

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อบุรกิจขนาดเล็กรงการกรงไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวกนกพร จันทร
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยฉัตร บุระวัฒน์,ปร.ด.
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อบุรกิจขนาดเล็กรงการกรงไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ลูกค้าสินเชื่อบุรกิจขนาดเล็กรงการกรงไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งหมด 15 สาขา จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่าง และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสถิติอ้างอิง One-Way ANOVA , LSD (Least Significant Difference) และ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.20 มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านอายุ คือ ลูกค้าสินเชื่อบุรกิจขนาดเล็กรงการกรงไทยอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าสินเชื่อบุรกิจขนาดเล็กรงการกรงไทย อายุ 31 - 40 ปี และ ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มียอดขายต่อเดือน 100,001-200,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าสินเชื่อบุรกิจขนาดเล็กรงการกรงไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอยู่ในระดับสูง ($r = 0.79$) ในแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์ระดับสูงมากที่สุด คือ ด้านความสบาย ($r = 0.83$) รองลงมาเป็นด้านการดูแลเอาใจใส่ ($r = 0.78$) ด้านความสะดวก ($r = 0.77$) ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ($r = 0.77$) ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ($r = 0.65$) ด้านต้นทุน ($r = 0.64$) และ ด้านการติดต่อสื่อสาร ($r = 0.62$) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ สินเชื่อบุรกิจขนาดเล็ก ความพึงพอใจของลูกค้า

Independent Study Title	Marketing Mix Factors Effecting KTB Loan Customers Satisfaction in Phra Nakhon Si Ayutthaya
Name - Surname	Miss Kanokphorn Chunthon
Major Subject	General Management
Independent Study Advisor	Assistant Professor Piyachat Burawat,Ph.D
Academic Year	2018

Abstract

The objective of this research is to study marketing mix factors that affecting KTB SMEs Loan customers satisfaction in Phra Nakhon Si Ayutthaya. Sample was KTB SMEs Loan customers in Phra Nakhon Si Ayutthaya, totally 15 branches with 400 customers. The statistical methods were mean, standard deviation, and one way analysis of variance Least Significant Difference (LSD) and Pearson product moment correlation coefficient at level of significance 0.05

The result of customers' analysis was found that most respondents are male (61.20%) and age higher 50 years. Age was the difference in statistical significance which was the level of satisfaction voted by KTB SMEs Loan customers with age lower or equal 30 years was higher than age 31-40 years. Most customers graduated in Master Degree. Sales amount is 100,001-200,000 per month.

The result of data analysis for marketing mix factors that affect the satisfaction of KTB SMEs Loan customers in Phra Nakhon Si Ayutthaya was direct variation at 0.05 which was high level of statistical significance ($r = 0.79$) The highest factor is comfortable ($r = 0.83$), next is taking care ($r = 0.78$), convenience ($r = 0.77$), valuation ($r = 0.77$), achievement for customers' needs ($r = 0.65$), cost ($r = 0.64$) and communication, ($r = 0.62$) respectively.

Keyword: Marketing Mix, KTB SMEs Loan, Satisfaction