$, $SD = .74$) และช่วงอายุ 36-45 ปี ($\bar{X} = 3.64$, $SD = .49$) เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	.728	.243	.775	.50
ภายในกลุ่ม	358	112.118	.313		
รวม	361	112.846			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-12 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ของเกษตรกรลูกค้าในช่วงอายุต่าง ๆ พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .50 แสดงว่าเกษตรกรลูกค้า เกษตรกรลูกค้าในช่วงอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 เกษตรกรลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD
ประถมศึกษา	3.71	.53

ตารางที่ 4-13 (ต่อ)

ระดับการศึกษา	\bar{X}	SD
ประถมศึกษา	3.71	.53
มัธยมศึกษา	3.57	.64
ปริญญาตรี	3.57	.56
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	3.92	.00

จากตารางที่ 4-13 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามระดับการศึกษาของเกษตรกรลูกค้า พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจ มากที่สุดมีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.92$, $SD = .00$) รองลงมาคือ การศึกษาระดับประถมศึกษา ($\bar{X} = 3.71$, $SD = .53$) การศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.57$, $SD = .56$) และการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ($\bar{X} = 3.57$, $SD = .64$) เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	1.669	.556	1.792	.14
ภายในกลุ่ม	358	111.177	.311		
รวม	361	112.846			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม ระดับการศึกษา พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ .14 แสดงว่าเกษตรกรลูกค้า ที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 เกษตรกรลูกค้ำมีรายได้ต่างกันความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน
 บัณฑิตินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้ำต่อการ
 ดำเนินงานบัณฑิตินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	\bar{X}	SD
ต่ำกว่า 100,000 บาท	3.72	.65
100,001-300,000 บาท	3.69	.56
300,001-500,000 บาท	3.69	.54
500,001-800,000 บาท	3.43	.35
800,001-1,000,000 บาท	3.58	.39

จากตารางที่ 4-15 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
 ของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานบัณฑิตินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม รายได้
 เฉลี่ยต่อปี พบว่า เกษตรกรลูกค้ำมีความพึงพอใจ มากที่สุด รายได้ต่ำกว่า 100,000 บาท ($\bar{X} = 3.72$,
 SD = .65) เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ รายได้ 300,001-500,000 บาท ($\bar{X} = 3.69$, SD = .54) รายได้
 100,001-300,000 บาท ($\bar{X} = 3.69$, SD = .56) รายได้ 800,001-1,000,000 บาท ($\bar{X} = 3.58$, SD = .39)
 และรายได้ 500,001-800,000 บาท ($\bar{X} = 3.43$, SD = .35) เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจ
 ของเกษตรกรลูกค้ำต่อการดำเนินงานบัณฑิตินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	1.424	.356	1.141	.33
ภายในกลุ่ม	357	111.422	.312		
รวม	361	112.846			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 4-16 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ของระดับรายได้ พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .33 แสดงว่าเกษตรกรลูกค้า ที่มีระดับรายได้ ต่างกันมีความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-17 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เกษตรกรลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. เกษตรกรลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. เกษตรกรลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. เกษตรกรลูกค้าที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจ หรือทัศนคติที่ดีหลังจากเข้ารับบริการ ซึ่งถ้าได้รับการบริการตามที่คาดหวังไว้จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ แต่ถ้าไม่ได้รับการบริการตามที่ได้คาดหวังไว้ลูกค้าจะเกิดความไม่พอใจได้ จำแนกตามตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่ได้รับการบริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรจำนวน 362 คน โดยการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1970) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งผลการศึกษานำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด พบว่า เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อปี 100,001-300,000 บาท

