สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ช
สารบัญตาราง		ฎ
บทที่ 1	บทนำ	1
หลักการและเหตุผล		1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
	นิยามศัพท์	4
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี		5
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	สาขาสะเมิง-	9
	จังหวัดเชียงใหม่	
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง		18
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	24
ขอบเขตการศึกษา		24
วิธีการศึกษา		25
เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล		25
การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้		26
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา		27
	สถานที่ที่ใช้ในการศึกษา	27

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา		28
ส่วนที่ 1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
ส่วนที่ 2	ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่	35
ส่วนที่ 3	ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการเป็นลูกค้า	46
ส่วนที่ 4	ปัญหาที่พบในการใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่	120
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	127
	สรุปผลการศึกษา	127
	อภิปรายผล	155
ข้อค้นพบ	159	
	ข้อเสนอแนะ 165	
บรรณานุกรม		169
ภาคผนวก		171
	ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	172
	ภาคผนวก ข หนังสืออนุญาต	182
ประวัติผู้เขียน		183

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	29
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	29
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	30
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกระดับการศึกษาสูงสุด	30
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกอาชีพ	31
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อปี	31
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	32
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทบริการที่ใช้	32
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน	33
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่มาใช้บริการ	33
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ	34
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความความเชื่อมั่นวางใจได้	35
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	36

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความสามารถในการให้บริการ	37
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการเข้าถึงลูกค้า	38
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความมีอัธยาศัยไมตรี หรือความสุภาพหรือความเป็นมิตร	39
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการติดต่อสื่อสาร	40
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความน่าเชื่อถือ	41
19	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความปลอดภัย	42
20	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า	43
21	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	44
22	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ	45
23	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ จำแนกตามเพศ	46
24	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จำแนกตามเพศ	47
25	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการจำแนกตามเพศ	48
26	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการเข้าถึงลูกค้า จำแนกตามเพศ	49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
27	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความมีอัธยาศัยไมตรี หรือความสุภาพ หรือความเป็นมิตร จำแนกตามเพศ	51
28	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามเพศ	52
29	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามเพศ	54
30	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย จำแนกตามเพศ	55
31	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า จำแนกตามเพศ	56
32	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างบริการ ให้เป็นที่รู้จัก จำแนกตามเพศ	57
33	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามเพศ 5	9
34	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ จำแนกตามอายุ	61
35	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จำแนกตามอายุ	63
36	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถ ในการให้บริการ จำแนกตามอายุ	64
37	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการเข้าถึงลูกค้า จำแนกตามอายุ	66
38	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความมีอัธยาศัยไมตรี หรือความสุภาพ หรือความเป็นมิตร จำแนกตามอายุ	68
39	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามอายุ	70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
40	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามอายุ	72
41	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย จำแนกตามอายุ	73
42	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า จำแนกตามอายุ	75
43	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก จำแนกตามอายุ	76
44	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการจำแนกตามอายุ	78
45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	80
46	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	82
47	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	84
48	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการเข้าถึงลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	86
49	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความมีอัธยาศัยไมตรีหรือความสุภาพ หรือความเป็นมิตร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	88
50	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	90
51	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	92
52	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	93

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
53	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	95
54	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	97
55	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	99
56	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเชื่อมั่นวางใจได้ จำแนกตาม ระยะเวลาการเป็นลูกค้า	101
57	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	103
58	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความสามารถในการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	104
59	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการเข้าถึงลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	106
60	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความมีอัธยาศัยไมตรีหรือความสุภาพ หรือความเป็นมิตร จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	108
61	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	110
62	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	112
63	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความปลอดภัย จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	113
64	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	115
65	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	116

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตาราง		หน้า
66	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นลูกค้า	118
67	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านความเชื่อมั่นวางใจได้	120
68	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	121
69	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านความสามารถในการให้บริการ	121
70	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการเข้าถึงลูกค้า	122
71	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาความมีอัธยาศัยไมตรีหรือความสุภาพ หรือความเป็นมิตร	123
72	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการติดต่อสื่อสาร	124
73	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านความน่าเชื่อถือ	124
74	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านความปลอดภัย	125
75	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้า	125
76	แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก	126
77	สรุปผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในรายละเอียดแต่ละด้านมากที่สุด 10 อันดับ	160
78	สรุปผลการศึกษาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการในรายละเอียดแต่ละด้านน้อยที่สุด 10 อันดับ	162
79	สรุปผลการศึกษาปัญหาที่พบจากการใช้บริการในรายละเอียดแต่ละด้าน 10 อันดับ	164

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved