



ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
จังหวัดสงขลา

**Customer's Satisfaction in Using the Service Bank for Agriculture and
Agricultural Co operatives, Songkhla Province**

ณภัต ทองมีขวัญ

Naphat Thongmekwaun

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration**

Prince of Songkla University

2561

ชื่อสารนิพนธ์	ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน	นางสาวณภัศ ทองมีขวัญ
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจ และลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการธนาคาร และ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอนุมาน โดยหาค่าที (t-test Independent) ค่าความแปรปรวนแบบทิศทางเดียว (One-way Anova) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 และใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีการ Fisher's Significant Difference (LSD) ผลการศึกษาพบว่า

1) ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีการอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านสินเชื่อ

2) ความพึงพอใจของลูกค้าผู้ให้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในแต่ละด้านได้ดังนี้ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านลักษณะกายภาพภายนอก ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ และ ด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา ธุรกรรมที่มาใช้บริการแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา คือ เพิ่มจำนวนตู้ ATM ลดขั้นตอนในการเตรียมเอกสารเพื่อขอรับบริการ และ ส่งเสริมการขายในด้านอื่นๆ

Minor Thesis Title	Customer's Satisfaction in Using the Service Bank for Agriculture and Agricultural Co operatives, Songkhla Province
Author	Miss Naphat Thongmekwaun
Major Program	Business Administration
Academic Year	2017

ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to study the customers' satisfaction level and customers' demographic data and 2) to study the relationship between demographic data and the customers' satisfaction. The study was a survey research design. The sample of 385 respondents was chosen from the population by using the Convenience Sampling Method. The data were collected by questionnaires. The statistics used in the study were percentage, mean, standard deviation, t-test Independent, One-way Anova and Fisher's Significant Difference (LSD), the degree of reliability by using the SPSS program which was established 0.95. The results were as follow

1) The customers' demographic data which found most were female, age between 31-40, married, agriculturist, undergraduate level, 10,001-20,000 baht of their income per month, using in loan processing service.

2) The overall of the Customers' Satisfaction with the financial services was in high level. Considering in each part divided, we found the customers highest to lowest level of satisfaction were staff product, service physical, appearance, service process, fee, location, and promotion, respectively.

3) The customers with their different age and income had some different satisfaction which had .05 of its statistical significance level while the customers with their different in gender, status, occupation, level of education and type of transection had .05 of its statistically insignificant in general. The suggestions from the study were increasing the number of Automatic Machines, reduced the document and process for the service and sold promotion in other areas.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์หัวข้อ ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลาฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาความช่วยเหลือรวมทั้งการให้คำแนะนำและกำลังใจที่ดีจากบุคคลดังต่อไปนี้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ดร.พัฒน์จิ โภษะจนาท ซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบและให้การชี้แนะแนวทางแก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจน อาจารย์วิญชัย อุ่นอดิเรกกุล และ อาจารย์กาญจนาถ จงภักดี กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางการทำวิจัยที่ถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย รวมทั้ง ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

คณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่ได้ประสาทวิชาและมอบความรู้อันเป็นประโยชน์ รวมทั้งอบรมสั่งสอนผู้วิจัยมาโดยตลอด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ เพื่อนๆ พี่ๆ ทุกคนที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการจัดทำ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนสนับสนุนทุกท่านที่ผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาและความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนในการศึกษา รวมทั้งขอขอบพระคุณผู้เขียนเอกสาร ตำรา หนังสือ ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าซึ่งทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์

ณภัท ทองมีขวัญ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(3)
ABSTRACT.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
รายการตาราง.....	(8)
รายการภาพประกอบ.....	(11)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	3
1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	24
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	25
3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	25
3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ.....	26
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	27
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	28
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	30
4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา.....	30
4.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา.....	32
4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความ พึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร จังหวัดสงขลา.....	38
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	57
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	57
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	58
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	65
บรรณานุกรม.....	68
ภาคผนวก ก เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย.....	75
ภาคผนวก ข ประวัติผู้เขียน.....	81

รายการตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 ตัวแปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล.....	33
4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารจังหวัดสงขลาในภาพรวม.....	35
4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านบุคลากร.....	35
4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านผลิตภัณฑ์บริการ.....	36
4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านลักษณะกายภาพภายนอก.....	37
4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านกระบวนการให้บริการ.....	38
4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านราคาค่าธรรมเนียม.....	38
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านสถานที่การให้บริการ.....	39
4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารในการส่งเสริมการขาย.....	40
4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน ภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามเพศ.....	41
4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้านจำแนกตามเพศ.....	41
4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของ ผู้ให้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ.....	42
4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ.....	42

รายการตาราง

ตาราง	หน้า
4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามอายุ.....	43
4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการจำแนกตามอายุ.....	44
4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ.....	44
4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามอายุ.....	45
4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารด้านบุคลากรจำแนกตามอายุ.....	45
4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการธนาคารจำแนกตามสถานภาพ.....	46
4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามสถานภาพ.....	47
4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามสถานภาพ.....	47
4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการธนาคารจำแนกตามอาชีพ.....	48
4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามอาชีพ.....	49
4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามอาชีพ.....	49
4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารจำแนกตามระดับการศึกษา.....	50
4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	51

รายการตาราง

ตาราง	หน้า
4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	51
4.28 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	52
4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	54
4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านราคาค่าธรรมเนียมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	54
4.31 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	55
4.32 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านบุคลากรจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	55
4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	56
4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	56
4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ.....	57
4.36 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ.....	58
4.37 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ.....	58

รายการภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 กรอบแนวความคิดการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้ บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา.....	26

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพหรือดำรงอยู่ได้โดยมีความเกี่ยวพันกับการเกษตร มีจำนวนประชากรในภาคเกษตรไม่น้อยกว่าสามสิบล้านคน ดังนั้นการพัฒนาการเกษตรจึงเป็นการพัฒนาที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะส่งผลให้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมีรายได้สูงขึ้นและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ในอดีตเกษตรกรไทยทำการผลิตแบบดั้งเดิมที่อาศัยภูมิปัญญาพื้นบ้านและเชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติ ต่อมาการพัฒนาประเทศไทยตามแนวทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5 ปี ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ถึง 9 ในช่วงกว่า 40 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการพัฒนาตามแนวคิด การพัฒนากระแสหลัก (Mainstream Development) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อการตลาดและการส่งออก (Market & Export-Oriented Economy) ได้ก่อให้เกิดผลการพัฒนาทั้งทางบวกและลบซึ่งรัฐบาลโดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้พยายามผนึกกำลังกันแก้ปัญหาเพื่อวิเคราะห์สาเหตุและสังเคราะห์ทางออกของปัญหา เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินการอย่างบูรณาการ (ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2553)

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2509 ตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร โดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ถือเป็นแหล่งเงินทุนในระบบของเกษตรกรรมอย่างยาวนาน เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น สำหรับเป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพและเป็นทุนหมุนเวียนใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ซึ่งปัจจุบัน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เปิดให้บริการทั่วประเทศ 1,021 สาขา (ไม่รวมสาขาย่อย) (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560)

จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญของภาคใต้มีเนื้อที่ 7,393,889 ตารางกิโลเมตรมีขนาดใหญ่ เป็นอันดับ 3 ของภาคใต้ และเป็นอันดับ 26 ของประเทศ มีพื้นที่ใช้ประโยชน์เพื่อการเกษตรทั้งสิ้น 2,267,235 ไร่ (สำนักงานสถิติ จังหวัดสงขลา, 2559) ซึ่งธนาคารเพื่อ

การเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา รับผิดชอบให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่จังหวัดสงขลาทั้งหมด รวม 22 สาขา(ไม่รวมสาขาย่อย)โดยมีการกำหนดวิสัยทัศน์ว่าจะต้องเป็นธนาคารพัฒนาชนบทที่มั่นคง มีการจัดการที่ทันสมัยเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรรายย่อย ซึ่งจากการให้บริการ ได้มีลูกค้าร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการอยู่บ่อยครั้ง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านกระบวนการการทำธุรกรรมที่มีความล่าช้า การขาดการประสานงานที่ต่อเนื่อง การให้บริการของพนักงานที่แสดงกริยาหรือวาจาที่ไม่สุภาพ ซึ่งพนักงานได้มีการระดมความคิดและพยายามหาแนวป้องกันและแก้ไขอย่างสม่ำเสมอ โดยการพูดคุยสนทนากับลูกค้าอย่างละเอียดและรับทราบถึงความต้องการที่จะให้ธนาคารปรับปรุงการบริการด้านกระบวนการทำธุรกรรมและผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มนี้ว่า มีความพึงพอใจการบริการของธนาคารในด้านต่างๆระดับใด ต่างกันอย่างไร เพื่อที่จะปรับปรุงการบริการของธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จังหวัดสงขลา เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการในการให้บริการลูกค้าที่มาใช้บริการและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยนำผลที่ได้จากศึกษามาเสนอแนะให้กับองค์กรเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรสูงสุด และเพื่อให้ธนาคารฯ ได้บรรลุตามนโยบายที่จะเป็นผู้ให้บริการทางการเงินอย่างครบวงจรแก่ภาคการเกษตรและชนบท ควบคู่กับการเสริมสร้างองค์ความรู้และสนับสนุนการพัฒนาอาชีพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารและบริการประชาชน

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจ และลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้จัดการสาขา ผู้จัดการเขต และผู้จัดการสำนักงานใหญ่ นำผลที่ได้ไปพัฒนากระบวนการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา ให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อเป็นแนวทางเป็นแนวทางให้ผู้จัดการสำนักงานใหญ่ กำหนดนโยบายในการแข่งขันทางธุรกิจและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

1.4 ขอบเขตการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาได้แก่ ลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำนวน 385 คน แต่เพื่อแก้ปัญหาการสูญหายของแบบสอบถามในระหว่างการเก็บข้อมูลหรือความคลาดเคลื่อนในการตอบแบบสอบถาม กำหนดการเก็บแบบสอบถามจากทั้งหมด 22 สาขา สาขาละ 18 ตัวอย่าง

1.4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดสงขลา

1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา

เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2561 – 30 มกราคม 2561

1.5 นิยามคำศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่ดี ชอบ หรือประทับใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยแบ่งเป็น 7 ด้านดังนี้

1. ผลสัมฤทธิ์บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ถูกนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
2. ราคาค่าบริการหรืออัตราค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าต้องจ่าย
3. สถานที่บริการ ทำเลที่ตั้ง ช่องทางการให้บริการและการกระจายสถานที่บริการอย่างทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า
4. การส่งเสริมการตลาด การรับฟังข้อมูลข่าวสารที่จูงใจอย่างสม่ำเสมอหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพของการบริการเป็นไปในทางบวก

5. ผู้ให้บริการจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ผู้บริหาร และพนักงาน ซึ่งแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการ

6. กระบวนการบริการ การส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพ ทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)

7. สภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการและสถานที่ซึ่งกิจกรรมกับลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน เช่น การตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม ความสะอาดของอาคารสถานที่ตลอดจนการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

1.5.2 ลูกค้า คือ บุคคลที่มามีติดต่อกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้หวังพึ่ง หรือ ได้รับผลประโยชน์จากบริการด้านสินเชื่อ ด้านเงินฝาก และด้านการเงินการธนาคาร ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลาทั้งหมด 22 สาขา

1.5.3 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) หมายถึง สถาบันการเงินที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม โดยบริการของธนาคารมีดังนี้ บริการด้านเงินฝากทั้งออมทรัพย์ ฝากประจำ ฝากสงเคราะห์ชีวิต ฝากกระแสรายวัน และสลากออมทรัพย์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา เพื่อให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสนับสนุนงานศึกษา ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) พบว่ามีนักวิชาการและนักวิจัยได้อธิบายแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจไว้ ดังนี้

วิรัช สงวนวงษ์วาน และ พรรณพิมล ก้านกนก (2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบกับประสิทธิภาพการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมากับสิ่งที่คาดหวังไว้ ระดับความคาดหวังของลูกค้าอาจได้จากประสบการณ์ที่เคยใช้สินค้านั้น

โชคชัย ชัยธวัช (2547) ให้ความหมายของ ความพึงพอใจ ว่าเป็นผลลัพธ์ จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง

เลิฟล็อก และ ไรท์ (Lovelock & Wright, 2002) ได้ให้ความหมายของ ความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การตัดสินใจโดยที่มีความชอบในทัศนคติเกิดขึ้นตามปฏิกิริยาในการซื้อสินค้าหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสินค้า

มอส (Morse, 1958) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนอง

ทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้นและในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

วรูม (Vroom, 1970) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

ดังนั้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวัง เป็นความรู้สึกที่เกิดความต้องการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองก็เกิดความพึงพอใจขึ้น และถ้าไม่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการตามความคาดหวังไว้ความพึงพอใจก็จะหายไปทันที ดังนั้นความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

เมย์นาร์ดดับริลเชลลี่ (Maynard W. Shelly, 1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ ซึ่งสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึก แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับความสุขสามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ

ทิพย์วรรณ ศรีปรีชา (2550) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของมนุษย์มีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดีเลว พอใจไม่พอใจ สนใจไม่สนใจ เป็นต้น