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical environment) และกระบวนการให้บริการ (Process) ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับต่อไปนี้ ด้านบุคคลหรือพนักงาน เป็นอันดับแรก รองลงมา ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพและความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ด้านบุคลากร พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ให้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรให้ความสำคัญ ระดับมาก ได้แก่ พนักงานให้ข้อมูลในการใช้บัตรได้อย่างถูกต้อง, พนักงานธนาคารแสดงความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบัตรสินเชื่อ, พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง ตามลำดับ ด้านกระบวนการ พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ให้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การแจ้งยอดชำระหนี้มีความถูกต้อง, ระยะเวลาในการแจ้งยอดชำระหนี้มีความเหมาะสม, ธนาคารมีการให้บริการบัตรสินเชื่อเป็นขั้นตอนสะดวกและรวดเร็ว, ธนาคารมีพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการบัตรสินเชื่อ ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ให้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญ ระดับมาก ได้แก่ด้านอัตราดอกเบี้ยบัตรสินเชื่อ, ด้านดอกเบี้ยต่ำกว่าบัตรเครดิตของธนาคารอื่น ๆ, ด้านธนาคารมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย (0%) 1 เดือนมีความเหมาะสม และด้านค่าปรับที่เกิดจากการผิดนัดชำระมีความเหมาะสม ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ให้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ธ.ก.ส. มีสถานที่ตั้งสะดวกและง่ายในการเข้าไปติดต่อใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ให้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีโครงการจัดหาปุ๋ยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (ฟรีดอกเบี้ย 5 เดือน), ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี, ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการบัตรสินเชื่อ และให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ร้านค้าให้บริการอยู่ใกล้บ้าน, มีจำนวนร้านค้าเพียงพอต่อการให้บริการ ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ใช้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ธนาคารมีความสะดวกและมีความเป็นระเบียบของการจัดวาง เอกสาร สลิป และใบคำขอต่าง ๆ, ร้านค้าแสดงสินค้าที่สามารถซื้อ โดยบัตรสินเชื่อได้อย่างชัดเจน, ร้านค้าแสดงราคาสินค้าที่ซื้อ โดยใช้บัตรสินเชื่อ และให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ธนาคาร มีช่องทางเคาน์เตอร์รับชำระหนี้เพียงพอ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ใช้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ระบบการรักษาความปลอดภัยของตัวบัตรสินเชื่อ, รูปทรงและความสวยงามของ บัตรสินเชื่อ และให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ บัตรสินเชื่อมีความหลากหลายของสินค้าที่ ให้บริการ, วงเงินบัตรสินเชื่อที่ได้รับ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการ ดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เกษตรกรลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน บัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด

จากการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อ เกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการศึกษาสอดคล้องกับ สอดคล้อง กับงานวิจัยของยุวดี เล้าเรือนบุญ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อการเกษตร ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร ในเขตพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการบัตร สินเชื่อเกษตรกรเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยา มีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก และพิชัยพงศ์ ยอแสงรัตน์ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาความต้องการของลูกค้าสินเชื่อธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยว ศูนย์ธุรกิจภูเก็ต พบว่า ส่วนประสมการตลาด บริการทุกปัจจัยมีผลต่อความต้องการของลูกค้าสินเชื่อธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยว ศูนย์ธุรกิจภูเก็ตมาก ซึ่งในความคิดเห็นของผู้วิจัยเห็นว่า การที่เกษตรกรลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก นั้นส่วนหนึ่งมาจากโครงการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้เกษตรกรได้มีวงเงินสินเชื่อไว้ในบัตรอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้แทนเงินสดสำหรับซื้อปัจจัยการผลิตทางการเกษตร และเครื่องอุปโภคที่จำเป็นในครัวเรือนที่มีคุณภาพในราคายุติธรรมอันจะเป็นส่วนช่วยลดต้นทุนทางการผลิต ลดภาระทางการเงิน โดยเฉพาะวงจรตกเงี้ยวและเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่เกษตรกร อีกทั้งเกษตรกรมีทัศนคติที่ดีกับบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อปัจจัยการผลิต การใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรไม่ทำให้มีภาระหนี้สินมากขึ้น การใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรลดภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาปัจจัยการผลิต การใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรช่วยให้เกษตรกรมีความภาคภูมิใจเหมือนได้ใช้บัตรเครดิต การใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรช่วยลดการกู้ยืมเงินนอกระบบ การใช้บัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรมีขั้นตอนและวิธีการใช้ไม่ยุ่งยาก จึงส่งผลให้เกษตรกรลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก จึงสามารถอภิปรายผลรายด้านได้ดังนี้

