

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาใน
จังหวัดพาสาลี สปป. ลาวผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยออกเป็นส่วนๆดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบันการเงิน
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเงินกู้ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบันการเงิน
- 4.3 ผลการศึกษาการดำเนินงานของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพาสาลี
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของ
สถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพาสาลี
- 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาค
พัฒนาพาสาลี
- 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อการบริการของสถาบัน
การเงินจุลภาคพัฒนาพาสาลี
- 4.7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของ
สถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพาสาลี
- 4.8 ผลการศึกษปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบันการเงิน
จุลภาคพัฒนาพาสาลี

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า

4.1.1 เพศ

จากการศึกษาเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ลูกค้าของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพาสาลี
จำนวนร้อยละ 61.5 เป็นเพศชายและจำนวนร้อยละ 38.5 เป็นเพศหญิง(ตาราง2)

ตาราง 4 คนเฝ้า

n=273

ชนเฝ้า	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ลาวลุ่ม	94	34.3
ลาวสูง	152	55.8
ลาวเทิง	27	9.9
รวม	273	100.0

4.1.4 สภาพสมรส

จากการศึกษาสภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้ำของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาฬิส่วนใหญ่แต่งงานแล้วมีจำนวนร้อยละ 94.1 รองลงมาจำนวนร้อยละ 4.4 เป็นคนโสด และจำนวนร้อยละ 1.5 จะเป็นหม้าย (ตาราง 5)

ตาราง 5 สภาพสมรส

n=273

สภาพสมรส	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	12	4.4
แต่งงานแล้ว	157	94.1
เป็นหม้าย	4	1.5
รวม	273	100.0

4.1.5 ระดับการศึกษา

จากการศึกษาระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มลูกค้ำที่เข้ามารับบริการเงินกู้จากสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาฬิส่วนมากสำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา มีจำนวนร้อยละ 31.5 รองลงมา มีจำนวนร้อยละ 23.4 ที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาหรือเรียนจบปริญญาตรี และมีระดับการศึกษามัธยมต้นจำนวนร้อยละ 21.2 ยังมีกลุ่มลูกค้ำที่สำเร็จการศึกษามัธยมตอนปลาย มีเพียงร้อยละ 4.0 (ตาราง 6)

ตาราง6 ระดับการศึกษา

n=273

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษา(1)	54	19.8
สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษา(5)	86	31.5
สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น(8)	58	21.2
สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย(12)	11	4.0
สูงกว่ามัธยมศึกษา(17)	64	23.4
รวม	273	100.0

4.1.6 อาชีพ

จากการศึกษาอาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ลูกค้าของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีจำนวนร้อยละ 52.7 มีอาชีพเป็นเกษตรกรรองลงมาคืออาชีพข้าราชการจำนวนร้อยละ 23.1 และมีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชนมีจำนวนร้อยละ 1.5 ส่วนอื่นๆที่มีจำนวนร้อยละ 3.5 จะเป็นพนักงานที่เกษียณแล้ว (ตาราง7)

ตาราง7อาชีพ

n=273

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เกษตรกร	144	52.7
ข้าราชการ	63	23.1
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.5
พนักงานเอกชน	4	1.5
ค้าขาย	41	15.0
รับจ้างอิสระ	8	2.9
อื่นๆ	9	3.5
รวม	273	100.0

4.1.7 ตำแหน่งทางสังคม

จากการศึกษาตำแหน่งทางสังคมของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่จำนวนร้อยละ 83.5 เป็นลูกบ้าน(เป็นสมาชิกของบ้าน) รองลงมาจำนวนร้อยละ 9.5 เป็นกรรมการหมู่บ้านและมีเพียงส่วนน้อยที่เป็นผู้ใหญ่บ้านมีจำนวนร้อยละ 1.8 (ตาราง8)

ตาราง8ตำแหน่งทางสังคม

n=273

ตำแหน่งทางสังคม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ผู้ใหญ่บ้าน	5	1.8
หัวหน้ากลุ่มหมู่บ้าน	14	5.1
กรรมการหมู่บ้าน	26	9.5
ลูกบ้าน	228	83.5
รวม	273	100.0

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเงินกู้ของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาดี

4.2.1 มูลเหตุของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบัน

จากการศึกษาเหตุผลที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจากสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาดีของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่จำนวนร้อยละ 53.1 เห็นว่าสถาบันมีความสะดวกในการมาใช้บริการ รองลงมาคือมีคนแนะนำจำนวนร้อยละ 22.3และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่เห็นว่าอัตราดอกเบี้ยต่ำมีจำนวนร้อยละ 2.6 (ตาราง 9)

ตาราง9. มูลเหตุของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบัน

n=273

เหตุผล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มีบุคคลแนะนำ	61	22.3
ได้รับข้อมูลด้วยตัวเอง	60	22.0
มีความสะดวก	145	53.1
อัตราดอกเบี้ยต่ำ	7	2.6
รวม	273	100.0

4.2.2 จำนวนครั้งของการกู้เงินของลูกค้า

จากการศึกษาจำนวนครั้งของการกู้เงินของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าจำนวนร้อยละ 57.1 ที่กู้เงินแค่ 2-4 ครั้ง รองลงมาจำนวนร้อยละ 33.7 เป็นการกู้ครั้งเดียวหรือเป็นการกู้ครั้งแรกมีเพียงจำนวนร้อยละ 9.2 เท่านั้นที่กู้เงินมากกว่า 5 ครั้งหรือเท่ากับ 5 ครั้ง โดยจำนวนครั้งของการกู้สูงสุด 12 ครั้ง กู้ต่ำสุด 1 ครั้ง และมีค่าเฉลี่ยของการกู้เท่า 2.275 ครั้ง (ตาราง 10)

ตาราง 10 จำนวนครั้งของการกู้เงินของลูกค้า			n=273
จำนวนครั้ง	จำนวน(คน)	ร้อยละ	
1	92	33.7	
2-4	156	57.1	
≥ 5	25	9.2	
รวม	273	100.0	
ค่าสูงสุด 12 ครั้ง		ค่าต่ำสุด 1 ครั้ง	
$\bar{X} = 2.275$ ครั้ง		S.D = 1.491 ครั้ง	

4.2.3 จำนวนเงินกู้รอบสุดท้ายของลูกค้า

จากการศึกษาจำนวนเงินกู้รอบสุดท้ายที่ลูกค้าที่กู้เงินของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีลูกค้าจำนวนร้อยละ 28.9 ที่กู้เงินแค่ 10,001-20,000 บาท รองลงมาจำนวนร้อยละ 23.9 กู้เงินจำนวน 30,001-40,000 บาท มีเพียงร้อยละ 8.8 ที่กู้เงินแค่ 20,001-30,000 บาท โดยมีเงินกู้สูงที่สุด 120,000 บาท และ เงินกู้ต่ำที่สุด 4,000 บาท และมีเงินกู้เฉลี่ย 36,212.45 บาท (ตาราง 11)

ตาราง 11 จำนวนเงินกู้รอบสุดท้ายของลูกค้า			n=273
จำนวนเงิน(บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ	
$\leq 10,000$	45	16.5	
10,001-20,000	79	28.9	
20,001-30,000	24	8.8	
30,001-40,000	65	23.9	
>40,001	60	21.9	
รวม	273	100.0	
ค่าสูงสุด 120,000 บาท ค่าต่ำสุด 4,000 บาท			
$\bar{x} = 36,212.45$ บาท		S.D = 30,484.77 บาท	

4.2.4 การนำเงินกู้ไปใช้ของลูกค้า

จากการศึกษาการนำเงินกู้ไปใช้ของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงิน จุลภาคพัฒนาพลังงานจำนวนร้อยละ 44.7 นำเงินกู้ไปใช้ในการเกษตร รองลงมาจำนวนร้อยละ 30.8 นำเงินกู้ไปใช้ในการค้าและการบริการ และมีเพียงจำนวนร้อยละ 24.5 ที่นำเงินไปใช้ในค่าใช้จ่ายของครอบครัว (ตาราง12)

ตาราง 12การนำเงินกู้ไปใช้

n=273

การใช้เงินกู้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การเกษตร	122	44.7
การค้าและการบริการ	67	30.8
ใช้ในครัวเรือน	84	24.5
รวม	273	100.0

4.2.5 การชำระเงินต้นและชำระดอกเบี้ย

จากการศึกษาการชำระเงินต้นของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าจำนวนร้อยละ 84.6 ชำระเงินต้นตามกำหนดเวลาของการกู้ รองลงมาจำนวนร้อยละ 11.4 ที่กู้เงินครั้งแรกที่ยังไม่ถึงกำหนดเวลาในการชำระเงินต้นหรือเป็นเงินกู้ที่ยังเคลื่อนไหวอยู่ และมีเพียงจำนวนร้อยละ 4.0 ที่ชำระเงินต้นเกินเวลาที่กำหนดไว้ส่วนมากแล้วจะเกินกำหนดประมาณ 2-5 วันที่มีการชำระในช่วงวันเสาร์อาทิตย์และเวลาลูกค้าไม่อยู่ทำให้มีการชำระเงินล่าช้าไป (ตาราง13)

ตาราง 13การชำระเงินต้น

n=273

การชำระเงินต้น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
กู้ครั้งแรกค้างชำระ	31	11.4
ชำระตามกำหนดเวลา	231	84.6
ชำระเกินกำหนดเวลา	11	4.0
รวม	273	100.0

จากการศึกษาการชำระดอกเบี้ยของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าจำนวนร้อยละ 89.4 ที่ชำระตามกำหนดเวลาและมีเพียงจำนวนร้อยละ 10.6ที่จ่ายเกินกำหนดเวลานี้เนื่องจากวันที่ต้องจ่ายเป็นวันเสาร์อาทิตย์ทำให้มีการจ่ายอัตราดอกเบี้ยเกินเวลาไป (ตาราง14)

ตาราง 14การชำระดอกเบี้ย

n=273

การชำระดอกเบี้ย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชำระตามกำหนดเวลา	244	89.4
ชำระเกินกำหนดเวลา	29	10.6
รวม	273	100.0

4.3 ผลการศึกษาการดำเนินงานของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี

จากการศึกษาการดำเนินงานของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลีที่ผ่านมาเมื่อเริ่มหันเป็นสถาบันการเงินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 จนถึงปัจจุบันมีการขยายตัว และประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างมากตามเป้าหมายของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี และมีการขยายสาขาได้ถึง 3 สาขาในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดพงสาลี

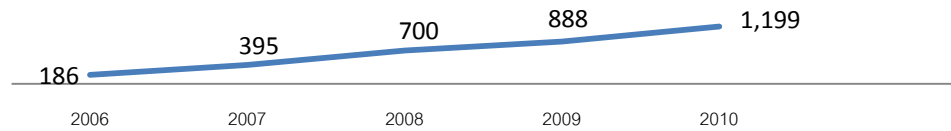
4.3.1 การคุ้มครอง และการบริหารสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลีดำเนินงานภายใต้การคุ้มครองของธนาคารแห่งประเทศไทย โดยมีการบริหารจัดการ การรับพนักงาน การเงินและงบประมาณ การปฏิบัติงานนโยบายเงินเดือน การบริหารค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของสถาบันซึ่งสถาบันการเงินเป็นผู้รับผิดชอบเอง

4.3.2 ด้านวิชาการสถาบันการเงินมีโครงการฝึกอบรมด้านวิชาการในเรื่องการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับสถาบัน โดยมีแหล่งเงินทุนอุดหนุนจากโครงการประกอบทุนให้เป็นวัตถุประสงค์ และเป็นเงินสด ทุนกู้ยืมจากจังหวัดตามสัญญาเงินกู้เริ่มจากปี พ.ศ. 2549-2559 และเงินทุนจากการระดมเงินฝาก

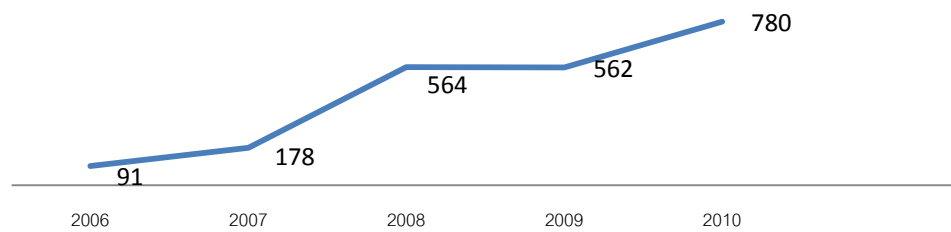
4.3.3 การใช้ทุนสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลีดำเนินงานตามนโยบายของรัฐโดยให้ความช่วยเหลือผู้ที่มีฐานะยากจนภายในประเทศได้แก่ การให้สินเชื่อแก่ประชาชนเพื่อประกอบกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้ครอบครัวซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้โดยมีวงเงินกู้สูงสุด 120,000 บาท

ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินจุลภาคที่ผ่านมาโดยเฉลี่ยลูกค้าที่ได้ออกไปอนุมัติเงินกู้ 120 คน ต่อเดือน และในปี พ.ศ. 2554 มีลูกค้าที่เคลื่อนไหวอยู่ 860 คน เทียบกับปีที่ผ่านมาถือว่าเพิ่มขึ้นทำให้มีกำไรจากการดำเนินงานโดยเฉลี่ย 16,504,500 กีบ (63,537 บาท) ต่อเดือนและสามารถควบคุมหนี้ค้างชำระให้เหลือ 1.43% (สุวันทา,2555)

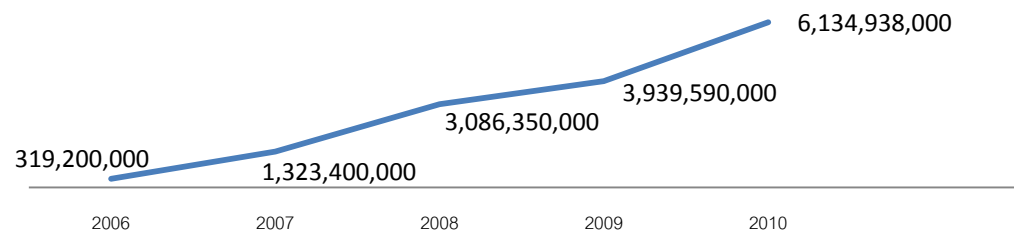
ในการดำเนินงานของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์พัฒนาพาสตี้ สามารถดำเนินงานได้ดีและมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้นเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการดังนี้