อนง สุวรรณบัณฑิต, และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการทั้งหลายต่างคิดค้นหากกลยุทธ์ทางการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาดมากมายมาประยุกต์ใช้ โดยมีจุดมุ่งหวังที่ให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่

1. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการ เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงในการจัดให้เกิดการบริการแต่ผู้มารับบริการ โดยต้องยึดถือสิ่งต่อไปนี้

1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ

ได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงจะสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่ประทับใจผู้รับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนและส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปขององค์การธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลายๆด้าน ตัวอย่างเช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานบริการจะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในการของตน จึงจะทุ่มเทในการทำงาน และเป็นสิ่งที่น่าสนใจความพึงพอใจของผู้รับบริการ และสุดท้ายจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการของกิจการบริการด้วย

2. ความสำคัญของความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการได้จากการมารับบริการนั้น โดยผู้รับบริการมุ่งหวังความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการนั่นเอง

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการ ผู้รับบริการมุ่งหวังการได้รับการบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตนเอง จากการไปรับบริการต่างๆ เช่น บริการฝากถอนเงินสด บริการ โอนเงิน บริการชำระค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มี ทำให้เกิดการแข่งขันนำเสนอที่ดีกว่าผู้รับบริการ ผลสุดท้ายก็คือผู้บริการจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพมากขึ้นไปเรื่อยๆ นั่นเอง

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานจะทำงานด้วยความเต็มใจทุ่มเท สร้างสรรค์ และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้น และงานบริการกลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้น มีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ และสุดท้ายส่งผลต่อลักษณะการบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นไป

ดังนั้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่ายไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการที่จะต้องกำหนดคุณลักษณะของการบริการ รูปแบบการบริการที่ดี ซึ่งจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ และความพึงพอใจยังมีความสำคัญต่อผู้รับบริการที่มุ่งหวังการได้รับการบริการที่ดีเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของ ความพึงพอใจที่ได้จากการไปรับบริการนี้เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการบริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มีเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นต่อไป

2.1.1.1 เกณฑ์การวัดความพึงพอใจ

โทมัสและเอิร์ล (Thomas; & Earl. 1995: 88) ได้ให้แนวคิดความพึงพอใจไว้ว่า การวัดความพึงพอใจเป็นวิธีหนึ่งที่ใช้กันอยู่ เพื่อทราบผลของการให้บริการที่ดีเลิศที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจเป็นสิ่งที่บริษัทเชื่อว่ามีคุณค่าและควรให้ความสนใจในความต้องการและปัญหาของลูกค้าในการให้บริการ ผู้บริการขององค์กรต้องมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงคุณภาพให้เกิดประสิทธิผลและได้ผลดีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการสำรวจความพึงพอใจจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารจัดการในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน มีเกณฑ์ในการวัดที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงดังต่อไปนี้ (วีรพงษ์เฉลิมจิระรัตน์, 2538)

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์บุคลากร และวัสดุการติดต่อสื่อสาร
2. ความเชื่อมั่นวางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้และมีความน่าเชื่อถือ
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการและพร้อมที่จะให้บริการในทันที
4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน
5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติ มีน้ำใจและเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ
6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าเชื่อถือ ซึ่งเกิดจากความซื่อสัตย์ความจริงใจของผู้ให้บริการ
7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน ชื่อเสียง การปราศจากความรู้สึกเสี่ยงอันตรายและข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ

8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายได้รับความสะดวกในการติดต่อ

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจและรับฟังเรื่องราวที่ผู้รับบริการร้องทุกข์

10. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Customer understanding) หมายถึง การทำความเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตน

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (Tools for Tracking and Measuring Customer Satisfaction) เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า บริษัทที่ยึดปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้าจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึง คือ

1.การสร้าง ความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งจะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง

2.บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไรโดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ลงทุนในการผลิตมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เหล่านี้ถือว่ามีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัทและต้นทุนของสินค้า

3.บุคคลที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ประกอบด้วย ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้ขายปัจจัยการผลิต และคนกลาง และเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของคนเหล่านี้ด้วย

ดังนั้น สรุปได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานตามเกณฑ์วัดต่างๆ เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งจะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง นอกจากนี้การลงทุนในการผลิตมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะมีผลกระทบต่อรายได้ของบริษัท ต้นทุนของสินค้า และพนักงานปฏิบัติงาน

2.1.1.2 วิธีการติดตาม และวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ 4 วิธี
ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems) เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Systems) ในกรณีนี้ จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งคิดว่าวิธีแรกที่พบว่าปัญหาว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือและมักเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากผู้ขายรายอื่นแทน เป็นผลให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้าไป เครื่องมือที่นิยมใช้มากคือการวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า เทคนิคต่างๆที่ใช้ในการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า มีดังนี้

2.1 การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง

2.2 การถามลูกค้าได้รับความพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่อย่างไร

2.3 การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์และเสนอแนะประเด็นต่างๆที่จะแก้ไขปัญหานั้นเรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า

2.4 เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆ และการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่า เป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์

2.5 เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

3. การเลือกซื้อ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Ghost Shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบริษัท

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost Customer Analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น วิธีแก้ปัญหาคือหาสาเหตุต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ เช่นราคาสูงเกินไป บริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

ดังนั้น สรุปได้ว่า วิธีการติดตาม และวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้ 4 วิธี ได้แก่ ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ, การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า, การเลือกซื้อ โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป

2.1.1.3 ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ มีดังนี้

1.1. มีความรู้และรู้รอบในเรื่องของสินค้า บริการ ผู้บริหาร โครงสร้างขององค์กร นโยบายขององค์กร ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลของลูกค้า และการเปลี่ยนแปลงต่างๆภายในองค์กร โดยเฉพาะ งานในหน้าที่ ที่ต้องการศึกษาหาความรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ก้าวหน้าต่อไป ต้องรู้จักนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.2. มีบุคลิกภาพที่ดีมีความมั่นใจในตนเอง และมีความคล่องตัว แสดงถึงความกระตือรือร้น สุภาพ จริงใจ คุณเป็นธรรมชาติการแต่งกายเรียบร้อย สะอาด สวยงามเหมาะสมกับกาลเทศะ เหล่านี้ล้วนทำให้บุคลิกของผู้ให้บริการนำชมมอง น่านิยมนับถือ นำเข้าใกล้ และนำประทับใจต่อผู้มาทำการติดต่อ

1.3. ร่างกายแข็งแรง ท่าทางคล่องแคล่ว สุขภาพอนามัยเป็นส่วนประกอบที่สำคัญผู้มีร่างกายอ่อนแอ มีโรคภัยมาเบียดเบียนอยู่เสมอ ย่อมเป็นอุปสรรคในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ฉะนั้น การระวังรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่เสมอจะมีผลทำให้จิตใจ สมอง สติปัญญาสุขภาพจิตดีเป็นปกติการทำงานติดต่อกับผู้อื่นย่อมเป็นไปอย่างราบรื่น

1.4. มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดีชอบให้บริการผู้อื่น ยึดถือว่าคุณคณอื่นหรือผู้มาติดต่อถูกเสมอ ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและอย่างตั้งใจ

1.5. ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีไมตรีจิต มีใจเมตตากรุณา เห็นอกเห็นใจผู้อื่นให้ความช่วยเหลือ เมื่อผู้อื่นมีปัญหาทุกข์ร้อน สามารถรับฟังปัญหาด้วยความเห็นอกเห็นใจ

1.6. เป็นคนช่างสังเกต มีปฏิภาณดีแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ การพบปะหรือประจันหน้ากันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้มาติดต่อ ย่อมมีโอกาสหรือแนวโน้มที่จะปะทะคารมกันได้ความมีปฏิภาณ ไหวพริบดีสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ จะช่วยหลบหลีกไม่ให้โอกาสแบบนั้นเกิดขึ้นได้ประการสำคัญ ความมีปฏิภาณ ไหวพริบจะช่วยเสริมบุคลิกภาพ ความอ่อนนุ่มนวล และความเข้าใจซึ่งกันและกันได้เป็นอย่างดี

2. ด้านสถานที่ประกอบการ ลักษณะของสถานที่ ที่ให้บริการที่ดี (สุวัฒนา ในเจริญ, 2540)

- 2.1. ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ไม่แออัดในการเดินทาง
- 2.2. สะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่
- 2.3. การจัดป้ายบอกหน่วยงานที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการในขณะรอรับ

บริการ

- 2.4. สถานที่จอดรถสะดวกไม่คับแคบจนเกินไป

3. ด้านความสะอาดที่ได้รับ ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเมื่อ

- 3.1. มีพนักงานที่คอยให้ความสะดวกกับลูกค้าเพียงพอ
- 3.2. มีความทันสมัยของอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงานให้บริการกับลูกค้า
- 3.3. การให้คำแนะนำและชี้แจงผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการควรจะได้รับ
- 3.4. การให้ความช่วยเหลือเมื่อผู้รับบริการไม่เข้าใจในบริการ

4. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

4.1. ความทันสมัยต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการและประโยชน์ของข้อมูลที่ผู้รับบริการจะได้รับ

- 4.2. การให้คำแนะนำตอบปัญหาที่ถูกต้องชัดเจน

- 4.3. การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงรูปแบบการทำเสนอ

ข้อมูลที่ง่ายไม่คลุมเครือเข้าใจต่อการฟัง

5. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ การบริการที่มีการดำเนินการที่ดีได้แก่

- 5.1 ความรวดเร็วของการให้บริการในแต่ละครั้ง แต่ละเรื่อง

5.2 การลดชั้น ตอนหรืออนุ โลมให้ลูกค้าในบางกรณี ลูกค้าจะมีความรู้สึกที่ง่ายไม่เสียเวลา

5.3 การดำเนินการให้บริการด้านต่างๆ ที่ไม่ทำให้ลูกค้าเสียโอกาสหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ

ดังนั้น สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาจากพนักงานที่จะต้องมีความรู้ในเรื่องของสินค้า บริการ มีบุคลิกภาพและใจที่รักการบริการ สถานที่ไม่คับแคบ และมีอุปกรณ์ให้บริการที่ทันสมัย ง่ายต่อการใช้งานทำให้ลดระยะเวลาในการดำเนินการ ลูกค้ารู้สึกรวดเร็วและง่ายในการใช้บริการ

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

2.1.2.1 ความหมายของการบริการ

Philip Kotler (2003) ให้ความหมายของการบริการ (Service) หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้ ซึ่งฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip Kotler, 2012) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์บริการ สินค้าหรือบริการที่ถูกนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะต้องเป็นสินค้าที่มีรรถประโยชน์หรือมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า ลูกค้าจึงจะเกิดความพึงพอใจ
2. ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าต้องจ่ายให้กับผู้ให้บริการ
3. สถานที่บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง และการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า และจะต้องอยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรืออยู่แหล่งที่ปลอดภัยอีกด้วย
4. การส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารที่จูงใจอย่างสม่ำเสมอหรือบุคคลอื่นกล่าวถึงคุณภาพของบริการไปในทางบวก
5. ผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นเมื่อรับรู้ได้ถึงคุณภาพของการบริการที่ได้รับจากผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และพนักงาน ซึ่งแสดงพฤติกรรมบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความเอาใจใส่อย่างเต็มที่
6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการและสถานที่ซึ่งกิจกรรมกับลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กัน เช่น การตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม ความสะอาดของอาคารสถานที่ ตลอดจนการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน
7. กระบวนการบริการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้นจากการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพ ทำให้เกิดความคล่องตัวในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction)

พิภพ อุดร (2547) ได้ให้ความหมายของ การบริการ หมายถึง กระบวนการ นำเสนออัตตะประโยชน์ หรือคุณค่าที่ผู้บริโภคต้องการโดยผ่านกิจกรรม หรือการดำเนินการที่ผู้ให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ ทั้งนี้ในการให้บริการนั้นอาจมีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ หรืออาจจะเป็นการกระทำล้วนๆ โดยที่ไม่มีการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือใดๆก็ได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การบริการหมายรวมถึงแต่การกระทำที่อำนวยความสะดวกในลักษณะที่เป็นนามธรรมล้วนๆ โดยไม่มีวัสดุของหรือสินค้าเป็นส่วนประกอบสำคัญของการกระทำนั้นๆ จนถึงการกระทำที่เป็นส่วนเสริมหรือเพิ่มเติมให้กับสินค้าตลอดจนการกระทำที่ส่งผลให้ได้รับสิ่งของที่เป็นรูปธรรม

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 18) กล่าวถึง การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

สมชาย กิจบรรจง (2544) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การทำให้คนอื่นพอใจ การบริการคือ การทำให้คนชื่นชอบ

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง การกระทำ พฤติกรรมหรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องแต่โดยเนื้อแท้สิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำพฤติกรรม หรือการปฏิบัติการ ซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

Gronroos (1990) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพของการมีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นขณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการ ซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือความต้องการของลูกค้า

ดังนั้น สรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งฝ่ายหนึ่ง นำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้ โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้องแต่โดยเนื้อแท้สิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำพฤติกรรม หรือการปฏิบัติการซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้ซึ่งหมายถึงการบริการ ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความองค์ประกอบการให้บริการโดยมีพื้นฐานมาจากแนวคิดของ Kotler (2012) ได้ทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์บริการ 2) ราคาค่าบริการ 3) สถานที่บริการ 4) การส่งเสริมการตลาด 5) ผู้ให้บริการ 6) สภาพแวดล้อมของการบริการ และ 7)กระบวนการบริการ