1.1 ด้านบุคลากรหรือพนักงาน พบว่า เกษตรกรลูกค้ำผู้ใช้บริการผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญ ระดับมาก สอดคล้องกับยุวดี เล้าเรือนบุญ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เกษตรกรลูกค้ำมีความพึงพอใจด้านพนักงานในระดับพึงพอใจมาก แต่ขัดแย้งกับการศึกษาสุเทพ กลมกล่อม (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรีกรณีศึกษา ของ ธ.ก.ส. จังหวัดชลบุรี พบว่า เมื่อพิจารณารายด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ด้านบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อระดับมากที่สุด ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยอาจกล่าวได้ว่าลูกค้ำมีความรู้สึกพึงพอใจกับการให้บริการของพนักงานที่มีการให้ข้อมูลในการใช้บัตรอย่างถูกต้อง มีการแสดงออกถึงการเอาใจใส่ต่อการให้บริการและมีการให้บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับก่อน-หลัง โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติจึงเห็นเหตุผลที่ทำให้เกษตรกรลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคลากรหรือพนักงานในระดับมาก

1.2 ด้านกระบวนการ พบว่า เกษตรกรลูกค้ำผู้ใช้บริการผ่านบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก สอดคล้องกับ สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้ำต่อการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาถนนโชตนา จังหวัด

เชียงใหม่ พบว่า การให้บริการด้านเงินฝากผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก แต่ขัดแย้งกับสมพร นันทะชัย (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร และศึกษาปัญหาการใช้บริการสินเชื่อจากสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดเชียงใหม่ ของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร พบว่าสหกรณ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับระดับอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยจากกล่าวได้ว่าลูกค้าได้รับการแจ้งยอดในการชำระหนี้ที่มีความถูกต้องและมีระยะเวลาในการแจ้งหนี้ที่เหมาะสมประกอบกับการให้บริการบัตรสินเชื่อที่มีขั้นตอนสะดวกและรวดเร็วรวมถึงพนักงานที่ให้บริการมีเพียงพอในระดับที่ยอมรับได้จึงเป็นเหตุให้เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคลากรหรือพนักงานในระดับมาก

1.3 ด้านราคา พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ใช้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก สอดคล้องกับยูดี เล้าเรือนบุญ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อการเกษตร ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจด้านราคาในระดับพึงพอใจมาก แต่ขัดแย้งกับ บงกช อินทร โอภาส (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ธ.ก.ส. กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ของ ธ.ก.ส. กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยจากกล่าวได้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องอัตราดอกเบี้ยบัตรสินเชื่อที่มีความเหมาะสมมีอัตราที่ต่ำกว่าธนาคารอื่น ๆ มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย (0%) รวมถึงค่าปรับที่เกิดจากการผิดนัดชำระที่มีอัตราที่เหมาะสมจึงเป็นเหตุให้เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคลากรหรือพนักงานในระดับมาก

1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เกษตรกรลูกค้าผู้ใช้บริการผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกร ให้ความสำคัญระดับมาก สอดคล้องกับ อรพิน ธนิกกุล (2546) ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคารกรณีศึกษาธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแม่กลอง พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการภาพรวมอยู่ในระดับมาก และยูดี เล้าเรือนบุญ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อการเกษตร ลูกค้านานการเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยจากกล่าวได้ว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจที่ทางธนาคารได้จัดทำช่องทางและสถานที่ให้มีความสะดวกต่อการใช้บริการง่ายต่อการเข้าไปติดต่อขอใช้บริการ เป็นระเบียบเรียบร้อยไม่สร้างความสับสนจึงเป็นเหตุให้เกษตรกร ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อการเกษตรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคลากรหรือพนักงานในระดับมาก

1.5 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เกษตรกรลูกค้าใช้บริการผ่านบัตรสินเชื่อการเกษตร ให้ความสำคัญระดับมาก สอดคล้องกับ สมชัย อังอำนวนยศิริ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการขยาย ธุรกิจของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร กรมศึกษาสาขาย่อยตลาดศรีเมือง จังหวัด ราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งที่เป็นลูกค้าของ ธ.ก.ส. และไม่เป็น ลูกค้า ธ.ก.ส. มีความต้องการค่อนข้างคล้ายกัน เมื่อพิจารณาตามความต้องการตามส่วนผสม การตลาด ด้านผลิตภัณฑ์บริการและด้านราคาบริการลูกค้าส่วนใหญ่มีความเห็นอยู่ในระดับมาก และยุดิ เล้าเรือนบุญ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อการเกษตร ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรในเขตพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจด้าน ผลิตภัณฑ์ในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งในความเห็นของผู้วิจัยจากกล่าวได้ว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อ ระบบรักษาความปลอดภัยของตัวบัตรสินเชื่อ รูปทรงความสวยงามรวมถึงความหลากหลายของ สินค้าที่ให้บริการรวมถึงวงเงินของบัตรสินเชื่อที่ได้รับจึงเป็นเหตุให้เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจ ต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อการเกษตรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ด้านบุคลากรหรือพนักงานในระดับ มาก

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อ เกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ผลการวิจัยพบว่า

2.1 เพศ พบว่า เกษตรกรลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตร สินเชื่อการเกษตรของ ธ.ก.ส.สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ สุทธานิ พรวัฒนานนท์ (2543) ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) สาขา ถนนห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมต่อการใช้บริการอยู่ในระดับ ปานกลาง ความพึงพอใจของลูกค้าเพศชายและลูกค้าเพศหญิงพบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และการแจก ของชำร่วย หรือของที่ระลึกในเทศกาลสำคัญ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ เนื่องมาจากการที่พนักงาน ธ.ก.ส. สาขาตราด ได้ให้ความสำคัญต่อการให้ข้อมูลในการใช้บัตร

สินเชื่อเกษตรกรได้อย่างถูกต้อง เอาใจใส่ต่อการให้บริการ ให้การบริการเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง ให้บริการเกษตรกรลูกค้าโดยไม่แยกความแตกต่างระหว่างเพศ และอาจมีผลเนื่องมาจากการที่ ธ.ก.ส. เป็นสถาบันการเงินที่มีความคุ้นเคยกับเกษตรกรลูกค้ามาเป็นระยะเวลานาน ได้ให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในด้านเงินทุนอย่างใกล้ชิดมีการกำกับแนะนำช่วยเหลือเกษตรกรลูกค้าตลอดมา ส่งผลให้เกษตรกรลูกค้า ที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

2.2 อายุ พบว่า เกษตรกรลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องมาจากเกษตรกรลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการตามผลการวิจัยจะมีตั้งแต่อายุ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นช่วงที่อยู่ในวัยทำงานและมีความประสงค์ในการเข้ามาใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรและมีความพร้อมที่จะทำบัตรเครดิตเชื่อ ประกอบกับการให้บริการด้านต่าง ๆ เช่น การแจ้งยอดชำระหนี้ ระยะเวลาในการแจ้งยอดชำระหนี้มีถูกต้อง ความเหมาะสม เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต มาเป็นระยะเวลานาน พนักงานในแต่ละสาขาไม่เฉพาะ ธ.ก.ส. สาขาตราด เท่านั้น ล้วนแล้วแต่มีแนวทางหรือเป้าหมายเดียวกันที่จะเป็น “ธนาคารพัฒนาชนบทที่มั่นคง มีการจัดการที่ทันสมัย ให้บริการทางการเงินที่ครบวงจร เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกร” ที่เป็นวิสัยทัศน์ของธนาคาร ส่งผลให้เกษตรกรลูกค้าที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

