

**ชื่อการค้นคว้าอิสระ** ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ โครงการธนาคารประชาชน  
ของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร

**ผู้วิจัย** นางพรทิพย์ อุกฤษฏ์ธีรัตน์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร. จันทวัลย์ สุนสวัสดิ์ 2) รศ. ภาณุมา สรเพชญ์พิสัย  
ปีการศึกษา 2553 จำนวน 113 หน้า คำสำคัญ ประสิทธิภาพการจัดการ โครงการธนาคารประชาชน

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ  
โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ ธนาคารออมสิน สาขาดาวคะนอง กรุงเทพมหานคร และเพื่อ  
เปรียบเทียบประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชนของ  
ผู้ให้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 217 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็น  
แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และ  
การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน  
ของผู้ใช้บริการ ในภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความคิดเห็น  
โดยรวม อยู่ในระดับมาก 5 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านพนักงาน ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริม  
การตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านพนักงาน อยู่ในระดับมาก ทุกรายการ 2  
อันดับแรก คือ พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อยเหมาะสม และมีความสุข อ่อนน้อม กิริยามารยาทเหมาะสม  
ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ทุกรายการ 2 อันดับแรก คือ เงื่อนไขในสัญญามีความชัดเจน เป็นธรรม และ  
หลักเกณฑ์การค้ำประกันสินเชื่อเหมาะสม ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ทุกรายการ 2 อันดับแรก คือ กำหนด  
ระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสม และเงื่อนไขการชำระหนี้เหมาะสม ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ทุก  
รายการ 2 อันดับแรก คือ ความไว้วางใจต่อบริการธนาคาร และสิ่งจูงใจให้ใช้บริการสินเชื่อเพิ่มขึ้น และด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก จำนวน 2 รายการ คือ การติดต่อธนาคารโดยตรงมีความสะดวก และ  
ทำเลที่ตั้งธนาคารมีความเหมาะสม ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการจัดการการตลาดในการให้บริการสินเชื่อ  
โครงการธนาคารประชาชนของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า มีความคิดเห็น ใน  
ภาพรวม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อ  
เดือนต่างกัน มีความคิดเห็น โดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านพนักงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ 0.01

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2. ....

**Independent study title:** Efficiency of Credit Service Management Provided by “Democrat Bank” Project to Customers of Government Saving Bank at Daokanong branch, Bangkok

**Researcher:** Mrs. Pornpip lerksutirat. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr.Chanthwan Soonsawad  
2) Assoc. Prof. Bhasana Soraphetphisai. Academic year: 2009. 107 pp. Keywords: efficiency of management in Democrat Bank project

### Abstract

The objectives of the research were to study efficiency of credit service management provided by “democrat bank” project for customers of Government Savings Bank at Daokanong Branch, Bangkok, and to compare the efficiency, mentioned above, provided for customers classified by demographic characteristics. The sample consisted of 217 customers. Questionnaires were used in as research tool. Analyses of data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results revealed that the overall efficiency of credit service management provided by “democrat bank” project for customers was rated high. Aspect analysis revealed that the five aspects given high opinions, arranged in descending order were: staff, product, price, promotion, and distribution channel. List analyses revealed that every list of every aspect except distribution channel was rated high. In terms of staff, the two highest were the appropriateness of their clothes, their politeness, their humbleness, and their appropriate manner. Regarding product, the two ranked highest were unequivocal fair condition of contract and appropriate loan guarantees criterions. In terms of price, the two highest were appropriate scheduled repayment and appropriate conditions for repayment. In terms of promotion, the two highest were trust in bank service and attraction to increase the use of service. In distribution channel, only two aspects – convenience to directly contact with the bank and appropriate location of the bank-- were at high level. The comparison of efficiency of credit service management provided by “democrat bank” project to customers classified by demographic characteristics showed that there was no overall significant difference in opinion. However, when different monthly income was considered, customers having different monthly income had different overall opinions on product and staff at 0.01 significant level.

Student’s signature .....

Independent study advisors’ signature 1..... 2. ....