ชูวงศ์ ฉายะบุตร (2543) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของกระบวนการขั้นตอนการให้บริการที่ดีมีดังต่อไปนี้

1. สะดวก และรวดเร็ว การติดต่อของประชาชนจะต้องสะดวกไม่สลับซับซ้อน ทั้งในด้านการจัดสำนักงาน และแบบฟอร์มต่างๆ ที่จะต้องกรอก เมื่อมีปัญหา

ประชาชนสามารถพบปะหรือสอบถามได้เสมอ และเมื่อรับเรื่องราวของประชาชนแล้ว จะต้องรีบดำเนินการโดยเร็ว ถ้าเรื่องใดไม่สามารถดำเนินการให้ได้ในขณะนั้น ต้องชี้แจงให้เข้าถึงสาเหตุ เช่น ติดขัดด้วยเงื่อนไขของระเบียบกฎหมาย ที่จะต้องทำการปิดประกาศเป็นต้น

2. สมบูรณ์และถูกต้อง การทำงานใดๆอย่างเร่งด่วน รวดเร็วดังที่กล่าวไว้ในข้อ 1 มักจะก่อให้เกิดความผิดพลาดได้ง่าย ในกรณีเช่นนี้จะแก้ไขได้ด้วยการศึกษาระเบียบแบบแผน ตลอดจนข้อกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ ให้ชัดเจน เมื่อมีเรื่องราวมาถึงสามารถตัดสินใจดำเนินการได้ทันทีไม่ต้องลังเล การเปิดดูระเบียบกฎหมายซึ่งจะทำให้เกิดความล่าช้า อันเป็นการคุ้มครองผลประโยชน์ของประชาชนไปในตัวด้วย

3. ทัวถึง การบริการจะต้องให้ทั่วถึงแก่ผู้มาติดต่อทุกระดับ ไม่เลือกปฏิบัติ ให้บริการเฉพาะบุคคลที่มีฐานะทางสังคม และเศรษฐกิจดีเท่านั้น แต่จะต้องให้ความสำคัญอย่างทั่วถึง โดยปราศจากความลำเอียง

4. เป็นธรรม ต้องให้บริการอย่างเป็นธรรม เช่น ให้บริการตามลำดับมาถึงก่อนหลัง (ตามคิว) ไม่มีการใช้อภิสิทธิ์ลำดับชั้นตอนหรือลำดับคิวให้แก่บุคคลบางคน ละเลยบุคคลบางคนหรือบางกลุ่ม

5. ความเสมอภาคในการบริการ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ และอคติ ไม่มีความชอบพอสใจเป็นพิเศษ ไม่เลือกที่รักมักที่ชังทุกคนได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน ภายใต้กฎหมาย ข้อบังคับและระเบียบต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ของการให้บริการ

จากแนวคิดของ ชวงส์ ฉายะบุตร(2543) กล่าวได้ว่า คุณลักษณะของกระบวนการขั้นตอนการให้บริการที่ดีมีสะดวก และรวดเร็ว ความสมบูรณ์และถูกต้อง ไม่เลือกปฏิบัติให้บริการ ให้บริการอย่างเป็นธรรมและมีความเสมอภาคในการบริการ

สมิต สีชมพูกร (2548) กล่าวว่า จิตสำนึกในการบริการ หรือการบริการด้วยหัวใจ (Service Mind) นั้นถือเป็นความสามารถ (Competency) อย่างหนึ่ง ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นความสามารถหลัก (Core Competency) ที่องค์กรคาดหวังให้พนักงานทุกคน ทุกระดับตำแหน่งงาน มีความสามารถด้านนี้เหมือนกันทั้งหมด และถือเป็นคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ทำงานทางด้านการบริการ ซึ่งจะต้องเต็มไปด้วยความรับผิดชอบและความเสียสละทุ่มเทในการทำงานด้านการบริการ ทั้งนี้คำว่า Service Mind มีความหมายดังต่อไปนี้

S =	Smile	ต้องมีรอยยิ้ม
E =	Enthusiasm	ความกระตือรือร้น ความใจใส่ลูกค้า
R =	Responsiveness	มีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า

V =	Value	ให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณค่า
I =	Impression	ให้บริการอย่างประทับใจ
C =	Courtesy	บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน
E =	Endurance	ความอดทนการเก็บอารมณ์
M =	Make Believe	มีความเชื่อ
I =	Insist	การขอมริบ
N =	Necessitate	การให้ความสำคัญ
D =	Devote	การอุทิศตน

การปลูกฝังจิตสำนึกในการบริการนั้น จำเป็นต้องใช้เวลาซึ่งไม่อาจเร่งรัดได้ในทันที ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน บางคนได้รับจากการปลูกฝังเลี้ยงดูมาจากครอบครัว สอนให้มีการบริการมาตั้งแต่เด็ก การปลูกฝังจิตสำนึกในการบริการเมื่อทำบ่อยๆ ขึ้นจะกลายเป็นอุปนิสัย หรือ ความประพฤติที่เคยชิน อุปนิสัยที่จะปรากฏให้เห็นและรู้สึกได้มีแต่เด็ก การปลูกฝังจิตสำนึกในการบริการเมื่อทำบ่อยๆ ขึ้นจะกลายเป็น อุปนิสัย หรือ ความประพฤติที่เคยชิน อุปนิสัยที่จะปรากฏให้เห็นและรู้สึกได้มี 3 ด้านด้วยกัน คือ

1. อุปนิสัยทางกาย หมายถึง กิริยาที่สื่อความหมายแก่บุคคลทั่วไป เช่น ความคล่องแคล่ว ความกระตือรือร้น การแสดงออกทางมารยาทที่เหมาะสมแก่กาละ เทศะ มารยาทในการต้อนรับลูกค้า

2. อุปนิสัยทางวาจา หมายถึง การแสดงออกทางคำพูด เช่น การพูดแบบก้าวร้าว การพูดประจบสอพลอ การพูดขยอ การพูดที่สุภาพ

3. อุปนิสัยทางใจ หมายถึง การแสดงออกถึงอุปนิสัยทางกาย และวาจา ซึ่งแสดงถึงจิตใจของบุคคล ว่าเป็นบุคคลใจร้อนหรือใจเย็น การควบคุมอารมณ์ในการสื่อสารกับลูกค้า เป็นต้น

ดังนั้น สรุปได้ว่า การปลูกฝังจิตสำนึกในการบริการ หรือการบริการด้วยหัวใจด้วย Service Mind จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการปลูกฝัง เพื่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมที่เคยชิน และปรากฏมาทางกิริยา ท่าทาง คำพูด และแสดงถึงจิตใจของผู้ให้บริการที่พร้อมให้บริการ

การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ด้วยหลักการ 10S (กิจจา ทองน่ม, 2554)

1. S-Smooth หมายถึง อารมณ์ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดี ควรมีอารมณ์ที่มั่นคง สม่่าเสมอ แม้ขณะที่ผู้รับบริการจะแสดงอารมณ์เสียใส่ ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจ ไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป

2. S-Simple หมายถึง การบริการด้วยรอยยิ้ม ผู้บริการที่มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บูดบึ้งเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มารับบริการ

3. S-Speak หมายถึง การพูดจาดี น้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจากการบริการจะต้องเจอกับบุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลาย บางครั้งผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์ พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะ พูดจาไม่น่าฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง

4. S-Small หมายถึง ผู้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตนเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งการงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่าผู้มารับบริการ แต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ

5. S-Smart หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีสง่างาม จะสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น

6. S-Special หมายถึง ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยมองว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ จะต้องปฏิบัติให้ผู้รับบริการรู้สึกเหมือนว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ

7. S-Spirit หมายถึง ผู้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ยอมเป็นผู้รับฟังที่ดี

8. S-Speed หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการบริการและผู้ให้บริการ สามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญผู้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ

9. S-Super หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า มากกว่าในที่นี้ หมายถึง การให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิดไว้

10. S-Save หมายถึง การประหยัด ประหยัดในที่นี้ หมายถึง การประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงาน เนื่องจากการให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้ออกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการให้บริการด้วยความแม่นยำถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วยประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงาน และประหยัดเวลา ดังนั้น เพื่อคุณภาพและคุณค่าในงานบริการ ทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือกันเพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้รับผลประโยชน์ทั้งสองฝ่าย ผู้ให้บริการพอใจองค์กรก็อยู่รอด

ดังนั้น สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพในการให้บริการนั้นเกิดจาก การพูดจาดี ใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส อารมณ์ที่มั่นคง สม่่าเสมอ บุคลิกภาพที่ดีสง่างามของผู้ให้บริการ ซึ่งต้อง

ปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ให้ความสำคัญและรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ให้บริการด้วยความรวดเร็วและประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2552) กล่าวว่า การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะมีจุดมุ่งหมายในการรับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น องค์ประกอบในความสำเร็จในการบริการมี 6 ประการ ดังนี้

1. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน ตลอดจนสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการเพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

2. ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายในเวลาและรูปแบบที่ต้องการ

3. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้า รวมทั้งความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและพอใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการให้บริการมีลักษณะและวิธีที่แตกต่างกัน ดังนั้นคุณค่าของการให้บริการจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

4. ความสนใจต่อการให้บริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือเท่าเทียมกัน นับเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะลูกค้าทุกคนต่างก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น

5. ความสุภาพในการให้บริการ (Courtesy) การต้อนรับและให้บริการลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและท่าทางที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงความมีอัธยาศัยและบรรยากาศของการให้บริการที่เป็นมิตรอบอุ่นและเป็นกันเอง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

6. ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการให้บริการขึ้นอยู่กับความเป็นระเบียบที่มีขั้นตอนในการให้บริการที่ชัดเจน เนื่องจากการให้บริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างบุคคลกับบุคคล ซึ่งการกำหนดปรัชญาหรือแผน และการพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการ เพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการให้บริการ

ดังนั้น สรุปได้ว่า การบริการที่ดีต้องมีเป้าหมายที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักจำเป็นต้องเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการพยายามทำให้ลูกค้าชอบและพอใจกับบริการที่ได้รับ ซึ่งความสำเร็จของการให้บริการขึ้นอยู่กับ การกำหนดปรัชญาหรือแผน และการพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการ เพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพ สม่่าเสมอ ซึ่งการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร นั้นจะประกอบไปด้วย

1. บริการด้านสินเชื่อ ทั้งในด้านสินเชื่อภาคการเกษตรและสินเชื่อภาค การเกษตร
2. บริการด้านเงินฝาก ได้แก่ เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ เงิน ฝากออมทรัพย์พิเศษ เงินฝากออมทรัพย์แบบมีรางวัล และเงินฝากประจำ
3. บริการด้านการเงินการธนาคาร เช่น การโอนเงิน การออกเช็ค การออก หนังสือค้ำประกัน ค่าธรรมเนียมเงินฝาก/สินเชื่อ ประเมินอสังหาริมทรัพย์ วิเคราะห์เงินกู้ บริการรับ ชำระสินค้า/รับเงินแทนสถาบันการเงินอื่น เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

กัลยา แจ่มแจ่ม (2549) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ความพึงพอใจ ของลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลว่า ด้านอาคารสถานที่ และด้านการให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านพนักงาน ลูกค้ามี ความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ สาขาท่ายาง จังหวัด เพชรบุรี โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากเช่นกัน

วัชร มานูพิรพันธ์ (2552) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาด บริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ความพึงพอใจต่อ ปัจจัยการตลาดบริการของผู้ใช้ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย ความพึงพอใจต่อปัจจัย การตลาดบริการของผู้ใช้ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดบริการ ของผู้ใช้ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจต่อ

ปัจจัยการตลาดบริการของผู้ใช้ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เกรียงไกร ธนากรไพศาล (2555) ได้ศึกษาการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ลูกค้าให้ความพึงพอใจในด้านของช่องทางผ่านตัวแทนมากกว่าช่องทางผ่านธนาคารพาณิชย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะตัวแทนมีความรู้ความเข้าใจในในกรมธรรม์ประกันชีวิต และสามารถอธิบายถึงลักษณะกรมธรรม์รูปแบบต่างๆของกรมธรรม์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ตลอดจนสามารถอธิบายเงื่อนไขและข้อแตกต่างของกรมธรรม์แต่ละแบบให้ลูกค้าได้เข้าใจมากกว่า ด้านการให้ข้อมูลด้านราคา ลูกค้าให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการติดต่อกับบริษัทกระบวนการลูกค้าให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจในช่องทางผ่านตัวแทนน้อยกว่าผ่านธนาคารพาณิชย์เกี่ยวกับความรวดเร็วในการซื้อกรมธรรม์ ความสะดวกในปีต่ออายุ และเวลาในการให้บริการสอบถาม ด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้าให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจในช่องทางผ่านตัวแทนน้อยกว่าผ่านธนาคารพาณิชย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่องทางผ่านธนาคารพาณิชย์นั้น มีการให้ข้อมูลการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด การส่งข่าวสารถึงลูกค้า ตลอดจนการแจ้งโปรโมชันและของสมนาคุณต่างๆ เช่น การทำแผ่นพับ การโฆษณาทั้งในส่วน of ธนาคารพาณิชย์แต่ละสาขา หรือการโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เข้าถึงลูกค้าได้มากกว่าช่องทางของตัวแทน ด้านบุคลากร ลูกค้าให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยที่ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ความพึงพอใจช่องทางผ่านตัวแทนน้อยกว่าผ่านธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากลูกค้ามีความประทับใจและมีความพึงพอใจกับการแต่งกายของพนักงานที่เรียบร้อย รวมถึงมารยาทที่ดีในการให้บริการกับลูกค้า รวมถึงความน่าเชื่อถือของธนาคารพาณิชย์ที่มีมากกว่าทางด้านของตัวแทนหรือการที่ลูกค้านั้นได้เป็นลูกค้าของธนาคารพาณิชย์นั้นอยู่ก่อนแล้วซึ่งเป็นปัจจัยที่ลูกค้าใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจซื้อประกันด้วย