2.3 ระดับการศึกษา พบว่า เกษตรกรลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ จากผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรลูกค้าทุกระดับการศึกษามีความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงาน ธ.ก.ส. สาขาตราด เหมือน ๆ กัน ถึงแม้ว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าก็ตามก็ยังคงให้ความสำคัญต่อการให้บริการต่าง ๆ โดยเฉพาะการให้ความสำคัญต่อด้านระบบการรักษาความปลอดภัยของตัวบัตรเครดิตเชื่อ รูปทรงความสวยงามของตัวบัตรเครดิตเชื่อ จำนวนวงเงินสินเชื่อที่ได้รับ เหมือนกันทุกระดับ นอกจากนี้แล้วจากการที่ปัจจุบันเกษตรกรมีการรับข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทางและเกษตรกรลูกค้าได้มีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองจากการเข้ารับการอบรมจากทางธนาคารและภายนอก นอกจากนี้ ธ.ก.ส. ยังมีแนวคิด “เงินทุนก็เป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสำคัญ แต่เงินทุนอย่างเดียวไม่สามารถไปยกระดับคุณภาพชีวิตเขาได้ ธ.ก.ส. จะต้องทำในเรื่องการให้องค์ความรู้ ประสานความร่วมมือทุกภาคส่วน เอาเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมกับชาวบ้านไปให้ชาวบ้านด้วย

เพื่อให้ชาวบ้านได้ใช้ความรู้และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการใช้ทุน ท่านเชื่อว่าถ้าทำอย่างนี้แล้วน่าจะเป็นแนวทางที่ทำให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิตของลูกค้า ธ.ก.ส. อย่างยั่งยืนต่อไป” จึงส่งผลให้เกษตรกรลูกค้าที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

2.4 รายได้พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีรายได้ต่างกันความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากการกำหนดวงเงินให้กับเกษตรกรลูกค้าที่จะขอใช้บริการบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรในแต่ละกลุ่มรายได้มีการจัดสรรวงเงินได้อย่างเหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการที่จะใช้งาน และการความสำคัญต่อด้านอัตราดอกเบี้ยบัตรเครดิตในการให้บริการมีความเหมาะสม ต่ำกว่าบัตรเครดิตของธนาคารอื่น ค่าปรับที่เกิดจากการผิดนัดชำระมีความเหมาะสม มีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ยและโครงการต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรลูกค้าในการลดค่าใช้จ่าย ตลอดจน เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สาขาตราด เป็นลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเดิมที่ได้ใช้บริการจากธนาคารมาเป็นระยะเวลานานและต่อเนื่อง ประกอบกับการให้บริการสินเชื่อของธนาคารเป็นการให้สินเชื่อแบบติดตามกำกับให้คำแนะนำช่วยเหลือ จึงส่งผลให้เกษตรกรลูกค้ามีรายได้ต่างกันความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด พบว่า เกษตรกรลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส. สาขาตราด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจ 3 ลำดับสุดท้ายได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุงและการพัฒนา ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดนโยบายด้านกระบวนการให้บริการ ในเรื่องขั้นตอนการให้บริการ จำนวนพนักงาน ให้มีความสะดวกรวดเร็วและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปสร้างความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ธ.ก.ส. สาขาตราด
2. ควรกำหนดนโยบายด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องช่องทางที่เพียงพอต่อการบริการเพื่อนำไปสร้างความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานบัตรเครดิตสินเชื่อเกษตรกร ธ.ก.ส. สาขาตราด

3. ควรกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องจำนวนร้านค้าให้บริการที่มีระยะทางใกล้ต่อการใช้บริการและเพียงพอเพื่อนำไปสร้างความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธ.ก.ส. สาขาตลาด

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรมีการเพิ่มพนักงานให้เพียงพอที่จะให้บริการบัตรสินเชื่อ โดยกำหนดว่าหากมีลูกค้าอยู่ในคิวเกินจำนวนที่กำหนดให้ทำการเปิดการให้บริการในเคาน์เตอร์ใหม่ทันทีเพื่อลดเวลาในการรอใช้บริการของลูกค้า
2. ควรจัดทำลำดับขั้นตอนการให้บริการบัตรสินเชื่อแสดงให้เห็นให้ผู้เข้ามาขอใช้บริการให้เห็นได้อย่างชัดเจนซึ่งอาจจะเป็นป้ายบอกช่องทางหรือเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำที่หน้าช่องทางเข้า เป็นต้น พร้อมทั้งจัดทำจุด One stop service เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการมาขอใช้บริการของลูกค้า
3. ควรเพิ่มช่องทางเคาน์เตอร์รับชำระหนี้ให้เพียงพอ รวมถึงสถานที่ธนาคารต้องมีความสะดวกในการติดต่อเพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรลูกค้า
4. ควรเพิ่มจำนวนร้านค้าที่เกษตรกรสามารถใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกรให้เพียงพอต่อการให้บริการ และมีร้านค้าอยู่ใกล้บ้านเกษตรกรลูกค้า