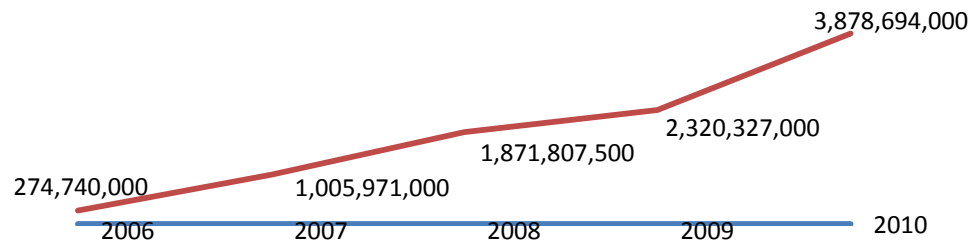
ภาพที่ 6 ลูกค้าเงินกู้ที่อนุมัติ (สุวันทา, 2554)



ภาพที่ 7 ลูกค้าเงินกู้ที่ยังเคลื่อนไหว (สุวันทา, 2554)



ภาพที่ 8 เงินกู้ที่อนุมัติ (สุวันทา, 2554)



ภาพที่ 9 เงินกู้ที่ยังเคลื่อนไหว (สุวันทา, 2554)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์พัฒนาพสาส์

4.4.1 ด้านเศรษฐกิจ

จากการศึกษารายได้ต่อปีต่อครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินจำนวนร้อยละ 41.0 มีรายได้ตั้งแต่ 50,001-100,000 บาท รองลงมาจำนวนร้อยละ 26.4 มีรายได้ตั้งแต่ 20,001-50,000 บาท มีเพียงจำนวนร้อยละ 9.2 ที่มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีรายได้สูงสุด 600,000 บาท และรายได้ต่ำสุด 8,000 บาท โดยรายได้เฉลี่ยเท่า 90,004.45 บาท (ตาราง15)

ตาราง15 แสดงรายได้ต่อปีต่อครอบครัว

n=273

รายได้/ปี/ครอบครัว(บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
≤20,000,	25	9.2
20,001-50,000	72	26.4
50,001-100,000	112	41.0
>100,001	64	23.4
รวม	273	100.0

ค่าสูงสุด600,000บาทค่าต่ำสุด 8,000บาท

$\bar{x} = 90,004.45$ บาท S.D = 89,014.37 บาท

4.4.2 การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ

จากการศึกษาการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินจำนวนร้อยละ81.7ที่รับรู้ข้อมูลของสินเชื่อจากสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์พัฒนาพสาส์เพียงอย่างเดียวรองลงมาจำนวนร้อยละ 17.2 ที่รับข้อมูลจากธนาคารด้วยและมีเพียงจำนวนร้อยละ 1.1 ที่รับข้อมูลจากหน่วยงานของรัฐด้วย (ตาราง16)

ตาราง16 การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินเชื่อ

n=273

ได้รับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์พัฒนาพสาส์	223	81.7
จากธนาคาร	47	17.2
จากหน่วยงานของรัฐ	3	1.1
รวม	273	100.0

4.4.3 การสนับสนุนในการก่อตั้งกองทุนหมู่บ้าน

จากการศึกษาการสนับสนุนการก่อตั้งกองทุนหมู่บ้านของกลุ่มตัวอย่างพบว่าลูกค้านของสถาบันการเงินจำนวนร้อยละ 59.0 ที่ได้รับการสนับสนุนในการก่อตั้งกองทุนหมู่บ้านส่วนมากแล้วหน่วยงานที่สนับสนุนในการก่อตั้งกองทุนหมู่บ้านเป็นหน่วยงานสหพันธ์แม่หญิงลาว (สตรี) และองค์การปกครองของหมู่บ้านคือผู้ใหญ่บ้าน และมีเพียงจำนวนร้อยละ 41.0 ที่ไม่ได้รับการสนับสนุนในการก่อตั้งกองทุนหมู่บ้าน (ตาราง17)

ตาราง17การสนับสนุนในการก่อตั้งกองทุนหมู่บ้าน

n=273		
หน่วยงานหรือโครงการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ได้รับ	161	59.0
ไม่ได้รับ	112	41.0
รวม	273	100.0

4.5ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพวงสาธิต

ผลของการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพวงสาธิต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยรวม และรายด้านได้แก่ 1.ด้านการบริการ (ประเภทของสินเชื่อที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ หลักทรัพย์ใช้ค้ำประกัน ความมั่นคงของสถาบันการเงิน ความมีชื่อเสียงของสถาบันการเงิน), 2.ด้านราคา(อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสม การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยไปตามสถานะของตลาด ค่าธรรมเนียมในการขออนุมัติเงินกู้ ความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ของสถาบัน), 3.ด้านสถานที่(สถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อ สามารถติดต่อผ่านโทรศัพท์ได้ง่าย ป้ายตราสัญลักษณ์ของสถาบันเห็นได้ง่าย สถานที่จอดรถ อุปกรณ์ที่ทันสมัย, แผนกต่อคิดที่ใช้บริการสะดวก), 4.ด้านการส่งเสริมการตลาด(สถาบันมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานของสถาบัน การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆป้ายโฆษณา คำนแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ การแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ), 5.ด้านบุคลากรที่ให้บริการ(พนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และความสามารถในการให้บริการ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ความตรงต่อเวลาและเสร็จงานตามกำหนด การมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความพร้อมของพนักงานในการให้

ข้อมูลแก่ลูกค้า การให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเวลาใช้บริการ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้การบริการอย่างทั่วถึง ความพร้อมของพนักงาน การติดตามผลหลังการกู้), 6.ด้านกระบวนการให้บริการ(ขั้นตอนการเสนอขอกู้เงิน การเยี่ยมชมลูกค้าของพนักงาน การใช้เอกสารประกอบในการกู้เงิน การอนุมัติเงินกู้ การเก็บข้อมูลก่อนการกู้ของพนักงาน ผลของการอนุมัติเงินกู้ระยะเวลาในการอนุมัติและการเบิกจ่าย ความสะดวกในการถอนเอกสารคืน การติดตามเงินกู้), 7. ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ(เครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอ การทำงานของพนักงาน การทำงานขององค์กร ความเป็นระเบียบเช่นการจัดการอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์เอกสารขอกู้เงิน สิ่งอำนวยความสะดวกเช่นน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้นั่งพักและห้องน้ำ)โดยภาพรวมรายละเอียดดังแสดงในตาราง18-25

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าของสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาพงสาลีมีความพึงพอใจต่อการบริการในด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏมีความพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความพอใจในระดับมาก (ตาราง 18)

ตาราง18แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาพงสาลีโดยรวม

n=273

การบริการของสถาบันการเงิน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
1.ด้านการบริการ	4.389	.556	มากที่สุด
2.ด้านราคา	4.011	.765	มาก
3.ด้านสถานที่	4.310	.613	มากที่สุด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.054	.698	มาก
5.ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.317	.591	มากที่สุด
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	4.222	.667	มากที่สุด
7.ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ	4.395	.514	มากที่สุด