ดุสิต เกษมมงคล (2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใหญ่วัยทำงานต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาสาขาในเขตบริการและการขาย 6 กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ได้แก่ ด้านบริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ และด้านสภาพแวดล้อมของธนาคาร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ณัฐธิดา จาคูวัฒน์ และ รัชชชัย ลีลาอนันตวงษ์ (2556) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการผ่านระบบ e-banking ของธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากทั้งในภาพรวม และเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการของการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ตัวแปร เพศ รายได้ และความถี่ในการใช้บริการ ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการระบบ e-banking ธนาคารไทยพาณิชย์ ส่วนความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการมากย่อมเป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ และลดระยะเวลาการเดินทางมาติดต่อธนาคารที่จะต้องใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างมากและมีความคาดหวังต่อการให้บริการทางเครื่องอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบ e-banking มากกว่ากลุ่มที่มีความถี่ในการใช้บริการน้อยกว่า

ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์ (2557) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการจะต้องมีการประเมินทางเลือกธนาคารที่เหมาะสมกับตัวเองที่สุด โดยจะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ราคาค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ยที่เหมาะสม ความรวดเร็วในการให้บริการและมีความสะดวกในการเดินทางไปยังธนาคาร ทั้งนี้ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยผู้ที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจมากน้อยแตกต่างกันตามประสบการณ์ในการเคยใช้บริการ นอกจากนี้คนที่มีการศึกษาสูงจะมีการพิจารณาหรือหาข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ ส่วนคนที่มีอาชีพต่างกันมีแนวความคิดค่านิยมต่อการบริการต่างกันไปตามอาชีพที่ประกอบอยู่ ส่วนคนที่มีรายได้สูงมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกับผู้มีรายได้ต่ำ

รุ่งโรจน์ สงสระบุญ (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี มากที่สุด คือ บุคลากร ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้ให้บริการจะตัดสินใจให้บริการจะต้องมีการศึกษาค้นหาข้อมูล ประเมินทางเลือก เพื่อที่จะได้ตัดสินใจเลือกให้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี ซึ่งการประเมินทางเลือก ผู้ให้บริการก็จะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ของธนาคาร การกำหนดราคาค่าธรรมเนียมของธนาคารที่เหมาะสม ความสะดวกในการใช้บริการ ความโดดเด่นในการออกแบบรูปแบบการให้บริการ และส่งเสริมการตลาด เช่น การได้ลดค่าธรรมเนียม

ศรายุทธ และคณะ (2552) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 382 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการของธนาคารเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นด้านการต้อนรับแบบไทย ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จากการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าแยกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาการเข้าเป็นลูกค้าธนาคาร ความถี่ในการใช้บริการ จำนวนเงินฝากกับธนาคาร จำนวนเงินกู้กับธนาคาร และประเภทบริการที่ใช้กับธนาคารของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล (2535) ได้ศึกษาวิวัฒนาการและบทบาทของเครื่องแบบข้าราชการในการบริหารราชการไทย ซึ่งผลการศึกษายบทบาทและหน้าที่ของเครื่องแบบตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงปัจจุบัน โดยพบว่าเครื่องแบบข้าราชการสามารถสร้างขวัญและกำลังใจให้กับข้าราชการเนื่องจากเป็นรางวัลที่พระมหากษัตริย์พระราชทานซึ่งจะช่วยเชื่อมโยงผู้สวมใส่เข้ากับสังคม ทำให้ผู้พบเห็นรู้สึกถึงความเป็นกลุ่มเดียวกัน นอกจากนี้ยังพบว่าเครื่องแบบจำลองสามารถช่วยลดความรู้สึกถึงความแตกต่างทางชนชั้นในสังคมระหว่างผู้สวมใส่ซึ่งเป็นสมาชิกขององค์กร และลูกค้าขององค์กร

บุญบัง กุญแจนาค (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปย้งต่ำที่สุดได้ดังนี้ ด้านพนักงาน ด้านบริการทั่วไป ด้านอาคารสถานที่ และด้านการประชาสัมพันธ์

อารยา จริงจิตร (2550) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการเงินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาทุ่งยาว เขตอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง จากกลุ่มตัวอย่าง 367 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดไปย้งต่ำสุดได้ดังนี้ ด้านมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านสถานที่ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด

วรรณพงษ์ เสมียนคิด (2558) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อของหน่วยงานพัฒนาธุรกิจ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการในภาพรวมในระดับปานกลาง โดย อายุ อาชีพ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ และระยะเวลาผ่อนชำระสินเชื่อที่ต่างกัน จะมี

ความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วน เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ รายได้ของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

พรสุดา หางนาค (2556) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ ใน จังหวัดอุบลราชธานี โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 385 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่ธนาคารควรปรับปรุง คือ การให้บริการโดยควรปรับเอกสารคำแนะนำให้ชัดเจน และเข้าใจง่ายขึ้น

ศรินทร จันทิ (2556) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร จากกลุ่มตัวอย่าง 378 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า ธนาคารควรปรับปรุงในด้านการให้บริการสินเชื่อ ด้านสถานที่และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

วิระยุทธ พันธุ์สวัสดิ์ (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังน้อย ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในภาพรวมในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดดังนี้ ด้านชื่อเสียงและความมั่นคง ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ

ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และศาสนา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี ซึ่งเพศ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนอายุและศาสนามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในเรื่องด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สำหรับสถานภาพและอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ และระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การกำหนดข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการทบทวนผลการศึกษาที่

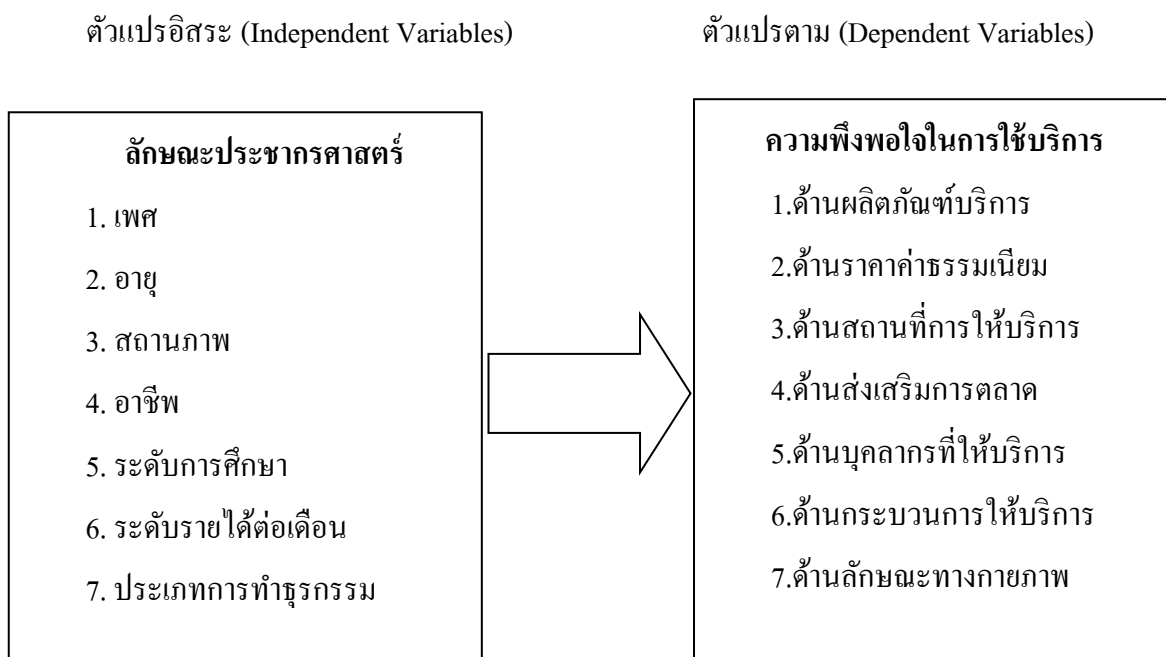
เกี่ยวข้องกับทั้งหมด 7 ผลงาน พบว่ากรอบของการศึกษามีความใกล้เคียงกันและขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นสำคัญ และการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้สรุปความสอดคล้องระหว่างแนวคิดทฤษฎีความพึงพอใจและการบริการ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัย ซึ่งมีแนวโน้มจะมีผลต่อประเด็นที่ทำการศึกษา โดยในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ทำการจัดกลุ่มส่วนประสมทางการตลาดบริการเพื่อวัดระดับความพึงพอใจ โดยมีพื้นฐานมาจากแนวคิดของ Philip Kotler (2012) เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมและสามารถบ่งชี้ถึงการวัดระดับความพึงพอใจในการให้บริการ ได้ชัดเจนที่สุด ส่งผลให้เราสามารถแบ่งความพึงพอใจในการให้บริการ ได้ทั้งหมด 7 ด้าน เกิดเป็นกรอบแนวความคิดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ตัวแปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัย	Philip Kotler (2012)	กัลยา แจ่มแจ้ง (2549)	วัชร มานูพิรพัทธ์ (2552)	เกียรียงไกร ฆนากรไพศาล (2555)	ดุสิต เกษมมงคล (2556)	ณัฐธิดา จาตุวัฒน์ และ รัชชัชย ติลาอนันตวงษ์ (2556)	ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์ (2558)	รุ่งโรจน์ คงสระบุญ (2560)	ผู้ศึกษา
เพศ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อายุ			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สถานภาพ			✓		✓		✓	✓	✓
อาชีพ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับรายได้ต่อเดือน			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ประเภทการทำ ธุรกรรม			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ปัจจัยความพึงพอใจ									
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านราคา	✓		✓	✓		✓		✓	✓
ค่าธรรมเนียม									
ด้านสถานที่การ ให้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✓	✓		✓		✓	✓
ด้านบุคลากรที่ ให้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	✓	✓	✓					✓	✓
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	✓		✓		✓			✓	✓

2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา มีกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1: กรอบแนวความคิดการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดดังนี้

- 3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
- 3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากลูกค้าที่เคยใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลาจำนวน 22 สาขา

3.1.2 ข้อมูลทุติภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ได้แก่หนังสือ บทความวิชาการ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากห้องสมุดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และข้อมูลในระบบออนไลน์ต่างๆ

3.2 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าผู้ที่เคยมาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา โดยกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของ W.G. Cochran เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม 0.50

Z = ค่ามาตรฐาน (Standard Score) จากตารางแจกแจงปกติ
ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 จะได้ค่า 1.96

E = ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = 0.05

เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการจะได้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$= 384.16 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้นผู้ศึกษา จึงกำหนดให้มีกลุ่มขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน

กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน แต่เพื่อแก้ปัญหาการสูญหายของแบบสอบถามในระหว่างการเก็บข้อมูลหรือความคลาดเคลื่อนในการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดการเก็บแบบสอบถามจากทั้ง 22 สาขา สาขาละ 18 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง การศึกษานี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

3.3 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.3.1 ศึกษาข้อมูลจากตำราและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความพึงพอใจ และการให้บริการ

3.3.2 สร้างกรอบแนวคิด พร้อมกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยประยุกต์แบบสอบถามจากงานวิจัยที่ศึกษาจาก วัชร มานุกพิรพันธ์ (2552) และ รุ่งโรจน์ คงสระบุญ (2560)

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นปรึกษาอาจารย์ที่ศึกษานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้อง และเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อปรับปรุงให้ชัดเจนครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานศึกษา

3.3.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (α - Coefficient) โดยใช้สูตรครอนบาค (Cronbach) ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถามโดยจะมีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่ง ในหากการทดสอบใช้แบบสอบถามในครั้งนี้มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามชุดนี้ใช้ได้ (คุณชลิ รื่นรัมย์, 2551) ซึ่งผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นในการศึกษาค้างนี้มีค่า 0.89 – 0.92

3.3.5 นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน ประเภทการทำธุรกรรม มีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ

5	หมายถึง	ระดับความสำคัญ มากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความสำคัญ มาก
3	หมายถึง	ระดับความสำคัญ ปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความสำคัญ น้อย
1	หมายถึง	ระดับความสำคัญ น้อยที่สุด