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในเรื่องความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าที่มีต่อโครงการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ทุกสาขา ในจังหวัดตลาด เพื่อจะได้เห็นภาพรวมของการบริการของธนาคาร
2. ควรศึกษาเชิงลึกในรายละเอียดเฉพาะด้าน ของการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกร เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพหรือด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลโดยละเอียดอย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น
3. ควรเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อการยอมรับบัตรสินเชื่อเกษตรกรของลูกค้า ธ.ก.ส. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง อันจะเป็นผลประโยชน์ต่อการดำเนินของธนาคารในระยะยาว
4. ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบจากการใช้บัตรสินเชื่อเกษตรกรอย่างรอบด้าน ทั้งข้อดีและข้อเสียที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้ธนาคารสามารถใช้เป็นข้อมูลในการอนุมัติบัตรอย่างรอบคอบ และสามารถนำไปพัฒนาคุณภาพการให้บริการได้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ชลธิชา ไชยทิพย์. (2545). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อบริการด้านสินเชื่อของธนาคารไทย
ธนาคาร จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2557). แผนธุรกิจ. สำนักงาน ช.ก.ส.จังหวัดตราด.
กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- นครินทร์ เมฆระ. (2549). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการสินเชื่อธุรกิจขนาดกลางใน
พื้นที่ความรับผิดชอบของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้า
แบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บงกช อินทร โอภาส. (2555). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนา
คุณภาพชีวิตของ ช.ก.ส. กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอบางบ่อ จังหวัด
สมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- บัญชา สาระสันต์. (2555). รูปแบบการให้สินเชื่อการปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่สวนส้มร้าง อำเภอ
บ้านนา จังหวัดนครนายก. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร.
- ปรีดี ชื่นจิตต์ศิริ. (2548). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการด้านสินเชื่อของศูนย์ธุรกิจลูกค้าบริษัท
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรชัย อนันนบุญทริก. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารพาณิชย์ของลูกค้าในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พลศักดิ์ จิรไกรศิริ. (2557). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัย และประเมินผลโครงการ บัตรสินเชื่อ
เกษตรกร. กรุงเทพฯ: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- พวงทอง ปานสายลม. (2547). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
กรณีศึกษา: สาขาในศูนย์การค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยรังสิต.

- พิชัยพงศ์ ขอบแสงรัตน์. (2549). *ความต้องการของลูกค้าสินค้าสินเชื่อธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย กรณีศึกษาธุรกิจท่องเที่ยว ศูนย์ธุรกิจภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- พิณรุ่ง เพชรรัช. (2548). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสวนอาหารนาทอง*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- มนกานต์ มีบุญลือ. (2547). *ศึกษาความพึงพอใจของผู้ลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) สาขานนพระราม 9*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ยุวดี เล้าเรือนบุญ. (2557). *ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการบัตรสินเชื่อการเกษตรกร ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตพื้นที่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วัชรโรทัย เจริญผล. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อของธุรกิจขนาดเล็อกจากธนาคารกรุงเทพ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (2544). *ประวัติธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.krungsri.com/th/ourserviceconsumer-list.aspx?cid=70>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษณ์านนท์, ศุภร เสรี รัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด*. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมชัย อังอำนาจศิริ. (2555). *แนวทางการขยายธุรกิจของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร: กรณีศึกษาสาขาย่อยตลาดศรีเมือง สังกัดสาขาราชบุรี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- สมพร นันทะชัย. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์นอกภาคการเกษตร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- สมศักดิ์ เดชะเทียมจันทร์. (2555). *ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินเชื่อ ของ ร.ก.ส. ของผู้ประกอบการแปรรูปมันสำปะหลังในจังหวัดนครราชสีมา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.

- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- สุทธานี พรวัฒนานนท์. (2543). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรีแก้ว จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรเชษฐ์ ชีวินิจ. (2541). *โก่งสະບັດ โกงสະບັตร*. กรุงเทพฯ: ไรท์แอลแฟนท์ ทราเวล เอเจนซี.
- สุรัตน์ ดำรงวลี. (2557). *การศึกษาความเสี่ยงในการให้สินเชื่อผ่านบัตรสินเชื่อเกษตรกรในจังหวัดระยอง*. ระยอง: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- สุวรรณ ตั้งชีวะสมบัติ. (2548). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุเทพ กลมกล่อม. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อจากสถาบันการเงินของผู้ประกอบการในจังหวัดชลบุรี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- อนันต์ จงสู่วิวัฒน์วงศ์. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อธุรกิจ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ารายใหญ่ในเขตภาคเหนือ*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรทัย เชิดชูธรรม. (2545). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก*. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรพิน ชนิกกุล. (2546). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการฝาก-ถอนของธนาคาร ภูมิศึกษาธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาซอยแม่กลอง*. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- Kotlor, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planning, implementation & control* (8th ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to social chang*. Pennsylvania: Down, Hutchison Press.
- Vroom, W. H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley.
- Wallestein, H. (1971). *A Dictionary of psychology*. Maryland: Penguin.
- Wolman, B. B. (1978). *Dictionary of behavioral science*. Van No strand: Reinhardt.

Yamane, T. (1970). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Tokyo: John Weatherhill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส.สาขา
ตราด

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามกลุ่มลูกค้าผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด เกี่ยวกับ ความพึงพอใจของเกษตรกร
ลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกรของ ธ.ก.ส.สาขาตราด แบบสอบถามแบ่งออกเป็น
2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตราด

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยม หน้าตัวเลือกที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี 25-35 ปี

36-45 ปี 46-55 ปี

ตั้งแต่ 56 ปี ขึ้นไป

3. การศึกษา

ประถมศึกษา มัธยมศึกษา

ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อปี

ต่ำกว่า 100,000 บาท 100,001-300,000 บาท

300,001-500,000 บาท 500,001-800,000 บาท

800,001-1,000,000 บาท สูงกว่า 1,000,000 บาท

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการดำเนินงานบัตรสินเชื่อเกษตรกร
ของ ธ.ก.ส. สาขาตราด

คำชี้แจง ในการใช้บริการบัตรสินเชื่อเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
ท่านมีความพึงพอใจกับบริการต่อไปนี้มากน้อยเพียงใดขอให้ท่านใส่เครื่องหมาย ✓ ลง
ในช่องหลังข้อความที่ท่านเลือกในแต่ละข้อ

หัวข้อประเมินข้อคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์การให้บริการของบัตรสินเชื่อ					
1.1 วงเงินบัตรสินเชื่อที่ได้รับ					
1.2 บัตรสินเชื่อมีความหลากหลายของสินค้าที่ให้บริการ					
1.3 รูปร่างและความสวยงามของบัตรสินเชื่อ					
1.4 ระบบการรักษาความปลอดภัยของตัวบัตรสินเชื่อ					
2. ด้านราคาการให้บริการของบัตรสินเชื่อ					
2.1 อัตราดอกเบี้ยบัตรสินเชื่อในการให้บริการมีความเหมาะสม					
2.2 ดอกเบี้ยต่ำกว่าบัตรเครดิตของธนาคารอื่น ๆ					
2.3 ธนาคารมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย (0%) 1 เดือนมีความเหมาะสม					
2.4 ค่าปรับที่เกิดจากการผิดนัดชำระมีความเหมาะสม					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัตรสินเชื่อ					
3.1 ธ.ก.ส. มีสถานที่ตั้งสะดวกและง่ายในการเข้าไปติดต่อใช้บริการ					

