

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อ  
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสกลนคร

**Customer's Satisfaction Towards - Salokbat Credit Division Services  
of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives**

อำนาจ แก้วมาลา

AMNAJ KAEWMALA

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาสกลนคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าประจำของธนาคาร จำนวน 388 คน

ผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาประถมศึกษา อาชีพเป็นเกษตรกร โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ระหว่าง 200,001 – 300,000 บาท และส่วนมาก เป็นลูกค้าของ ธ.ก.ส.สาขาสกลนคร มาแล้ว 4 ปี – 6 ปี

ความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสกลนคร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการคือ ธนาคารมีศักยภาพในการดูแลลูกค้าเสมือนดังญาติพี่น้อง และความพึงพอใจในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการให้บริการ ด้านส่วนผสมทางการตลาด ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ให้บริการ พบว่าจะมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก

การเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาสกลนคร กับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เป็นลูกค้ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### Abstract

This survey study was aimed to evaluate Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives customer satisfactions in their Credit Services at Salokbat. A survey was randomly select sample of 388 credit customers from this branch.

As a result, for demographic information collected, most of the customers are male, with age range 31-40, married, primary school educated, agriculturist, 200,000 -300,000 Baht income per head per annum and have already been customers of BAAC for 4-6 year.

The customer services including staffs and welcome services, information services, convenience of services, period of time services, marketing services were and found satisfaction.

There was no significant difference in customer satisfaction among the variety of customer demographic information (sex age marriage status educational background, occupation, income and periods of being Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives members) with a statistical confidence at 0.05 level.

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแข่งขันของระบบการเงินและการธนาคาร มีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะธนาคารพาณิชย์ต่างๆ เร่งสร้างรายได้ในภาวะที่เศรษฐกิจกำลังอยู่ในช่วงขาขึ้น ดังจะเห็นได้จากตัวเลขการขยายตัวของสินเชื่อบริการธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งส่งผลให้สภาพคล่องส่วนเกินที่อยู่ในระบบลดลง นอกจากนี้การควบคุมกิจการสถาบันการเงิน หลังจากธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศแผนแม่บททางการเงิน (Financial Master Plan) เมื่อปลายปี 2546 เป็นการส่งสัญญาณให้เห็นถึงสภาพการแข่งขันที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นทุกธนาคารจึงต้องปรับตัวเพื่อให้พร้อมกับการทำธุรกิจการเงินในยุคใหม่ ธนาคารเพื่อ

การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส.) ได้วางยุทธศาสตร์ด้านการตลาด โดยมีการปรับเปลี่ยนทิศทางธนาคารให้เป็น Convenience Bank ซึ่งธนาคารจะเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย มุ่งเน้นการขายสินค้าทางการเงินมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นระบบการเงินส่วนบุคคล ประกันชีวิต กองทุน และอื่นๆ ด้วยการขายตรงหรือทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการขายสินค้าที่หลากหลายและตรงตามความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยอาศัยฐานลูกค้าเดิมของธนาคาร อย่างไรก็ตามธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส.) มีวัตถุประสงค์มุ่งให้ความช่วยเหลือทางการเงินเพื่อส่งเสริมอาชีพการเกษตรหรือการดำเนินงานของเกษตรกรกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตรตลอดจน

ส่งเสริมให้เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือ สหกรณ์การเกษตร สามารถประกอบอาชีพอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องในการเกษตรเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ครอบครัวเกษตรกร รวมทั้งให้บริการรับฝากเงิน เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ปัญหาที่ทำให้ลูกค้าไม่เกิดความประทับใจหรือไม่เกิดความพึงพอใจในการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้แก่ การบริการที่ล่าช้า ไม่สะดวก การรับบริการที่นิ่งและสถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ด้านข้อมูล ข่าวสารที่ลูกค้ายังไม่ได้รับความถูกต้องความน่าเชื่อถือเท่าที่ควร การบริการทางด้านพนักงานและการต้อนรับซึ่งลูกค้าได้รับแรงจูงใจจากการต้อนรับของพนักงานน้อย ธนาคารควรเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) จะให้ความสำคัญและพยายามหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆ เหล่านี้ให้น้อยลงและหมดไปในที่สุด เพื่อประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) อันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลดีต่อความมั่นคงของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.) ในภายหน้า

เนื่องจากความหมายและความสำคัญดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยซึ่งปฏิบัติงานด้านสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขา สลกบาตร จึงมีความประสงค์จะทำการวิจัยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้

บริการด้านสินเชื่อ ธ.ก.ส.สาขาสลกบาตร เพื่อความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าและเหมาะสมกับลักษณะภูมิประเทศของอำเภอขามเฒ่าลักษ์บุรี และการนำเงินกู้ไปใช้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ขอใช้สินเชื่อจากทาง ธ.ก.ส.สาขา สลกบาตร และเพื่อทราบถึงความพึงพอใจและความสัมพันธ์ขององค์กร พนักงานสินเชื่อ กับลูกค้า และสามารถเป็นการเสริมสร้างลักษณะนิสัยในการใช้สินเชื่อและเพิ่มรายได้ ผลผลิตต่างๆ ให้กับชุมชนอันเป็นบ่อเกิดของเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็ง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าในการให้บริการสินเชื่อแก่ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขา สลกบาตร

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และ 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขา สลกบาตร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตร

และสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส.) สาขาสลกบาตร จำนวน 388 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็นสามส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของลูกค้า เป็นคำถามเกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า ประเภทบริการที่ใช้บริการ เป็นลักษณะแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ช.ก.ส.) สาขาสลกบาตร โดยใช้แบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่างๆ และข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคาร

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้านเนื้อหาสาระ(Content Analysis) และใช้สถิติพรรณานำเสนอข้อมูลที่รวบรวมในรูปแบบของตาราง ข้อมูลส่วนที่หนึ่งวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนที่สองวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วจัดอันดับตามค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## สรุปผลการวิจัย

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม** ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 275 คน (ร้อยละ 70.88) อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 157 คน (ร้อยละ 40.46) การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 211 คน (ร้อยละ 54.38) สถานภาพสมรส จำนวน 257 คน (ร้อยละ 66.24) ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 332 คน (ร้อยละ 85.57) ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า 4-6 ปี จำนวน 159 คน (ร้อยละ 40.98) รายได้ 200,001 -300,000 บาท จำนวน 151 คน (ร้อยละ 38.92)

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส) สาขาสลกบาตร** ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม โดยการพิจารณาแบ่งความพึงพอใจของลูกค้าออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านความสะดวกที่ได้รับ ด้านระยะเวลาในการให้บริการ และด้านส่วนผสมทางการตลาด ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจดังกล่าวได้ดังต่อไปนี้

**ด้านพนักงานและการต้อนรับ** พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ความพึงพอใจด้านนี้แสดงโดยการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ อันดับ 1 พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย สะอาด (ค่าเฉลี่ย 4.09)

อันดับ 2 กริยามารยาท การต้อนรับ การพักท่ายของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.87) อันดับ 3 พนักงานให้บริการลูกค้าทุกระดับเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.72) อันดับ 4 พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการอย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.67) และอันดับ 5 พนักงานมีความคล่องตัวในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 2.89) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง แต่โดยรวมแล้วลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

**ด้านข้อมูลการบริการ** พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ความพึงพอใจด้านนี้แสดงโดยการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ อันดับ 1 ข้อมูลที่ได้รับจากธนาคารมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ (3.87) อันดับ 2 ธนาคารได้จัดเตรียมเอกสารและคำแนะนำต่างๆ ไว้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) อันดับ 3 การให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัยอย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.76) อันดับ 4 ธนาคารได้จัดการการบริการต่างๆ เป็นที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.71) ซึ่งในทุกๆ ด้านลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