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ดำเนินการศึกษาโดยการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผู้ศึกษาจะแจกแบบสอบถามพร้อมทั้งทำความเข้าใจ อธิบายเกี่ยวกับแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทราบและชี้แจงกับกลุ่มตัวอย่างถึงจุดประสงค์ในการทำศึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาทั้งหมด นำมาตรวจดูความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถาม โดยเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์เท่านั้น จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีทางสถิติ

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา สำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้คือ

1.1 ตัวแปรด้านคุณสมบัติของตัวอย่าง ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน ประเภทธุรกรรมที่ใช้บริการ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้และผู้ที่ศึกษาต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้นสถิติที่เหมาะสม คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ตัวแปรด้านระดับความคิดเห็น ได้แก่ ความพึงพอใจในการใช้บริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวัดอันดับจากผู้ที่ศึกษาได้กำหนดค่าคะแนนในแต่ละระดับและผู้ที่ศึกษาต้องการทราบจำนวนตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยคะแนน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean)

2. การหาความสัมพันธ์ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ตามตัวแปร อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ANOVA (One Way Analysis of Variance, F-test) กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multi Comparison) โดยเปรียบเทียบความ Least แตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตาม (Fisher's Significant Difference; LSD) ที่มีเงื่อนไขว่าค่าแปรปรวนของข้อมูลทุกชุดต้องเท่ากัน

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การอภิปรายผลการศึกษาลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับวัดข้อมูลอันตราภาคชั้น (Interval Scale) ผู้ศึกษาใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ดังนี้ (กัลยา วณิชย์ บัญชา, 2545)

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Rang (R)} - 1}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญสามารถกำหนดได้ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง	มีระดับความสำคัญมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง	มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ศึกษารวบรวมข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 385 ชุด ซึ่งมีลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

ผู้ให้บริการธนาคารจำนวน 385 คน ประกอบด้วยเพศหญิงจำนวน 232 คน หรือร้อยละ 60.30 และเพศชายจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 39.70

อายุ พบว่า ผู้ให้บริการธนาคารส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.10 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี มีจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 อายุ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.10 และลำดับสุดท้าย คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30

สถานภาพ พบว่า ผู้ให้บริการธนาคารส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมาคือสถานภาพโสด มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60 และลำดับสุดท้าย คือ มีสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60

อาชีพ พบว่า ผู้ให้บริการธนาคารส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรมีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 รองลงมาคืออาชีพพนักงาน/ราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.30 และ ลำดับสุดท้าย คือ อื่นๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ให้บริการธนาคารส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.20 และลำดับสุดท้าย คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ให้บริการธนาคารส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 บาท – 20,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 มีรายได้ 20,001 บาท – 30,000 บาท

จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และ ลำดับสุดท้าย คือ มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.60

ธุรกรรมที่มาใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการธนาคารส่วนใหญ่ถูกค้ำมาใช้บริการด้านสินเชื่อ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 รองลงมาใช้บริการด้านเงินฝาก/ออมทรัพย์พิเศษ/สลาก ธ.ก.ส. จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ใช้บริการด้านการเงินการธนาคาร ได้แก่ โอนจ่ายค่าสินค้า ออกเช็ค ออกหนังสือค้ำประกัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.90 และ ลำดับสุดท้าย คือ ใช้บริการอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน 385 (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	232	60.30
ชาย	153	39.70
อายุ		
อายุ 31-40 ปี	135	35.10
อายุ 41-50 ปี	102	26.50
51 ปี ขึ้นไป	89	23.10
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	59	15.30
สถานภาพ		
สมรส	238	61.80
โสด	114	29.60
หย่าร้าง/หม้าย	33	8.60
อาชีพ		
เกษตรกร	162	42.10
พนักงาน/ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	67	17.40
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	55	14.30
พนักงานบริษัทเอกชน	38	9.90
รับจ้างทั่วไป	38	9.90
อื่นๆ	25	6.50

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน 385 (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	213	55.30
ปริญญาตรี	151	39.20
สูงกว่าปริญญาตรี	21	5.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	118	30.60
10,001 บาท – 20,000 บาท	126	32.70
20,001 บาท – 30,000 บาท	104	27.00
30,001 บาทขึ้นไป	37	9.60
ธุรกรรมที่มาใช้บริการ		
ด้านสินเชื่อ	172	44.70
ด้านเงินฝาก/ออมทรัพย์พิเศษ/สลาก ธ.ก.ส	159	41.30
ด้านการเงินการธนาคาร ได้แก่ โอน จ่ายค่าสินค้า ออกเช็ค ออกหนังสือค้ำประกัน	42	10.90
อื่นๆ	12	3.10

4.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

4.2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในภาพรวม

ผู้ให้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา มีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.55) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.61) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.59) ด้านลักษณะกายภาพภายนอก ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.72) ด้านกระบวนการให้บริการ ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.63) ด้านราคาค่าธรรมเนียม ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.64) ด้านสถานที่การให้บริการ ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.75) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.73) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
จังหวัดสงขลาในภาพรวม

(n=385)

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ด้านบุคลากร	4.45	0.61	มากที่สุด
2. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	4.30	0.59	มากที่สุด
3. ด้านลักษณะกายภาพภายนอก	4.21	0.72	มากที่สุด
4. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.16	0.63	มาก
5. ด้านราคาค่าธรรมเนียม	4.09	0.64	มาก
6. ด้านสถานที่การให้บริการ	3.99	0.75	มาก
7. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.96	0.73	มาก
รวม	4.17	0.55	มาก

4.2.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านบุคลากร

ผู้ให้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรโดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.61) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแต่งกายของพนักงาน ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ น้ำเสียงและสีหน้าการให้บริการของพนักงาน ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.68) มารยาทของพนักงานธนาคาร ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.75) การช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงาน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การให้คำแนะนำการบริการของพนักงาน ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.72) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
ในด้านบุคลากร

(n=385)

ด้านบุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. การแต่งกายของพนักงาน	4.53	0.62	มากที่สุด
2. น้ำเสียงและสีหน้าการให้บริการของพนักงาน	4.45	0.68	มากที่สุด
3. มารยาทของพนักงานธนาคาร	4.44	0.75	มากที่สุด
4. การช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงาน	4.41	0.72	มากที่สุด

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

(n=385)			
ด้านบุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับ
5. การให้คำแนะนำการบริการของพนักงาน	4.40	0.72	มากที่สุด
รวม	4.45	0.61	มากที่สุด

4.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการ

ผู้ให้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการ โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.59) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการธุรกรรมมีความถูกต้องและครบถ้วน ($\bar{x} = 4.44$, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ พนักงานให้คำแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์ของธนาคารชัดเจนและเข้าใจ ($\bar{x} = 4.38$, S.D. = 0.68) การให้บริการมีความเท่าเทียมกัน ($\bar{x} = 4.33$, S.D. = 0.68) การให้บริการมีความรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.77) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ระบบสารสนเทศของธนาคารมีความเสถียรพร้อมให้บริการ ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.74) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
ในด้านผลิตภัณฑ์บริการ

(n=385)			
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. การให้บริการธุรกรรมมีความถูกต้องและครบถ้วน	4.44	0.62	มากที่สุด
2. พนักงานให้คำแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ชัดเจนและเข้าใจ	4.38	0.68	มากที่สุด
3. การให้บริการมีความเท่าเทียมกัน	4.33	0.68	มากที่สุด
4. การให้บริการมีความรวดเร็ว	4.18	0.77	มาก
5. ระบบสารสนเทศของธนาคารมีความเสถียรพร้อมให้บริการ	4.17	0.74	มาก
รวม	4.30	0.59	มากที่สุด

4.2.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก

ผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัด โดยภาพรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.72) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดของธนาคาร ($\bar{x} = 4.32$, S.D. = 0.78) รองลงมา คือ การจัดวางของให้มีระเบียบภายในธนาคาร ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.80) การให้บริการน้ำดื่ม/หนังสือพิมพ์ ($\bar{x} = 4.21$, S.D. = 0.86) รูปแบบการความสวยงามของธนาคาร ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.81) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ อุปกรณ์และตู้บริการอัตโนมัติมีความทันสมัย ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.87) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านลักษณะกายภาพภายนอก

	(n=385)		
ด้านลักษณะกายภาพภายนอก	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ความสะอาดของธนาคาร	4.32	0.78	มากที่สุด
2. การจัดวางของให้มีระเบียบภายในธนาคาร	4.22	0.80	มากที่สุด
3. การให้บริการน้ำดื่ม/หนังสือพิมพ์	4.21	0.86	มากที่สุด
4. รูปแบบการความสวยงามของธนาคาร	4.17	0.81	มาก
5. อุปกรณ์และตู้บริการอัตโนมัติมีความทันสมัย	4.11	0.87	มาก
รวม	4.21	0.72	มากที่สุด

4.2.5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ใช้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.63) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ ความชัดเจนเข้าใจง่ายของขั้นตอนการให้บริการ ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.71) การเปิดรับฟังความคิดเห็นต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.76) ความรวดเร็วในการประสานงาน ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.78) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความซับซ้อนในการเตรียมเอกสารเพื่อขอรับบริการ ($\bar{x} = 3.90$, S.D. = 0.94) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
ในด้านกระบวนการให้บริการ

(n=385)			
ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ	4.28	0.73	มากที่สุด
2. ความชัดเจนเข้าใจง่ายของขั้นตอนการให้บริการ	4.25	0.71	มากที่สุด
3. การเปิดรับฟังความคิดเห็นต่อการให้บริการ	4.22	0.76	มากที่สุด
4. ความรวดเร็วในการประสานงาน	4.16	0.78	มาก
5. ความซับซ้อนในการเตรียมเอกสารเพื่อขอรับบริการ	3.90	0.94	มาก
รวม	4.16	0.63	มาก

4.2.6 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านราคาค่าธรรมเนียม

ผู้ให้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในด้านราคาค่าธรรมเนียม โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.64) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานแจ้งหรือแสดงราคาค่าธรรมเนียมก่อนรับบริการชัดเจน ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.73) รองลงมา คือ อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา (นอกเขต) เหมาะสม ($\bar{x} = 4.11$, S.D. = 0.71) อัตราค่าธรรมเนียมสินเชื่อเหมาะสม ($\bar{x} = 4.10$, S.D. = 0.76) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ อัตราผลตอบแทนดอกเบี้ยเงินฝากและสลากมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.80) และอัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินต่างธนาคารเหมาะสม ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.75) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
ในด้านราคาค่าธรรมเนียม

(n=385)			
ด้านราคาค่าธรรมเนียม	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. พนักงานแจ้งหรือแสดงราคาค่าธรรมเนียมก่อนรับบริการ ชัดเจน	4.18	0.73	มาก
2. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา (นอกเขต) เหมาะสม	4.11	0.71	มาก

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

(n=385)			
ด้านราคาค่าธรรมเนียม	\bar{x}	S.D.	ระดับ
3. อัตราค่าธรรมเนียมเงินเชื่อเหมาะสม	4.10	0.76	มาก
4. อัตราผลตอบแทนดอกเบี้ยเงินฝากและสลากมีความเหมาะสม	4.03	0.80	มาก
5. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินต่างธนาคารเหมาะสม	4.03	0.75	มาก
รวม	4.09	0.64	มาก

4.2.7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ

ผู้ให้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.75) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.77) รองลงมา คือ สถานที่มีความกว้างขวางเพียงพอในการเข้ารับบริการ ($\bar{x} = 4.09$, S.D. = 0.83) มีช่องทางที่หลากหลายในการทำธุรกรรม ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.84) ตู้ ATMเบิกถอนเงินอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 1.01) และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ตู้ปรับสมุดอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 1.04) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
ในด้านสถานที่การให้บริการ

(n=385)			
ด้านสถานที่การให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม	4.19	0.77	มาก
2. สถานที่มีความกว้างขวางเพียงพอในการเข้ารับบริการ	4.09	0.83	มาก
3. มีช่องทางที่หลากหลายในการทำธุรกรรม	4.03	0.84	มาก
4. ตู้ ATMเบิกถอนเงินอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการ	3.86	1.01	มาก
5. ตู้ปรับสมุดอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการ	3.77	1.04	มาก
รวม	3.99	0.75	มาก

4.2.8 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านการส่งเสริมการขาย

ผู้ให้บริการธนาคารมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขาย โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.73) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดแคมเปญผลตอบแทนและรางวัลสำหรับ สลาก ธ.ก.ส. ($\bar{x} = 4.12$, S.D. = 0.78) รองลงมา คือ การแจกของสมนาคุณในช่วงเทศกาล ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = 0.92) การจัดแคมเปญบริการเงินฝากดอกเบี้ยพิเศษ ($\bar{x} = 3.96$, S.D. = 0.83) การจัดแคมเปญบริการสินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษ ($\bar{x} = 3.89$, S.D. = 0.86) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การจัดแคมเปญฟรีค่าธรรมเนียมบริการ ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.91) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารในด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. การจัดแคมเปญผลตอบแทนและรางวัลสำหรับ สลาก ธ.ก.ส.	4.12	0.78	มาก
2. การแจกของสมนาคุณในช่วงเทศกาล	3.98	0.92	มาก
3. การจัดแคมเปญบริการเงินฝากดอกเบี้ยพิเศษ	3.96	0.83	มาก
4. การจัดแคมเปญบริการสินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษ	3.89	0.86	มาก
5. การจัดแคมเปญฟรีค่าธรรมเนียมบริการ	3.87	0.91	มาก
รวม	3.96	0.73	มาก