หัวข้อประเมินข้อคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการบริการบัตรสินเชื่อ					
4.1 ธนาคารมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์การให้บริการบัตรสินเชื่อ					
4.2 ไม่มีค่าธรรมเนียมแรกเข้าและค่าธรรมเนียมรายปี					
4.3 มีโครงการจัดหาปุ๋ยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร (ฟรีดอกเบี้ย 5 เดือน)					
4.4 ร้านค้าให้บริการอยู่ใกล้บ้าน					
4.5 มีจำนวนร้านค้าเพียงพอต่อการให้บริการ					
5. ด้านบุคคลหรือพนักงานการให้บริการของบัตรสินเชื่อ					
5.1 พนักงานธนาคารแสดงความเอาใจใส่ต่อการให้บริการของบัตรสินเชื่อ					
5.2 พนักงานให้บริการด้วยความเสมอภาคตามลำดับ ก่อน-หลัง					
5.3 พนักงานให้ข้อมูลในการใช้บัตรได้อย่างถูกต้อง					
6. ด้านลักษณะทางกายภาพของธนาคารในการให้บริการบัตรสินเชื่อ					
6.1 ธนาคารมีความสะอาดและมีความเป็นระเบียบของการจัดวางเอกสารสลิปและใบคำขอต่าง ๆ					
6.2 ร้านค้าแสดงสินค้าที่สามารถซื้อโดยบัตรสินเชื่อได้อย่างชัดเจน					
6.3 ร้านค้าแสดงราคาสินค้าที่ซื้อโดยใช้บัตรสินเชื่อ					
6.4 ธนาคารมีช่องทางเคาน์เตอร์รับชำระหนี้เพียงพอ					

หัวข้อประเมินข้อคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ด้านกระบวนการให้บริการของบัตรสินเชื่อ					
7.1 ธนาคารมีการให้บริการบัตรสินเชื่อเป็นขั้นตอนสะดวกและรวดเร็ว					
7.2 ธนาคารมีพนักงานเพียงพอที่จะให้บริการบัตรสินเชื่อ					
7.3 ระยะเวลาในการแจ้งยอดชำระหนี้มีความเหมาะสม					
7.4 การแจ้งยอดชำระหนี้มีความถูกต้อง					

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

Reliability**Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.849	.852	25

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
var00001	3.8000	.99655	30
var00002	3.4000	.93218	30
var00003	3.2667	1.11211	30
var00004	3.1667	.94989	30
var00005	3.5333	.86037	30
var00006	3.4000	1.03724	30
var00007	3.7333	.82768	30
var00008	3.6333	1.03335	30
var00009	3.7667	1.00630	30
var00010	3.7333	.86834	30
var00011	4.0000	.64327	30
var00012	4.1000	.66176	30
var00013	3.7667	.97143	30
var00014	3.5667	1.10433	30
var00015	3.5000	.82001	30
var00016	3.8000	.84690	30
var00017	3.8000	.96132	30
var00018	3.7333	.90719	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
var00019	3.8333	.98553	30
var00020	3.7000	.91539	30
var00021	3.8000	1.03057	30
var00022	3.8000	.80516	30
var00023	3.2667	1.11211	30
var00024	3.7333	.98027	30
var00025	3.6000	.96847	30

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3.657	3.167	4.100	.933	1.295	.051	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
var00001	87.6333	105.275	.660	.	.834
var00002	88.0333	111.757	.363	.	.845
var00003	88.1667	105.730	.560	.	.837
var00004	88.2667	112.340	.324	.	.846
var00005	87.9000	114.300	.257	.	.848
var00006	88.0333	116.999	.076	.	.856
var00007	87.7000	111.597	.428	.	.843
var00008	87.8000	106.372	.579	.	.837
var00009	87.6667	106.299	.600	.	.836
var00010	87.7000	111.803	.393	.	.844
var00011	87.4333	113.426	.433	.	.844
var00012	87.3333	111.057	.593	.	.840
var00013	87.6667	112.989	.283	.	.848
var00014	87.8667	114.326	.179	.	.852
var00015	87.9333	116.271	.160	.	.851

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
var00016	87.6333	116.309	.150	.	.851
var00017	87.6333	114.171	.228	.	.850
var00018	87.7000	106.838	.646	.	.835
var00019	87.6000	107.766	.539	.	.838
var00020	87.7333	111.789	.369	.	.845
var00021	87.6333	106.171	.590	.	.836
var00022	87.6333	110.378	.517	.	.840
var00023	88.1667	105.730	.560	.	.837
var00024	87.7000	114.148	.223	.	.850
var00025	87.8333	113.040	.281	.	.848

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
91.4333	119.771	10.94401	25