ตาราง 19 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาส์
ด้านการบริการ

n=273

ด้านการบริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ประเภทของสินเชื่อมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ	123 (45.1)	135 (49.4)	14 (5.1)	1 (.4)	0 (0)	4.391 (.603)	มากที่สุด
2.วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ	139 (50.9)	111 (40.6)	19 (7.0)	3 (1.1)	1 (.4)	4.406 (.827)	มากที่สุด
3.หลักทรัพย์ใช้ค้ำประกัน	126 (46.1)	102 (37.4)	34 (12.5)	11 (4.0)	0 (0)	4.256 (.827)	มากที่สุด
4.ความมั่นคงของสถาบันการเงิน	135 (49.5)	122 (44.7)	14 (5.1)	2 (.7)	0 (0)	4.428 (.626)	มากที่สุด
5.ความมีชื่อเสียงของสถาบันการเงิน	139 (50.9)	122 (44.7)	12 (4.4)	0 (0)	0 (0)	4.645 (.581)	มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินมีความพึงพอใจในด้านการบริการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ ประเภทของสินเชื่อที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการหลักทรัพย์ใช้ค้ำประกันความมั่นคงของสถาบันการเงิน(ตาราง 19)

ตาราง 20 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาฟง
ด้านราคา

n=273

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสม	72 (26.4)	97 (35.5)	78 (28.5)	22 (8.1)	4 (1.5)	3.772 (.581)	มาก
2.การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยไปตามสถานะของตลาด	86 (31.5)	114 (41.8)	62 (22.7)	10 (3.6)	1 (.4)	3.772 (.581)	มาก
3.ค่าธรรมเนียมในการขออนุมัติเงินกู้	94 (34.4)	112 (41.0)	36 (13.2)	24 (8.8)	7 (2.6)	3.959 (.581)	มาก
4.แผนการชำระเงินกู้	109 (39.9)	121 (44.4)	35 (12.8)	8 (2.9)	0 (0)	3.959 (1.029)	มาก
5.ความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้คืนของสถาบัน	97 (35.5)	126 (46.2)	36 (13.2)	10 (3.6)	4 (1.5)	4.106 (.870)	มาก

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านราคาในระดับมากเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อเช่นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสมการเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยไปตามสถานะของตลาดค่าธรรมเนียมในการขออนุมัติเงินกู้และแผนการชำระเงินกู้ความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้คืนของสถาบันความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้คืนของสถาบันพบว่ามีความพอใจในระดับมากทุกข้อ(ตาราง 20)

ตาราง21แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ด้านสถานที่

n=273

ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.สถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อ	126 (46.2)	129 (47.2)	15 (5.5)	2 (.7)	1 (.4)	4.381 (.659)	มากที่สุด
2.สามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ได้ง่าย	131 (48.0)	125 (45.8)	12 (4.4)	5 (1.8)	0 (0)	4.399 (.662)	มากที่สุด
3.ป้ายตราสัญลักษณ์ของสถาบันมองเห็นได้ง่าย	116 (42.5)	113 (41.4)	32 (11.7)	12 (4.4)	0 (0)	4.219 (.819)	มากที่สุด
4.สถานที่จอดรถ อุปกรณ์ที่ทันสมัย,แผนกติดต่อที่ใช้บริการสะดวก	111 (40.6)	126 (46.2)	28 (10.2)	7 (2.6)	1 (.4)	4.241 (.767)	มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินมีความพอใจต่อการบริการด้านสถานที่เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ ได้แก่ สถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อสามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ได้ง่ายป้ายตราสัญลักษณ์ของสถาบันมองเห็นได้ง่ายสถานที่จอดรถ อุปกรณ์ที่ทันสมัย แผนกติดต่อที่ใช้บริการสะดวกพบว่ามีความพอใจในระดับมากที่สุดในทุกข้อ(ตาราง 21)

ตาราง22แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้าน
การส่งเสริมการตลาด

n=273

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.สถาบันมีประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ	110 (40.2)	123 (45.1)	35 (12.8)	4 (1.5)	1 (.4)	4.234 (.754)	มากที่สุด
2.การประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานของสถาบัน	101 (37.0)	132 (48.3)	36 (13.2)	4 (1.5)	0 (0)	4.208 (.720)	มากที่สุด

ตาราง 22 (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
3.การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางป้ายโฆษณา	102 (37.4)	116 (42.5)	42 (15.4)	13 (4.7)	0 (0)	4.122 (.839)	มาก
4.คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ	93 (34.1)	112 (41.0)	53 (19.4)	14 (5.1)	1 (.4)	4.033 (.880)	มาก
5.การแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ	84 (30.8)	89 (32.6)	41 (15.0)	45 (16.5)	14 (5.1)	3.674 (1.215)	มาก

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินมีความพอใจต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ สถาบันมีประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ และการประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานของสถาบันพบว่ามีความพอใจระดับมากที่สุด ส่วนการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางป้ายโฆษณาคำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ และการแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆพบว่ามีความพอใจในระดับมาก (ตาราง 22)

ตาราง 23 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้านบุคลากรที่ให้บริการ

n=273

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.พนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	137 (50.2)	112 (41.0)	20 (7.3)	1 (.4)	3 (1.1)	4.388 (.734)	มากที่สุด
2.พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถในการให้บริการ	124 (45.4)	116 (42.5)	30 (11.0)	3 (1.1)	0 (0)	4.388 (.711)	มากที่สุด
3.พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	142 (52.0)	115 (42.2)	14 (5.1)	2 (.7)	0 (0)	4.454 (.629)	มากที่สุด

ตาราง 23 (ต่อ)

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
4.ความตรงต่อเวลา เสร็จงานตามกำหนด	123 (45.1)	130 (47.6)	17 (6.2)	3 (1.1)	0 (0)	4.366 (.651)	มากที่สุด
5.การมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า	134 (49.1)	119 (43.6)	20 (7.3)	0 (0)	0 (0)	4.417 (.625)	มากที่สุด
6.ความพร้อมของพนักงานในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	124 (45.4)	110 (40.3)	32 (11.7)	7 (2.6)	0 (0)	4.285 (.771)	มากที่สุด
7.การให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเวลาใช้บริการ	134 (49.1)	115 (42.1)	22 (8.1)	2 (.7)	0 (0)	4.395 (.667)	มากที่สุด
8.การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า	125 (45.8)	119 (43.6)	23 (8.4)	6 (2.2)	0 (0)	4.329 (.723)	มากที่สุด
9.การให้บริการอย่างทั่วถึง	109 (39.9)	110 (40.2)	37 (13.6)	16 (5.9)	1 (.4)	4.135 (.886)	มาก
10.ความพร้อมของพนักงาน	117 (42.9)	112 (41.0)	38 (13.9)	5 (1.8)	1 (.4)	4.241 (.786)	มากที่สุด
11.การติดตามผลหลังการให้ กู้ยืม	108 (39.6)	114 (41.8)	35 (12.8)	16 (5.9)	0 (0)	4.150 (.859)	มาก

จากการศึกษา พบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินมีความพอใจต่อการบริการด้านบุคลากรที่ให้บริการพอใจระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อได้แก่ พนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายพนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถในการให้บริการพนักงานมีความน่าเชื่อถือ ความตรงต่อเวลา เสร็จงานตามกำหนดการมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าความพร้อมของพนักงานในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าความพร้อมของพนักงาน พบว่ามีความพอใจในระดับมากที่สุดส่วนการให้บริการอย่างทั่วถึง และการติดตามผลหลังการให้กู้ยืม พบว่ามีความพอใจในระดับมาก(ตาราง 23)