4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

4.3.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามเพศ

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามเพศ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ t-test พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลาแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้
บริการธนาคารจำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	Sig.
ชาย	153	4.17	0.54	0.41	0.52
หญิง	232	4.16	0.56		
รวม	385	4.17	0.55		

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจรายด้านของ
ผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามเพศ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา เมื่อพิจารณารายด้านของกลุ่มตัวอย่าง
ที่มีเพศต่างกัน โดยใช้วิธีทางสถิติ t-test พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการ
ขาย มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันจะมีความพึงพอใจ ด้านกระบวนการ
ให้บริการ และด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตาราง
ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารรายด้านจำแนกตามเพศ

เพศ	n	\bar{x}	S.D.	t	Sig.
1. ด้านกระบวนการให้บริการ					
ชาย	153	4.19	0.56	4.17	0.04*
หญิง	232	4.15	0.67		
รวม	385	4.16	0.63		
2. ด้านการส่งเสริมการขาย					
ชาย	153	3.98	0.68	4.17	0.04*
หญิง	232	3.95	0.76		
รวม	385	3.96	0.73		

* $p < .05$

4.3.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ

อายุ	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3.76	3	1.25	4.29	0.01*
ภายในกลุ่ม	111.25	381	0.29		
รวม	115.01	384			

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ

ผลการศึกษพบว่าผู้ใช้บริการที่อายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจในการให้บริการแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	อายุ 31-40 ปี	อายุ 41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		4.30	4.08	4.09	4.29
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.30				
อายุ 31-40 ปี	4.08				*
อายุ 41-50 ปี	4.09				
51 ปีขึ้นไป	4.29		*		

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอายุ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร เมื่อพิจารณารายด้านของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน โดยใช้วิธีทางสถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะกายภาพภายนอก และ ด้านบุคลากร มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านลักษณะกายภาพภายนอก และ ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.47	3	1.49	4.80	0.00*
	ภายในกลุ่ม	118.18	381	0.31		
	รวม	122.65	384			
2. ด้านการส่งเสริมการขาย	ระหว่างกลุ่ม	7.45	3	2.49	4.79	0.00*
	ภายในกลุ่ม	197.72	381	0.52		
	รวม	205.17	384			
3. ด้านลักษณะกายภาพภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	7.39	3	2.46	4.64	0.00*
	ภายในกลุ่ม	202.12	381	0.53		
	รวม	209.51	384			
4. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.22	3	1.41	3.81	0.01*
	ภายในกลุ่ม	140.70	381	0.37		
	รวม	144.92	384			

* $p < .05$

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการ จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่อายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ	อายุ 31-40 ปี	อายุ 41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		30 ปี			
		4.39	4.17	4.30	4.44
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.39				
อายุ 31-40 ปี	4.17				*
อายุ 41-50 ปี	4.30				
51 ปีขึ้นไป	4.44		*		

5. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านการส่งเสริมการขาย จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือ	อายุ 31-40	อายุ 41-50	51 ปีขึ้นไป
		เท่ากับ 30 ปี	ปี	ปี	
		4.22	3.91	3.81	4.05
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.22			*	
อายุ 31-40 ปี	3.91				
อายุ 41-50 ปี	3.81		*		
51 ปีขึ้นไป	4.05				

6. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการที่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในด้านลักษณะกายภาพภายนอก แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือ	อายุ 31-40	อายุ 41-50	51 ปีขึ้นไป
		เท่ากับ 30 ปี	ปี	ปี	
		4.41	4.08	4.13	4.35
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.41		*		
อายุ 31-40 ปี	4.08	*			
อายุ 41-50 ปี	4.13				
51 ปีขึ้นไป	4.35				

7. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

ผลการศึกษพบว่าผู้ใช้บริการที่อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในด้านบุคลากร แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป และผู้ใช้บริการที่มีอายุ 41-50 ปี มีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านบุคลากรจำแนกตามอายุ

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือ	อายุ 31-40	อายุ 41-50	51 ปีขึ้นไป
		เท่ากับ 30 ปี	ปี	ปี	
		4.56	4.37	4.36	4.59
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	4.56		*		
อายุ 31-40 ปี	4.37	*			*

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

อายุ	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่าหรือ	อายุ 31-40	อายุ 41-50	51 ปีขึ้นไป
		เท่ากับ 30 ปี	ปี	ปี	ปี
		4.56	4.37	4.36	4.59
อายุ 41-50 ปี	4.36				*
51 ปีขึ้นไป	4.59		*	*	

4.3.3 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามสถานภาพ

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามสถานภาพ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่ามีค่า Sig. มากกว่ากว่า .05 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.43	2	0.21	0.71	0.49
ภายในกลุ่ม	114.58	382	0.30		
รวม	115.01	384			

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้านโดยจำแนกตามสถานภาพ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา เมื่อพิจารณารายด้านของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน โดยใช้วิธีทางสถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า ด้านสถานที่การ

ให้บริการ มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกันจะมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่การให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอก มีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆเหล่านี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามสถานภาพ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.78	2	2.78	5.00	0.03*
	ภายในกลุ่ม	212.63	382	0.56		
	รวม	215.99	384			

* $p < .05$

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามสถานภาพ

จากการศึกษาพบว่าผู้ให้บริการที่มีสถานภาพโสดมีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ แตกต่างกับกับผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ค่าเฉลี่ย	โสด	สมรส	หย่าร้าง/หม้าย
		3.87	4.06	3.85
โสด	3.87		*	
สมรส	4.06	*		
หย่าร้าง/หม้าย	3.85			

4.3.4 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอาชีพ

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอาชีพ

จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามอาชีพ

สถานภาพ	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.79	5	0.56	1.89	0.10
ภายในกลุ่ม	112.22	379	0.30		
รวม	115.01	384			

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้านโดยจำแนกตามอาชีพ

จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา เมื่อพิจารณารายด้านของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน โดยใช้วิธีทางสถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า ด้านสถานที่ให้บริการ และ ด้านลักษณะกายภาพภายนอก มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันจะมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่ให้บริการ และ ด้านลักษณะกายภาพภายนอกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆเหล่านี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านสถานที่การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.04	5	1.61	2.93	0.01*
	ภายในกลุ่ม	207.95	379	0.55		
	รวม	215.99	384			
2. ด้านลักษณะกายภาพภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	8.17	5	1.63	3.08	0.01*
	ภายในกลุ่ม	201.34	379	0.531		
	รวม	209.51	384			

* $p < .05$

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงาน/ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการแตกต่างกันกับผู้ให้บริการที่มีอาชีพค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว ผู้ให้บริการที่มีอาชีพพนักงาน/ราชการ/รัฐวิสาหกิจมีระดับความพึงพอใจในด้านสถานที่การให้บริการ แตกต่างกับกับผู้ให้บริการที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และ ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้
บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ค่า เฉลี่ย	เกษตร กร	พนักงาน บริษัทเอก ชน	พนักงาน/ ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง ทั่วไป	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
		3.91	4.17	4.19	3.83	3.84	3.99
เกษตรกร	3.91			*			
พนักงานบริษัทเอกชน	4.17					*	
พนักงาน/ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.19	*			*	*	

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	เกษตร	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน/ ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง ทั่วไป	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
		3.91	4.17	4.19	3.83	3.84	3.99
รับจ้างทั่วไป	3.83			*			
ค้าขาย/ ธุรกิจส่วนตัว	3.84		*	*			
อื่นๆ	3.99						

4.3.5 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามระดับการศึกษา

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามระดับการศึกษา

จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.05	2	0.52	1.76	0.17
ภายในกลุ่ม	113.96	382	0.30		
รวม	115.01	384			

4.3.6 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.18	3	1.39	4.79	0.00*
ภายในกลุ่ม	110.83	381	0.29		
รวม	115.01	384			

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาค่าธรรมเนียมแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001 บาท – 20,000 บาท ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาค่าธรรมเนียมแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001 บาท – 30,000 บาท ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาค่าธรรมเนียมแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของผู้บริการ
ธนาคารจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 บาท –	20,001 บาท –	30,001
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	บาทขึ้นไป
		4.02	4.20	4.22	4.35
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.02		*	*	*
10,001 บาท – 20,000 บาท	4.20	*			
20,001 บาท – 30,000 บาท	4.22	*	*		
30,001 บาทขึ้นไป	4.35	*	*	*	

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้านโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา เมื่อพิจารณารายด้านของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน โดยใช้วิธีทางสถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่าด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพภายนอก มีค่า Sig. น้อยกว่า .05 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพภายนอก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่า Sig. มากกว่า .05 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆเหล่านี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.30	3	1.10	3.51	0.02*
	ภายในกลุ่ม	119.35	381	0.31		
	รวม	122.65	384			
2. ด้านราคาค่าธรรมเนียม	ระหว่างกลุ่ม	3.33	3	1.11	2.73	0.04*
	ภายในกลุ่ม	154.98	381	0.41		
	รวม	158.31	384			
3. ด้านสถานที่การให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.16	3	2.05	3.73	0.01*
	ภายในกลุ่ม	209.83	381	0.55		
	รวม	215.99	384			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
4. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	6.44	3	2.15	5.91	0.00*
	ภายในกลุ่ม	138.48	381	0.36		
	รวม	144.92	384			
5. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.86	3	1.62	4.22	0.01*
	ภายในกลุ่ม	146.39	381	0.38		
	รวม	151.25	384			
6. ด้านลักษณะกายภาพภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	6.11	3	2.04	3.82	0.01*
	ภายในกลุ่ม	203.40	381	0.53		
	รวม	209.51	384			

* $p < .05$

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์บริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้
บริการธนาคารด้านผลิตภัณฑ์บริการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 –	20,001 –	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		4.16	4.35	4.36	4.39
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.16		*	*	
10,001 – 20,000 บาท	4.35	*			
20,001 – 30,000 บาท	4.36	*			
30,001 บาทขึ้นไป	4.39				

5. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านราคาค่าธรรมเนียมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาค่าธรรมเนียมแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้
บริการธนาคารด้านราคาค่าธรรมเนียมจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 –	20,001 –	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		3.98	4.12	4.11	4.30
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.98				*
10,001 – 20,000 บาท	4.12				
20,001 – 30,000 บาท	4.11				
30,001 บาทขึ้นไป	4.30	*			

6. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านราคาค่าธรรมเนียมแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านสถานที่การให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 –	20,001 –	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		3.82	4.02	4.05	4.23
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	3.82				*
10,001 – 20,000 บาท	4.02				
20,001 – 30,000 บาท	4.05				
30,001 บาทขึ้นไป	4.23	*			

7. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านบุคลากรจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านบุคลากรแตกต่างกันกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านบุคลากรจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 –	20,001 –	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		4.28	4.44	4.59	4.60
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.28			*	*
10,001 – 20,000 บาท	4.44				
20,001 – 30,000 บาท	4.59	*			
30,001 บาทขึ้นไป	4.60	*			

8. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านการให้บริการ แตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 –	20,001 –	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		4.02	4.20	4.21	4.40
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.02				*
10,001 – 20,000 บาท	4.20				
20,001 – 30,000 บาท	4.21				
30,001 บาทขึ้นไป	4.40	*			

9. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านลักษณะกายภาพภายนอกแตกต่างกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ	10,001 –	20,001 –	30,001 บาท
		10,000 บาท	20,000 บาท	30,000 บาท	ขึ้นไป
		4.04	4.25	4.26	4.45
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	4.04				*
10,001 – 20,000 บาท	4.25				
20,001 – 30,000 บาท	4.26				
30,001 บาทขึ้นไป	4.45	*			

4.3.7 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมและรายด้านของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ โดยใช้สถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า $.05$ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการต่างกันมีระดับความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

ระดับการศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.19	3	0.06	0.21	0.89
ภายในกลุ่ม	114.82	381	0.30		
รวม	115.01	384			

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารรายด้านโดยจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

จากผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร เมื่อพิจารณารายด้านของกลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการต่างกัน โดยใช้วิธีทางสถิติความแปรปรวนแบบทางเดียว พบว่า ด้านลักษณะกายภาพภายนอก มีค่า Sig. น้อยกว่า $.05$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการต่างกันจะมีความพึงพอใจด้านลักษณะกายภาพภายนอกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$

ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่า Sig. มากกว่า $.05$ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆเหล่านี้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $.05$ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารรายด้าน โดยจำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านลักษณะกายภาพภายนอก						
	ระหว่างกลุ่ม	4.44	3	1.48	2.75	0.04*
	ภายในกลุ่ม	205.07	381	0.54		
	รวม	209.51	384			

* $p < .05$

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้บริการที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อ มีระดับความพึงพอใจในด้านลักษณะกายภาพภายนอกแตกต่างกันกับผู้บริการที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการด้านการเงินการธนาคาร และผู้บริการที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการอื่นๆอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ของค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
ธนาคารด้านลักษณะกายภาพภายนอก จำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

ธุรกรรมที่มาใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ด้านเงินฝาก/ ออม			
		ด้านสินเชื่อ	ทรัพย์พิเศษ/ สลาก ธ.ก.ส.	ด้านการเงิน การธนาคาร	อื่นๆ
		4.13	4.20	4.41	4.58
ด้านสินเชื่อ	4.13			*	*
ด้านเงินฝาก/ ออมทรัพย์ พิเศษ/ สลาก ธ.ก.ส.	4.20				
ด้านการเงินการธนาคาร	4.41	*			
อื่นๆ	4.58	*			

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ผู้ศึกษานำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ที่มาสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจ และลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

5.1.1.1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการธนาคาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีการอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มาใช้บริการด้านสินเชื่อ

5.1.1.2 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา

พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในบริการของธนาคารในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านลักษณะกายภาพภายนอก ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย

5.1.2 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ อาชีพ การศึกษา ธุรกรรมที่มาใช้บริการ ที่ต่างกันมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการ ผู้ศึกษาสามารถสรุปประเด็นและอภิปรายผลการศึกษาดตาม วัตถุประสงค์ของการศึกษาที่ตั้งไว้ได้ดังต่อไปนี้

5.2.1 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคาร ผู้ศึกษาขอเสนอ ผลการอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

5.2.1.1 ด้านบุคลากร

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านบุคลากร พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการแต่งกายของพนักงานในระดับมากที่สุด ซึ่ง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ได้กำหนดให้พนักงานแต่งกายด้วย เครื่องแบบดังนี้ วันจันทร์ วันอังคาร และวันพฤหัสบดี พนักงานแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายที่เป็นสากล พนักงานชายสวมเสื้อเชิ้ตแขนยาวสีขาว กางเกงสแลคสีดำ ผูกเนคไทสีเขียวซึ่งเป็นสีสัญลักษณ์ของ ธนาคาร ในขณะที่พนักงานหญิงสวมเสื้อเชิ้ตและเสื้อสูทสีเขียวซึ่งเป็นสีสัญลักษณ์ของธนาคาร สวมกระโปรงสีดำ การแต่งกายในวันจันทร์ วันอังคาร และวันพฤหัสบดีเป็นการแต่งกายที่มีลักษณะ เป็นทางการ สำหรับวันพุธ พนักงานทั้งชายและหญิง แต่งกายด้วยชุดเสื้อโปโลสีเขียว กางเกงสแลค และในวันศุกร์พนักงานแต่งกายด้วยผ้าไทย ซึ่งจากการศึกษาของเลิศชาย เจตนธรรมจักร (2555) ได้ อธิบายว่าเครื่องแบบมีอิทธิพลต่อทั้งต่อตัวผู้สวมใส่ซึ่งเป็นสมาชิกขององค์กร รวมถึงลูกค้าของ องค์กร การสวมใส่ชุดที่มีความเป็นทางการในวันจันทร์ วันอังคาร และวันพฤหัสบดีทำให้ลูกค้ารับรู้ ภาพพจน์ของการเป็นมืออาชีพ มีความสามารถ (Susan, 2003) ส่วนการแต่งกายในวันพุธที่มี ลักษณะกึ่งเป็นทางการ อภิสิทธิ์ ไล่ศัตรูไกล (2535) ได้อธิบายหน้าที่ของเครื่องแบบกึ่งทางการว่า สามารถช่วยลดความรู้สึกถึงความแตกต่างทางชนชั้นในสังคมระหว่างผู้สวมใส่ซึ่งเป็นสมาชิกของ องค์กร และลูกค้าขององค์กร ส่วนการแต่งกายด้วยผ้าไทยในวันศุกร์ ชูชาน ไคเซอร์ (Kiser, 1990) เสริมว่า การแต่งกายด้วยชุดที่มีความเชื่อมโยงกับสังคม เช่น ชุดประจำชาติ ชุดประจำถิ่น มักถูกใช้ เป็นเครื่องมือในการแสดงสถานภาพ ให้รู้สึกเป็นบุคคลกลุ่มใน (In-group) ซึ่งการแต่งกายใน ลักษณะนี้ในองค์กรบริการ (Service Organization) จะเสริมสร้างภาพพจน์ของความอดทน ขยัน ขันแข็งในการทำงานต่อสาธารณชน เนื่องจากเสื้อผ้าประเภทนี้ไม่หรูหรา ราคาไม่แพง จึงเหมาะกับ องค์กรภาครัฐวิสาหกิจที่มีได้มุ่งแสดงหากำไร ซึ่งส่วนใหญ่บริหารการดำเนินงานด้วยภาษีของ ราษฎร การแต่งกายด้วยชุดที่มีความเชื่อมโยงกับชาติ จึงเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรอีกทาง หนึ่ง

ในงานของกัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ได้อธิบายความสำคัญของบุคลิกภาพของพนักงานในธุรกิจบริการ ว่าธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง บุคลิกภาพของพนักงานบริการเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นด่านแรกในการเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งผลการศึกษาที่ได้ในการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านพนักงานในระดับมาก ในขณะที่ความพึงพอใจรายข้อที่ลูกค้ามีความพึงพอใจมากอันดับแรกในงานของกัลยา แจ่มแจ้ง (2549) คือ พนักงานกล่าวทักทาย พูดคุยกับลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี

5.2.2.2 ด้านผลิตภัณฑ์บริการ

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์บริการในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการธุรกรรมมีความถูกต้องและครบถ้วนเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษพง กุญแจนาค (2554) ซึ่งพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการในระดับมาก เนื่องจากธนาคารให้บริการรวดเร็ว ลูกค้าได้รับความสะดวกสบาย พนักงานที่ให้บริการมีจำนวนเพียงพอกับลูกค้า ทำให้ไม่เสียเวลาในการรอ

นอกจากนี้ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์ (2559) ที่พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการในระดับมาก เนื่องจากพนักงานมีความกระตือรือร้นและดูแลเอาใจใส่ในการบริการ

5.2.2.3 ด้านลักษณะกายภาพภายนอก

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านลักษณะกายภาพภายนอก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านลักษณะกายภาพภายนอกในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความสะอาดของธนาคารเป็นอันดับแรก เนื่องจากสถานที่ภายในของธนาคารมีการดูแลรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านอาคารสถานที่ในระดับมาก เนื่องจาก สถานที่ภายในของธนาคารกว้างขวาง เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด อากาศและแสงสว่างภายในธนาคารเหมาะสม

5.2.2.4 ด้านกระบวนการให้บริการ

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในความซับซ้อนในการเตรียมเอกสารเพื่อขอรับบริการเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้าน

กระบวนการให้บริการในภาพรวมในระดับมาก และลูกค้ามีความพอใจในขั้นตอนต่างๆในการให้บริการมีความสะดวกคล่องตัวเป็นลำดับสุดท้ายเช่นกัน

อย่างไรก็ตามในการศึกษาของพรสุดา หางนาค (2556) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนในระดับมากเช่นกัน แต่มีความพึงพอใจในด้านนี้เป็นอันดับที่สอง

5.2.2.5 ด้านราคาค่าธรรมเนียม

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านราคาค่าธรรมเนียม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านราคาค่าธรรมเนียมในระดับมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของศรีนคร จันทิ (2555) ที่ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านราคาค่าธรรมเนียมในระดับปานกลาง และอัตราค่าธรรมเนียมสินเชื่อดีเหมาะสมในระดับปานกลาง ในขณะที่ผลการศึกษาของการศึกษาชิ้นนี้พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในอัตราค่าธรรมเนียมสินเชื่อในระดับมาก

5.2.2.6 ด้านสถานที่การให้บริการ

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านสถานที่การให้บริการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่การให้บริการในระดับมาก โดยลูกค้าพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสมเป็นอันดับแรก และผู้รับสมุดอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการเป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของกัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านสถานที่ในระดับมาก แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจในด้านบรรยากาศภายในธนาคารไม่มีเสียงดังรบกวนเป็นอันดับแรก และสถานที่จอดรถสะดวกและเพียงพอเป็นอันดับสุดท้าย

นอกจากนี้ผลการศึกษาฉบับนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พรสุดา หางนาค (2556) ที่ผลการศึกษาแสดงว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านสถานที่ให้บริการในระดับมาก และพบว่าปัญหาที่เกี่ยวข้องด้านสถานที่ให้บริการตามความคิดเห็นของลูกค้า คือ สถานที่จอดรถไม่สะดวก ห้องน้ำไม่สะดวก และสถานที่นั่งรอไม่เพียงพอ

5.2.2.7 ด้านการส่งเสริมการขาย

เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจในภาพรวมด้านการส่งเสริมการขาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการขายในระดับมาก โดยการจัดแคมเปญผลตอบแทนและรางวัลสำหรับ สลาก ธ.ก.ส. ลูกค้ามีความพึงพอใจในอันดับแรก และ การจัดแคมเปญฟรีค่าธรรมเนียมบริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจในอันดับสุดท้าย ซึ่งผลการศึกษาด้านการส่งเสริมการขายในภาพรวมสอดคล้องกับงานของวิริยะ พันธ์สวัสดิ์ (2550) โดยลูกค้ามีความพึง

พอใจในด้านการส่งเสริมการขายในภาพรวมในระดับมาก ลูกค้ำมีความพึงพอใจที่มีป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆเป็นอันดับแรก และมีของสมมนาคุณแจกให้กับลูกค้ำเป็นอันดับสุดท้าย

อย่างไรก็ตามผลที่ได้จากการศึกษาขัดแย้งกับการศึกษาของ อารยา จริจิตร (2550) ที่ผลการศึกษาแสดงว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการขายในระดับปานกลาง โดยพึงพอใจที่มีแผ่นพับใบปลิวแจกลูกค้ำอยู่เสมอเป็นอันดับแรก และมีกิจกรรมได้ร่วมและรับของขวัญเป็นอันดับสุดท้าย

5.1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคาร ผู้ศึกษาขอเสนอผลการอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

5.1.2.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามเพศ

จากการศึกษาในภาพรวม พบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวม โดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาด้านที่เหลือ พบว่าผู้ให้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะกายภาพภายนอก แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาของกัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่พบว่า ลูกค้ำเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยด้านที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ คือ ด้านข้อมูล/ข่าวสาร ส่วนด้านอาคารสถานที่ ด้านพนักงาน ด้านการให้บริการ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ วรชนพงศ์ เสมียนคิด (2558) ที่ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2.2.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามอายุ

จากการศึกษาในภาพรวม พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งลูกค้าอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีอายุ 31-40 ปี

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และด้านลักษณะกายภาพภายนอกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาด้านที่เหลือ พบว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรรณพงศ์ เสมียนคิด (2558) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารแตกต่างกัน

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของศรายุทธ อุ้ยอ่วม และคณะ (2552) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของสาขาบรืือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

5.2.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามสถานภาพ

จากการศึกษาในภาพรวม พบว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ใช้ที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อด้านสถานที่การให้บริการโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาด้านที่เหลือ พบว่าผู้ใช้ที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพภายนอกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ วรรณพงศ์ เสมียนคิด (2558) ที่ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของธนาคารไม่แตกต่างกัน

5.2.2.4 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามอาชีพ

จากการศึกษาในภาพรวม พบว่าผู้โดยสารถที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อด้านสถานที่การให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพภายนอกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาด้านที่เหลือ พบว่าผู้ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และ ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษาของศราวุธ อัยอ่วม และคณะ (2552) ที่พบว่าลูกค้าที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับการศึกษาของ กัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่พบว่า ลูกค้าของธนาคารที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการบริการของธนาคารแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นด้านที่ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติ โดยลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการมากกว่าลูกค้าที่ประกอบอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป

5.2.2.5 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามระดับการศึกษา

จากการศึกษาในภาพรวมและรายด้าน พบว่าผู้โดยสารถที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ กัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่พบว่า ลูกค้าของธนาคารที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการโดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศราวุธ อัยอ่วม และคณะ (2552) และการศึกษาของอารยา จิตรจริง (2550) ที่พบว่า ลูกค้าที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของสาขาบรบี้อ และสาขาทุ่งยาวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

5.2.2.6 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาในภาพรวม พบว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งลูกค้าที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ลูกค้าที่มีรายได้ 20,001 บาท – 30,000 บาท และลูกค้าที่มีรายได้ 10,001 บาท – 20,000 บาท มีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านบุคลากรด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะกายภาพภายนอก ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาด้านที่เหลือ พบว่าลูกค้าที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านการส่งเสริมการขาย แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษายังขัดแย้งกับงานของ ศราวุฒ อุ้ยอ่วม และคณะ (2552) และ พรรชนพงส์ เสมียนคิด และฐิติวรรณ ศรีเจริญ (2558) ที่พบว่า ลูกค้ามีระดับรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ผลการศึกษายังขัดแย้งกับผลการศึกษาของอารยา จิตรจริง (2550) โดยผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการโดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านคุณภาพการบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านสถานที่ให้บริการ ด้านมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และด้านการส่งเสริมการตลาด ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2.2.7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา จำแนกตามธุรกรรมที่มาใช้บริการ

จากการศึกษาในภาพรวม พบว่าลูกค้าที่มีการใช้บริการธุรกรรมต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีธุรกรรมที่มาใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านลักษณะกายภาพภายนอกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณาด้านที่เหลือ พบว่าลูกค้าที่มีธุรกรรมต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารในด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่การให้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ อารยา จิตรจริง (2550) และ ศรายุทธ อัยอ่วม และคณะ (2552) ที่พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการต่างกันที่มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กัลยา แจ่มแจ้ง (2549) ที่พบว่า ลูกค้าของธนาคารที่มีประเภทของการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจโดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยลูกค้าประเภทเงินกู้มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารมากกว่าลูกค้าประเภทเงินฝาก