ตาราง 24 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้าน
กระบวนการให้บริการ

n=273

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ขั้นตอนการเสนอขอกู้เงิน	114 (41.8)	117 (42.7)	34 (12.5)	8 (2.9)	0 (0)	4.234 (.778)	มากที่สุด
2.การเขียนสัญญาของพนักงาน	102 (37.4)	104 (38.1)	55 (20.1)	12 (4.4)	0 (0)	4.084 (.864)	มาก
3.การใช้เอกสารประกอบในการกู้เงิน	125 (45.8)	94 (34.4)	36 (13.2)	17 (6.2)	1 (.4)	4.190 (.915)	มาก
4.การอนุมัติเงินกู้	112 (41.0)	132 (48.4)	23 (8.4)	5 (1.8)	1 (.4)	4.278 (.724)	มากที่สุด
5.การเก็บข้อมูลก่อนการกู้ของพนักงาน	117 (42.8)	104 (38.1)	45 (16.5)	6 (2.2)	1 (.4)	4.208 (.820)	มากที่สุด
6.ผลของการอนุมัติเงินกู้	124 (45.5)	133 (48.7)	13 (4.7)	3 (1.1)	0 (0)	4.384 (.631)	มากที่สุด
7.ระยะเวลาในการอนุมัติและการเบิกจ่าย	115 (42.1)	125 (45.8)	23 (8.4)	9 (3.3)	1 (.4)	4.260 (.777)	มากที่สุด
8.ความสะดวกเวลาถอนเอกสารคืน	110 (40.3)	106 (38.8)	42 (15.4)	14 (5.1)	1 (.4)	4.135 (.882)	มาก
9.การติดตามเงินกู้	109 (39.8)	123 (45.1)	36 (13.2)	4 (1.5)	1 (.4)	4.227 (.757)	มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินมีความพอใจต่อการบริการด้านกระบวนการให้บริการระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ มีขั้นตอนการเสนอขอกู้เงินการอนุมัติเงินกู้ การเก็บข้อมูลก่อนการกู้ของพนักงานผลของการอนุมัติเงินกู้ระยะเวลาในการอนุมัติและการเบิกจ่าย และการติดตามเงินกู้ พบว่ามีความพอใจระดับมากที่สุดทุกข้อส่วนการเขียนสัญญาของ

พนักงานการใช้เอกสารประกอบในการกู้เงินและความสะดวกเวลาถอนเอกสารคืนพบว่ามีความพึงพอใจระดับมาก (ตาราง 24)

ตาราง 25 แสดงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาพาสาลีด้าน
ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

n=273

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ	ระดับความพึงพอใจ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.มีเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอ	132 (48.4)	125 (45.7)	13 (4.8)	3 (1.1)	0 (0)	4.413 (.636)	มากที่สุด
2.การทำงานของพนักงาน	132 (48.4)	114 (41.7)	26 (9.5)	1 (.4)	0 (0)	4.381 (.670)	มากที่สุด
3.การทำงานขององค์กร	142 (52.0)	123 (45.1)	8 (2.9)	0 (0)	0 (0)	4.490 (.556)	มากที่สุด
4.ความเป็นระเบียบเช่น การจัด อุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ และเอกสาร ขอกู้เงิน	127 (46.5)	118 (43.2)	24 (8.8)	4 (1.5)	0 (0)	4.348 (.701)	มากที่สุด
5.ความสะอาดภายในอาคาร	122 (44.7)	136 (49.8)	15 (5.5)	0 (0)	0 (0)	4.391 (.591)	มากที่สุด
6.การรักษาความปลอดภัยของ สถาบัน	139 (50.9)	124 (45.4)	9 (3.3)	1 (.4)	0 (0)	4.648 (.581)	มากที่สุด
7.สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้ พักและห้องน้ำ	139 (40.7)	124 (45.7)	9 (12.5)	1 (1.1)	0 (0)	4.648 (.581)	มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินมีความพอใจต่อการบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาแต่ละข้อ มีเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอการทำงานของพนักงานการทำงานขององค์กรความเป็นระเบียบเช่น การจัดอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ และเอกสารขอกู้เงินความสะอาดภายในอาคารการรักษาความปลอดภัยของสถาบันและสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสาร พบว่ามีความพอใจระดับมากที่สุดทุกข้อ(ตาราง 25)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80	ความพึงพอใจน้อยที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60	ความพึงพอใจน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40	ความพึงพอใจปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	ความพึงพอใจมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	ความพึงพอใจมากที่สุด

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพวงสาธิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าที่มีต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพวงสาธิต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ (ประเภทของสินเชื่อที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ วงเงินกู้ที่ได้รับการอนุมัติตรงกับความต้องการ หลักทรัพย์ใช้ค้ำประกัน ความมั่นคงของสถาบันการเงิน ความมีชื่อเสียงของสถาบันการเงิน), ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสม การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยไปตามสภาวะของตลาด ค่าธรรมเนียมในการขออนุมัติเงินกู้ ความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ของสถาบัน), ด้านสถานที่ (สถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อ สามารถติดต่อผ่านโทรศัพท์ได้ง่าย ป้ายตราสัญลักษณ์ของสถาบันเห็นได้ง่าย สถานที่จอดรถ อุปกรณ์ที่ทันสมัย, แผนกต้อนรับที่ใช้บริการสะดวก), ด้านการส่งเสริมการตลาด (สถาบันมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานของสถาบัน การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ป้ายโฆษณา คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ การแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ), ด้านบุคลากร ที่ให้บริการ (พนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและความสามารถในการให้บริการ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ความตรงต่อเวลา และเสร็จงานตามกำหนด การมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความพร้อมของพนักงานในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า การให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเวลาใช้บริการ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้บริการอย่างทั่วถึง ความพร้อมของพนักงาน การติดตามผลหลังการกู้), ด้านกระบวนการให้บริการ (ขั้นตอนการเสนอขอกู้เงิน การเขียนเขียนลูกค้าของพนักงาน การใช้เอกสารประกอบในการกู้เงิน การอนุมัติเงินกู้ การเก็บข้อมูลก่อนการกู้ของพนักงาน ผลของการอนุมัติเงินกู้ ระยะเวลาในการอนุมัติและการเบิกจ่าย ความสะดวกในการถอนเอกสารคืน การติดตามเงินกู้), ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ (เครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอ การทำงานของพนักงาน การทำงานขององค์กร ความเป็นระเบียบเช่นการจัดการอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์เอกสารขอ

กู้เงิน สิ่งอำนวยความสะดวกเช่นน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ แก้วน้ำแข็งพักและห้องน้ำ)โดยภาพรวมรายละเอียดดังแสดงในตาราง26-33

ตาราง26 แสดงระดับความสำคัญที่ถูกค้ำมีต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลีโดยรวม

การบริการของสถาบันการเงิน	ระดับความสำคัญ		
	$\bar{x}$	S.D	การแปลผล
1.ด้านการบริการ	4.477	.501	มากที่สุด
2.ด้านราคา	4.222	.565	มากที่สุด
3.ด้านสถานที่	4.298	.553	มากที่สุด
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.309	.530	มากที่สุด
5.ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.501	.454	มากที่สุด
6.ด้านกระบวนการให้บริการ	4.308	.528	มากที่สุด
7.ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ	4.510	.498	มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลีได้ให้ความสำคัญต่อการบริการแต่ละด้านของสถาบันการเงิน โดยภาพรวม ด้านการบริการด้านราคาด้านสถานที่ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรที่ให้บริการด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดทุกด้าน (ตาราง 26)

ตาราง27แสดงระดับความสำคัญของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลีด้านการบริการ

n=273

ด้านการบริการ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ประเภทของสินเชื่อมีความหลากหลายตรงกับความต้องการ	129 (43.3)	113 (41.4)	23 (8.4)	5 (1.8)	3 (1.1)	4.318 (.793)	มากที่สุด
2.วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ	147 (53.8)	101 (37.0)	19 (7.0)	6 (2.2)	0 (0)	4.424 (.719)	มากที่สุด

ตาราง 27 (ต่อ)

ด้านการบริการ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
3.หลักทรัพย์ใช้ค่าประกัน	152 (55.6)	89 (32.6)	31 (11.4)	0 (0)	1 (.4)	4.432 (.719)	มากที่สุด
4.ความมั่นคงของสถาบันการเงิน	179 (65.6)	87 (31.8)	6 (2.2)	1 (.4)	0 (0)	4.626 (.548)	มากที่สุด
5.ความมีชื่อเสียงของสถาบันการเงิน	174 (63.7)	87 (31.9)	11 (4.0)	1 (.4)	0 (0)	4.586 (.607)	มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินให้ความสำคัญกับการบริการด้านการบริการที่ระดับสำคัญมากที่สุดโดยภาพรวมเมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นประเภทของสินเชื่อมีความหลากหลายตรงกับความต้องการวงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการหลักทรัพย์ใช้ค่าประกันความมั่นคงของสถาบันการเงิน และความมีชื่อเสียงของสถาบันการเงินพบว่ามีระดับความสำคัญมากที่สุดทุกประเด็น(ตาราง 27)

ตาราง 28 แสดงระดับความสำคัญของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านราคา		n=273					
ด้านราคา	ระดับความสำคัญ						แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$ S.D	
1.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสม	102 (37.4)	128 (46.8)	36 (13.2)	6 (2.2)	1 (.4)	4.186 (.770)	มาก
2.การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยไปตามสถานะของตลาด	118 (43.3)	112 (41.0)	41 (15.0)	2 (.7)	0 (0)	4.267 (.736)	มากที่สุด
3.ค่าธรรมเนียมในการขออนุมัติเงินกู้	99 (36.3)	109 (39.9)	46 (16.8)	16 (5.9)	3 (1.1)	4.044 (.930)	มาก
4.แผนการชำระเงินกู้	112 (41.0)	117 (42.8)	37 (13.6)	6 (2.2)	1 (.4)	4.219 (.787)	มากที่สุด

ตาราง 28 (ต่อ)

ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
5.ความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้คืนของสถาบัน	135 (49.5)	116 (42.5)	16 (5.8)	6 (2.2)	0 (0)	4.391 (.699)	มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินให้ความสำคัญต่อการบริการด้านราคาสำคัญที่สุดเมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยไปตามสภาวะของตลาดแผนการชำระเงินกู้และความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้คืนของสถาบันพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดส่วนประเด็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสมและค่าธรรมเนียมในการขออนุมัติเงินกู้นพบว่ามีความสำคัญมาก(ตาราง 28)

ตาราง 29 แสดงระดับความสำคัญของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านสถานที่

n=273

ด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.สถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อ	139 (50.9)	102 (37.4)	24 (8.8)	8 (2.9)	0 (0)	4.362 (.767)	มากที่สุด
2.สามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ได้ง่าย	145 (53.1)	91 (33.3)	34 (12.5)	2 (.7)	1 (.4)	4.381 (.758)	มากที่สุด
3.ป้ายตราสัญลักษณ์ของสถาบันมองเห็นได้ง่าย	115 (42.1)	98 (35.9)	42 (15.4)	18 (6.6)	0 (0)	4.135 (.907)	มาก
4.สถานที่จอดรถ อุปกรณ์ที่ทันสมัย,แผนกติดต่อที่ใช้บริการสะดวก	129 (47.3)	109 (39.9)	29 (10.6)	4 (1.5)	2 (.7)	4.315 (.778)	มากที่สุด

จากการศึกษา พบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินให้ความสำคัญต่อการบริการด้านสถานโดยภาพรวมที่ระดับสำคัญที่สุดเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นกล่าวคือ สถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อสามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ได้ง่ายและสถานที่จอดรถ อุปกรณ์ที่ทันสมัย แผนกติดต่อที่ใช้บริการสะดวก พบว่ามีความสำคัญมากที่สุดส่วนประเด็นป้ายตราสัญลักษณ์ของสถาบันมองเห็นได้ง่ายมีระดับความสำคัญมาก(ตาราง 29)

ตาราง30แสดงระดับความสำคัญของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ด้านการส่งเสริมการตลาด

n=273

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.สถาบันมีประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ	128 (46.9)	115 (42.1)	26 (9.5)	4 (1.5)	0 (0)	4.344 (.711)	มากที่สุด
2.การประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานของสถาบัน	114 (52.7)	100 (36.6)	25 (9.2)	4 (1.5)	0 (0)	4.406 (.717)	มากที่สุด
3.การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางป้ายโฆษณา	143 (52.4)	92 (33.7)	30 (11.0)	8 (2.9)	0 (0)	4.355 (.791)	มากที่สุด
4.คำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการ	109 (39.9)	97 (35.6)	46 (16.8)	19 (7.0)	2 (.7)	4.069 (.791)	มาก
5.การแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆ	156 (57.1)	84 (30.8)	17 (6.2)	11 (4.0)	5 (1.8)	4.373 (.907)	มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินให้ความสำคัญต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุดเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น สถาบันมีประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอการประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานของสถาบันการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆทางป้ายโฆษณาและการแจกของขวัญในโอกาสสำคัญต่างๆพบว่ามีระดับความสำคัญมากที่สุดส่วนประเด็นคำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการมีระดับความสำคัญมาก(ตาราง30)

ตาราง 31 แสดงระดับความสำคัญของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาพงสาส์
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ

n=273

ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.พนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	162 (59.3)	96 (35.2)	14 (5.1)	1 (.4)	0 (0)	4.534 (.612)	มากที่สุด
2.พนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถในการให้บริการ	167 (61.2)	95 (34.7)	10 (3.7)	1 (.4)	0 (0)	4.567 (.584)	มากที่สุด
3.พนักงานมีความน่าเชื่อถือ	183 (67.0)	81 (29.7)	9 (3.3)	0 (0)	0 (0)	4.575 (.546)	มากที่สุด
4.ความตรงต่อเวลา เสร็จงานตามกำหนด	166 (60.8)	98 (35.9)	9 (3.3)	0 (0)	0 (0)	4.637 (.558)	มากที่สุด
5.การมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า	178 (65.2)	88 (32.2)	6 (2.2)	1 (.4)	0 (0)	4.622 (.549)	มากที่สุด
6.ความพร้อมของพนักงานในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า	162 (59.3)	100 (36.6)	10 (3.7)	1 (.4)	0 (0)	4.549 (.586)	มากที่สุด
7.การให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเวลามาใช้บริการ	170 (62.2)	93 (34.1)	10 (3.7)	0 (0)	0 (0)	4.586 (.563)	มากที่สุด
8.การตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า	164 (60.1)	96 (35.2)	12 (4.4)	1 (.4)	0 (0)	4.549 (.598)	มากที่สุด
9.การให้บริการอย่างทั่วถึง	153 (56.0)	89 (32.6)	24 (8.8)	7 (2.6)	0 (0)	4.421 (.758)	มากที่สุด
10.ความพร้อมของพนักงาน	153 (56.0)	103 (37.7)	15 (5.5)	2 (.7)	0 (0)	4.490 (.636)	มากที่สุด
11.การติดตามผลหลังการให้กู้ยืม	92 (33.7)	107 (39.2)	51 (18.7)	22 (8.1)	1 (.4)	3.978 (.939)	มาก

จากการศึกษา พบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินให้ความสำคัญต่อการบริการด้านบุคลากรที่ให้การบริการโดยภาพรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุดเมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น พนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายพนักงานมีความรู้ความชำนาญและความสามารถในการให้บริการพนักงานมีความน่าเชื่อถือความตรงต่อเวลา เสร็จงานตามกำหนดการ มีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าความพร้อมของพนักงานในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าการให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเวลาใช้บริการการตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า การให้บริการอย่างทั่วถึง ความพร้อมของพนักงานพบว่ามีระดับความสำคัญมากที่สุดทุกประเด็นส่วนการติดตามผลหลังการให้กู้ยืมมีระดับความสำคัญมาก(ตาราง 31)

ตาราง32แสดงระดับความสำคัญของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ด้านกระบวนการให้บริการ

n=273

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.ขั้นตอนการเสนอขอกู้เงิน	130 (47.6)	122 (44.7)	20 (7.3)	1 (.4)	0 (0)	4.395 (.639)	มากที่สุด
2.การเขียนเขียนลูกค้าของพนักงาน	115 (42.1)	110 (40.2)	23 (8.4)	22 (8.1)	3 (1.1)	4.142 (.953)	มาก
3.การใช้เอกสารประกอบในการกู้เงิน	137 (50.1)	105 (38.5)	27 (9.9)	3 (1.1)	1 (.4)	4.370 (.736)	มากที่สุด
4.การอนุมัติเงินกู้	154 (56.4)	100 (36.6)	16 (5.8)	1 (.4)	2 (.7)	4.476 (.691)	มากที่สุด
5.การเก็บข้อมูลก่อนการกู้ของพนักงาน	114 (50.1)	103 (37.0)	37 (9.9)	13 (2.6)	6 (.4)	4.120 (.964)	มาก
6.ผลของการอนุมัติ เงินกู้	156 (57.1)	100 (36.7)	15 (5.5)	2 (.7)	0 (0)	4.501 (.636)	มากที่สุด
7.ระยะเวลาในการอนุมัติและการเบิกจ่าย	153 (56.0)	101 (37.0)	15 (5.5)	4 (.5)	0 (0)	4.476 (.669)	มากที่สุด

ตาราง32(ต่อ)

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
8.ความสะดวกเวลาถอนเอกสาร คืน	124 (45.5)	100 (36.4)	33 (12.1)	15 (5.5)	1 (.4)	4.212 (.886)	มากที่สุด
9.การติดตามเงินกู้	111 (40.7)	98 (35.9)	43 (15.8)	17 (6.2)	4 (1.5)	4.080 (.970)	มาก

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินให้ความสำคัญต่อการบริการด้านกระบวนการให้บริการบริการโดยภาพรวมที่ระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาแต่ละประเด็น ขั้นตอนการเสนอขอกู้เงิน การใช้เอกสารประกอบในการกู้เงินการอนุมัติเงินกู้ ผลของการอนุมัติเงินกู้ระยะเวลาในการอนุมัติ และการเบิกจ่ายและความสะดวกเวลาถอนเอกสารคืนพบว่ามีระดับความสำคัญมากที่สุดส่วน ประเด็นการเยี่ยมชมเขียนลูกค้าของพนักงาน การเก็บข้อมูลก่อนการกู้ของพนักงานและการ ติดตามเงินกู้พบว่ามีระดับความสำคัญมาก(ตาราง 32)

ตาราง33แสดงระดับความสำคัญของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาส์

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ

n=273

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ ปรากฏ	ระดับความสำคัญ					$\bar{X}$ S.D	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1.มีเครื่องมือและอุปกรณ์ เพียงพอ	162 (59.3)	102 (37.4)	8 (2.9)	1 (.4)	0 (0)	4.553 (.592)	สำคัญ มากที่สุด
2.การทำงานของพนักงาน	158 (57.8)	99 (36.3)	15 (5.5)	1 (.4)	0 (0)	4.516 (.618)	สำคัญ มากที่สุด
3.การทำงานขององค์กร	173 (63.4)	94 (34.4)	4 (1.5)	2 (.7)	0 (0)	4.604 (.559)	สำคัญ มากที่สุด

ตาราง 33 (ต่อ)

ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏ	ระดับความสำคัญ						
	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
4.ความเป็นระเบียบเช่น การจัดอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ และเอกสารขอกู้เงิน	160 (58.5)	93 (34.1)	19 (7.0)	1 (.4)	0 (0)	4.509 (.642)	มากที่สุด
5.ความสะอาดภายในอาคาร	168 (61.5)	94 (34.5)	11 (4.0)	0 (0)	0 (0)	4.575 (.571)	มากที่สุด
6.การรักษาความปลอดภัยของสถาบัน	179 (65.6)	84 (30.7)	7 (2.6)	3 (1.1)	0 (0)	4.608 (.597)	มากที่สุด
7.สิ่งอำนวยความสะดวกเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้ และห้องน้ำ	127 (46.5)	99 (36.3)	28 (10.3)	15 (5.5)	4 (1.5)	4.208 (.973)	มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่าลูกค้าของสถาบันการเงินให้ความสำคัญต่อการบริการด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏโดยภาพรวมที่ระดับสำคัญมากที่สุดเมื่อพิจารณาแต่ละประเด็นมีเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอการทำงานของพนักงานการทำงานขององค์กรความเป็นระเบียบเช่น การจัดอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์ และเอกสารขอกู้เงินความสะอาดภายในอาคารการรักษาความปลอดภัยของสถาบันและสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้ที่นั่งพักและห้องน้ำพบว่ามีความสำคัญมากที่สุดทุกประเด็น (ตาราง 33)

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 สำคัญน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 สำคัญปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 สำคัญมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด

4.7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาพาสาลี

ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแปรอิสระที่มีความเกี่ยวข้องจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ อายุ จำนวนปีการศึกษา 2. ปัจจัยด้านเงินกู้ ได้แก่ จำนวนครั้งของการกู้ จำนวนเงินกู้ การชำระเงินกู้ 3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ-สังคม ได้แก่ รายได้ต่อปีต่อครอบครัว และการได้รับข้อมูลข่าวสาร