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการศึกษาเพื่อใช้ประโยชน์ในการเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา และข้อเสนอแนะในการทำศึกษารั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้

1. ด้านสถานที่การให้บริการ

ผู้จัดการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ควรทำเรื่อง การเพิ่มจำนวนตู้ ATM เบิกถอนเงินอัตโนมัติ รวมถึงตู้ปรับสมุดอัตโนมัติเสนอต่อสำนักงานใหญ่ เพื่อให้มีตู้อัตโนมัติเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งข้อเสนอแนะนี้เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ได้รับจากลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่ต้องการให้ธนาคารปรับปรุงเป็นอันดับแรก สืบเนื่องมาจากลูกค้าต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริการ ซึ่งการใช้บริการจากตู้ ATM และตู้ปรับสมุดอัตโนมัติทำให้ได้รับบริการรวดเร็วทันใจกว่าการเข้ารับบริการในธนาคาร ซึ่งลูกค้าจะต้องกดบัตรคิวและรอ หากมีการเพิ่มจำนวนตู้ ATM รวมถึงตู้ปรับสมุดอัตโนมัติให้เพียงพอแล้ว นอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึง

พอใจมากยิ่งขึ้น อันเนื่องมาจากสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย รวดเร็วแล้ว ยังจะช่วยลดภาระงานให้กับพนักงานของธนาคาร ให้สามารถนำเวลาไปบริการลูกค้ารายอื่นๆที่มีความจำเป็นที่ต้องเข้ามาทำธุรกรรมในธนาคารได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้าทุกกลุ่มมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารในจังหวัดสงขลามากยิ่งขึ้น

2. ด้านกระบวนการการให้บริการ

ผู้จัดการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ควรเสนอต่อสำนักงานใหญ่ ในเรื่องการลดความซับซ้อนในการเตรียมเอกสารเพื่อขอรับบริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการของธนาคารส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรและมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการเข้าใจภาษาที่เป็นทางการสูง คำศัพท์เฉพาะ กระบวนการที่ซับซ้อน หากธนาคารลดขั้นตอนการเตรียมเอกสาร รวมถึงอธิบายการเตรียมเอกสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย จะช่วยให้เกษตรกรเข้าใจและเข้าถึงบริการได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารในจังหวัดสงขลามากยิ่งขึ้น

3. ด้านการส่งเสริมการขาย

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดสงขลา ควรส่งเสริมการขายในด้านอื่นๆ เช่น ด้านเงินฝากดอกเบี้ยพิเศษ สินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษ และการส่งเสริมค่าธรรมเนียมบริการให้มากขึ้น นอกจากจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้าแล้ว จะช่วยให้ธนาคารแข่งขันและสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าเงินฝาก และเงินกู้ ซึ่งจะมีผลดีต่อผลประกอบการของธนาคาร

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรเพิ่มการสัมภาษณ์ในครั้งต่อไปด้านการส่งเสริมการขายเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเชิงลึก และควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการขายของธุรกิจคู่แข่ง เพื่อให้การกำหนดผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขายขององค์กรมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา แจ่มแจ้ง. (2549). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณาลี รื่นรมย์. (2551). การวิจัยการตลาด :Marketing Research. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงไกร ธนากรไพศาล. (2555). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการซื้อกรมธรรม์ ประกันชีวิตผ่านตัวแทนและผ่านธนาคารพาณิชย์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ส.เอเชียเพรช (1989).
- ชูวงศ์ ฉายะบุตร. (2543). หลักการให้บริการครบวงจร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โชคชัย ชัยรัช. (2547). นักการตลาด CEO. กรุงเทพฯ : ซี.พี.บุ๊ก สแตนดาร์ด.
- ณัฐธิดา จาตุวัฒน์ และ ชัชชัย ลีถานันตวงษ์. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการผ่าน ระบบ e-banking ของธนาคารไทยพาณิชย์. จุฬานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- ดุสิต เกษมมงคล. (2556). ความพึงพอใจของผู้ใหญ่วัยทำงานต่อการให้บริการของธนาคารกสิกร ไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาสาขาในเขตบริการและการขาย 6 กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทิพย์วรรณ ศรีปรีชา. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการรับแลกเหรียญกษาปณ์ และธนบัตรของสำนักงานคลังจังหวัดสระบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2550). พระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก <https://www.baac.or.th/file-upload/2006-07-28-251-porobo.pdf>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์. (2559). รายงานกิจการประจำปี 2559. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก http://www.baac.or.th/file-upload-manual/2016/2016Q3Progress_Report_MD&A_Internet.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). โครงสร้างสถาบันการเงินไทย. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/FIStructure/Documents/financialstructure.pdf>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). ผลการดำเนินงานของระบบธนาคารพาณิชย์ปี 2559. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Publications/FIProformance_Press/n0660.pdf
- ธนาคารแห่งประเทศไทย.(2560). ผลการดำเนินงานของระบบธนาคารพาณิชย์ไตรมาส 3 ปี 2559. ค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2560, จาก https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Publications/FIProformance_Press/n5859t.pdf
- ธนาคารออมสิน. (2560). Industry Monitor. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก <https://www.gsb.or.th>
- ชานินทร์ ศิลป์ จารุ.(2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ :ปัสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- บุษบง กุญแจนาค. (2545). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- พรสุดา หางนาค. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ จังหวัดอุบลราชธานี. การศึกษาอิสระ เศรษฐศาสตร์ธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิภพ อุดร. (2547). สามประสานเพื่อความเป็นเลิศของธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: เวลาดี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เลิศชาย เจตนาธรรมจักร. (2555). *การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์: กรณีศึกษาผลกระทบของเครื่องแบบ (Uniform) ที่มีต่อคนในสังคม*. ปรินซ์นิพนธ์หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2560). *ความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย สาขานนทบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรรณพงษ์ เสมียนลิด. (2558). *ความพึงพอใจของลูกค้าในการพัฒนาการบริการด้านสินเชื่อของหน่วยงานพัฒนาธุรกิจ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วัชร มานูพีร์พันธ์. (2552). *ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยทางการตลาดบริการของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิรัช สงวนวงษ์วานและพรรณพิมล ก้านกนก. (2545). *การจัดการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วิระยุทธ พันธุ์สวัสดิ์. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาวังน้อย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2547). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศรายุทธ ข้วยอ่วม, พรพิมล เฉลิมมีประเสริฐ, ภณิดา สุนทรไชย และภัทรวิทย์ อุดรินทร์. (2552). *ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบรบือ จังหวัดมหาสารคาม*. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 3(3), 155-167.
- ศรินธร จันทิ. (2556). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาอากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร*. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 10(46), 271-278.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญาภิธานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2553). ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.stou.ac.th/OADThailand/about.aspx>
- สมชาย กิจบรรจง. (2544). *หลักสำคัญในการให้บริการเพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจ*. ปทุมธานี : นานา-ทัศน์.
- สมิต ธีษฏกร. (2548). *การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ : สายธาร.
- สำนักงานสถิติ จังหวัดสงขลา. (2559). รายงานสถิติจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2559. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2560, จาก http://songkhla.nso.go.th/images/attachments/category/report_province/reportstatisticalprovincial2559.pdf
- หลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย. (2559). แนวโน้มเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทย และภาวะการณ์ลงทุนในปี 2560. ค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2560, จาก <http://www.kasikornasset.com/TH/MarketUpdate/Pages/Econ2017.aspx>.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต, และ ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2548). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ : อุดลพัฒน์กิจ.
- อภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล. (2535). *วิวัฒนาการและบทบาทของเครื่องแบบข้าราชการในการบริหารราชการไทย*. สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารยา จริงจิตร. (2550). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการด้านการเงินของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาทุ่งยาวเขตอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Gronroos, C. (1990). *Service management and marketing*. Lexington MA :Lexington Books.
- Kaiser, B. S. (1985). *The Social Psychology of Cloting and Personal Adornment*. Ner York: Macmillian Publishing Company.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management. (11th ed.)*. New Jersey :Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management(12th ed.)*. New Jersey :Prentice Hall Inc.
- Lovelock, C. H. and Wright, L. (2002). *Principles of Service Marketing and Management*. Pearson Education Indochina.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Maynard, W. S. (1975). *Reponding to Social Change*. Pennsylvania :Dowden, Hutchison.
- Morse, N.C. (1958). *Satisfiers in the White Collar Job*. Ann Arbor :University of Michigan.
- Susan, C. (2003). *Power Dressing*. Bangkok Thailand: River Book Co., Ltd.
- Vroom, V. H. (1970). *Industrial Social Psychology*. Management and Motivation.

ภาคผนวก ก

เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตร
และสหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะ ประชากรศาสตร์และระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตรจังหวัดสงขลาโดยผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านจะไม่ถูกเปิดเผย นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ทางการวิจัยและทางวิชาการเท่านั้นและขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ ท่านอนุเคราะห์ในการตอบคำถามครั้งนี้ซึ่งคำถามจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและ
สหกรณ์การเกษตรจังหวัดสงขลา

นางสาวณภัศ ทงมีขวัญ

นักศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามข้างล่างนี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ ใน หน้าข้อความที่ตรงความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี

อายุ 31- 40 ปี

อายุ 41 - 50 ปี

51 ปี ขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง/หม้าย

4. อาชีพ

เกษตรกร

พนักงานบริษัทเอกชน

พนักงาน/ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

รับจ้างทั่วไป

กำขาย /ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

5. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

สูงกว่าปริญญาโท

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

10,001 บาท -20,000 บาท

20,001 บาท – 30,000 บาท

30,001 บาทขึ้นไป

7. ธุรกรรมที่ใช้บริการ

ด้านสินเชื่อ

ด้านเงินฝาก/ออมทรัพย์พิเศษ/สลาก ธ.ก.ส.

ด้านการเงินการธนาคาร ได้แก่ โอน จ่ายค่าสินค้า ออกเช็ค ออกหนังสือค้ำประกัน

อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจในการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัด
สงขลา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การให้บริการธุรกรรมมีความถูกต้องและครบถ้วน					
2. พนักงานให้คำแนะนำรายละเอียดผลิตภัณฑ์ของธนาคารชัดเจนและเข้าใจ					
3. ระบบสารสนเทศของธนาคารมีความเสถียร พร้อมให้บริการ					
4. การให้บริการมีความรวดเร็ว					
5. การให้บริการมีความเท่าเทียมกัน					
ด้านราคาค่าธรรมเนียม					
6. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินระหว่างสาขา(นอกเขต) เหมาะสม					
7. อัตราค่าธรรมเนียมการโอนเงินต่างธนาคารเหมาะสม					
8. อัตราค่าธรรมเนียมสินเชื่อเหมาะสม					
9. อัตราผลตอบแทนดอกเบี้ยเงินฝากและสลากมีความเหมาะสม					
10. พนักงานแจ้งหรือแสดงราคาค่าธรรมเนียมก่อนรับบริการชัดเจน					

ด้านสถานที่ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11. มีช่องทางที่หลากหลายในการทำธุรกรรม					
12. สถานที่มีความกว้างขวางเพียงพอในการเข้ารับบริการ					
13. ท่าเลที่ตั้งของธนาคารมีความเหมาะสม					
14. ตู้ ATM เบิกถอนเงินอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการ					
15. ตู้รับสมุดอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการ					
ด้านการส่งเสริมการขาย					
16. การจัดแคมเปญฟรีค่าธรรมเนียมบริการ					
17. การจัดแคมเปญบริการเงินฝากดอกเบี้ยพิเศษ					
18. การจัดแคมเปญบริการสินเชื่อดอกเบี้ยพิเศษ					
19. การจัดแคมเปญผลตอบแทนและรางวัลสำหรับ สลาก ธ.ก.ส.					
20. การแจกของสมนาคุณในช่วงเทศกาล					
ด้านบุคลากร					
21. มารยาทของพนักงานธนาคาร					
22. การแต่งกายของพนักงาน					
23. น้ำเสียงและสีหน้าการให้บริการของพนักงาน					
24. การช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงาน					
25. การให้คำแนะนำการบริการของพนักงาน					

ด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
26. การจัดระบบคิวเพื่อรอรับบริการ					
27. ความชัดเจนเข้าใจง่ายของขั้นตอนการให้บริการ					
28. การเปิดรับฟังความคิดเห็นต่อการให้บริการ					
29. ความรวดเร็วในการประสานงาน					
30. ความซับซ้อนในการเตรียมเอกสารเพื่อขอรับบริการ					
ด้านลักษณะกายภาพภายนอก					
31. ความสะอาดของธนาคาร					
32. การให้บริการน้ำดื่ม/หนังสือพิมพ์					
33. รูปแบบการความสวยงามของธนาคาร					
34. การจัดวางของให้มีระเบียบภายในธนาคาร					
35. อุปกรณ์และตู้บริการอัตโนมัติมีความทันสมัย					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ประวัติผู้เขียน