ส่วนตัวแปรตามกล่าวคือ ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาพาสาลีเป็นค่าตัวเลขที่ใช้ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weighted mean score) จากระดับความพึงพอใจของลูกค้าสถาบันการเงินจุฬาภรณ์พัฒนาพาสาลีส่วนการบริการของสถาบันการเงินทั้งหมดมี 7 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านการบริการคือ ประเภทของสินเชื่อที่มีความหลากหลายตรงกับความต้องการ วงเงินกู้ที่ได้รับอนุมัติตรงกับความต้องการ หลักทรัพย์ใช้ค้ำประกัน ความมั่นคงของสถาบันการเงิน ความมีชื่อเสียงของสถาบันการเงิน 2.ด้านราคาคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เหมาะสม การเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยไปตามสภาวะของตลาด ค่าธรรมเนียมในการขออนุมัติเงินกู้ ความเหมาะสมของระยะเวลาการผ่อนชำระเงินกู้ของสถาบัน 3.ด้านสถานที่คือ สถานที่ตั้งมีความสะดวกในการติดต่อ สามารถติดต่อผ่านโทรศัพท์ได้ง่าย ป้ายตราสัญลักษณ์ของสถาบันเห็นได้ง่าย สถานที่จอดรถ อุปกรณ์ที่ทันสมัย, แผนกติดต่อที่ใช้บริการสะดวก 4.ด้านการส่งเสริมการตลาดคือสถาบันมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบอย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์โดยผ่านพนักงานของสถาบัน การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ป้ายโฆษณา คำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้บริการ การแจกของขวัญใน โอกาสสำคัญต่างๆ 5.ด้านบุคลากรที่ให้บริการคือพนักงานให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและความสามารถในการให้บริการ พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ความตรงต่อเวลาและเสร็จงานตามกำหนด การมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้า ความพร้อมของพนักงานในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า การให้ความสะดวกแก่ลูกค้าเวลาใช้บริการ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การให้บริการอย่างทั่วถึง ความพร้อมของพนักงาน การติดตามผลหลังการกู้ 6.ด้านกระบวนการให้บริการคือ ขั้นตอนการเสนอขอกู้เงิน การเขียนเขียนลูกค้าของพนักงาน การใช้เอกสารประกอบในการกู้เงิน การอนุมัติเงินกู้ การเก็บข้อมูลก่อนการกู้ของพนักงาน ผลของการอนุมัติเงินกู้ ระยะเวลาในการอนุมัติและการเบิกจ่าย ความสะดวกในการถอนเอกสารคืน การติดตามเงินกู้ 7.ด้านลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏคือ เครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอ การทำงานของพนักงาน การทำงานขององค์กร ความเป็นระเบียบเช่นการจัดการอุปกรณ์ ป้ายสัญลักษณ์

เอกสารขอกู้เงิน สิ่งอำนวยความสะดวกเช่นน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เก้าอี้นั่งพักและ
ห้องน้ำในตาราง 34

ตาราง 34 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามเมื่อตัวแปรตามเป็น
ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r)	P value
1.อายุ(ปี)	0.126*	0.037
2.จำนวนปีการศึกษา(ปี)	0.032	0.600
3.รายได้(บาท)	0.095	0.117
4.จำนวนครั้งของการกู้เงิน(ครั้ง)	0.128*	0.035
5.จำนวนเงินกู้(บาท)	0.022	0.713
6.การชำระเงินกู้	-0.230**	0.000
7.การได้รับข้อมูลข่าวสาร	-0.139*	0.022

* ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การพิสูจน์สมมติฐาน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามในตาราง 34 พบว่ามีตัวแปรอิสระ
จำนวน 4 ตัวแปรได้แก่ อายุ จำนวนครั้งของการกู้เงิน การชำระเงินกู้ และการได้รับข้อมูลข่าวสารที่
มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.8 ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคและข้อเสนอแนะของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบัน การเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี

8.1 ปัญหาและอุปสรรค

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการของสถาบันการเงินจุลภาค
พัฒนาพงสาลีพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการบริการของสถาบันการเงินและไม่มี
ปัญหาในการมาใช้บริการของสถาบันการเงิน มีเพียงลูกค้าบางรายที่ไม่ค่อยพึงพอใจต่อการบริการ
ของสถาบันการเงินเนื่องจากพบปัญหาในการมาใช้บริการแต่ก็เป็นเพียงปัญหาส่วนน้อยเท่านั้น

จำนวนร้อยละ 90.8 ไม่มีปัญหาในการมาใช้บริการ และมีเพียงจำนวนร้อยละ 9.2 ที่มีปัญหาในการเข้ามาใช้บริการของสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี ตาราง 35

ตาราง 35 แสดงปัญหาและอุปสรรคของลูกค้า

n=273		
ปัญหา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่มี	248	90.8
มี	25	9.2
รวม	273	100.0

ปัญหาและอุปสรรคของลูกค้าที่พบในการเข้ามาใช้บริการพบว่า สถานที่จอดรถลูกค้าไม่เพียงพอมีจำนวนร้อยละ 4.0 รองลงมาพนักงานขาดความรู้ความชำนาญในด้านวิชาการ และการขาดประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าจำนวนร้อยละ 2.9 และมีเพียงจำนวนร้อยละ 1.5 ที่ พนักงานสินเชื่อไม่เพียงพอกับการบริการ ตาราง 36

ตาราง 36 แสดงการจัดเรียงความปัญหาและอุปสรรคของลูกค้า

n=25		
ปัญหาและอุปสรรค	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1.สถานที่จอดรถลูกค้าไม่เพียงพอ	11	4.0
2.พนักงานขาดความรู้ความชำนาญในด้านวิชาการ	8	2.9
3. การขาดประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้า	8	2.9
4. พนักงานพูดจาไม่สุภาพ	7	2.6
5. พนักงานสินเชื่อไม่เพียงพอกับการบริการ	4	1.5

1.2 ข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี

จากการศึกษาข้อเสนอแนะของลูกค้าที่มีต่อสถาบันการเงินจุลภาคพัฒนาพงสาลี พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ไม่มีข้อเสนออะไรต่อสถาบันการเงินมีจำนวนร้อยละ 84.2 และมีเพียงจำนวนร้อยละ 15.8 ที่ข้อเสนอแนะต่อสถาบันการเงิน ตาราง 37

ตาราง 37 แสดงลูกค้าที่มีข้อเสนอแนะต่อสถาบันการเงิน

n=273

ข้อเสนอแนะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่มี	230	84.2
มี	43	15.8
รวม	273	100.0

จากการศึกษาข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อสถาบันการเงินมีจำนวนร้อยละ 15.8 โดยมีรายละเอียดของข้อเสนอแนะดังตาราง 38

ตาราง 38 แสดงข้อเสนอแนะของลูกค้า

n=43

ข้อเสนอแนะ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. ลดอัตราดอกเบี้ย	21	7.7
2. เสนอให้กู้ยืมอีกครั้งหลังการชำระเงินต้นที่กู้ไปแล้ว	17	6.2
3. ผ่อนระยะเวลาในการชำระเงินต้นและอัตราดอกเบี้ย	14	5.1
4. ให้ของขวัญกับลูกค้าเก่าในโอกาสสำคัญต่างๆ	13	4.8
5. ไม่อยากให้มีการเก็บข้อมูลละเอียดสำหรับลูกค้าเก่า	10	3.7
6. เพิ่มระยะเวลาในการกู้	5	1.8
7. อยากให้มีการอนุมัติให้กับพนักงานรัฐที่ไม่มีหลักทรัพย์	5	1.8
8. ให้มีการบริการที่เร็วกว่าเดิม	5	1.8
9. ให้มีสถานที่จอดรถของลูกค้า	3	1.1