**ด้านความสะดวกที่ได้รับ** พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ความพึงพอใจ ด้านนี้แสดงโดยการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ อันดับ 1 ระบบการจัดคิวให้บริการแก่ลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.96) อันดับ 2 ความสะอาดบริเวณภายในธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.92) อันดับ 3 การจัดสถานที่ภายในเป็นสัดส่วน สะดวกแก่การติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.78) อันดับ 4 มีหนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์ ต่างๆ จัดให้กับลูกค้า

อ่านขณะรอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และอันดับ 5 ที่นั่งที่ทางธนาคารจัดไว้สำหรับบริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.58) ซึ่งในทุกๆ ด้านลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

**ด้านระยะเวลาในการให้บริการ** พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) ความพึงพอใจ ด้านนี้แสดงโดยการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ อันดับ 1 การให้บริการที่ตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.83) อันดับ 2 ความรวดเร็วถูกต้องในการให้บริการลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) อันดับ 3 เวลาที่ใช้ในการรอคิวบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.72) อันดับ 4 การจัดลำดับก่อนหลังของการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และอันดับ 5 การลดขั้นตอนในการดำเนินงานให้กับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.60) ซึ่งในทุกๆ ด้านลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

**ด้านส่วนผสมทางการตลาด** ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาสกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.54) และผลเกี่ยวกับองค์ประกอบย่อยของส่วนประสมการตลาด (10 ด้าน) อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก คือ อันดับ 1 ธนาคารตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการมาติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.83) อันดับ 2 ธนาคารมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ย 3.78) อันดับ 3 ธนาคารมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.75) อันดับ 4 อัตราค่าธรรมเนียม

นิยมที่ทางธนาคารเรียกเก็บในการบริการต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 3.59) อันดับ 5 อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และเงินกู้ ที่ทางธนาคารกำหนดมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.54) อันดับ 6 การแจ้งข่าวสารบริการพิเศษในช่วงเทศกาลต่างๆทางไปรษณีย์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) อันดับ 7 การแจ้งข่าวสารต่างๆโดยแผ่นพับ ณ เคาน์เตอร์ของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 3.46) อันดับ 8 ธนาคารมีการออกโฆษณาการให้บริการของธนาคารในสื่อต่างๆเป็นประจำ (ค่าเฉลี่ย 3.43) และอยู่ในระดับปานกลาง คือ อันดับ 9 ธนาคารได้จัดที่จอดรถไว้บริการลูกค้าอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.35) อันดับ 10 ธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์โดยการสนับสนุนสังคมด้านต่างๆ เช่น แพทย์เคลื่อนที่ ทุนการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.23) ซึ่งในทุกๆด้านลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก

**การทดสอบสมมุติฐาน** พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา สลกบาตร จำแนกในแต่ละด้านมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

**ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส) สาขา สลกบาตร** จุดเด่นของการให้บริการของธนาคาร ได้แก่ สถานที่ตั้งของธนาคารสะดวกแก่การมาติดต่อธนาคาร มีรูปแบบการบริการที่มีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ พนักงานมีความเป็นกันเอง บริการรวดเร็ว และภายในบริเวณ

อาคารมีความสะอาด จุดที่ควรปรับปรุงของการให้บริการของธนาคารได้แก่ ควรจัดพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าให้มากขึ้น พนักงานมีอัธยาศัยในการให้บริการไม่ดี ตู้ ATM และเครื่องฝากเงินอัตโนมัติที่ให้บริการมีจำนวนน้อย ควรเพิ่มช่องบริการให้มากกว่านี้ และสถานที่จอดรถไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และข้อเสนอแนะของผู้มาใช้บริการ ควรเพิ่มตู้ ATM ให้กระจายมากกว่านี้ ควรเพิ่มสาขาตามห้างสรรพสินค้าให้มากขึ้น และธนาคารควรลดดอกเบี้ยเงินกู้

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่างานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman, Berry & Zeithaml (1998) ในเรื่อง "ServQual: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality" คือ สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และความเอาใจใส่ (Empathy) ปัจจัยทั้ง 5 นี้มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจแขนงใดก็ตาม และในการวิจัยในเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการด้านสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา สลกบาตร ก็เช่นเดียวกัน

ผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มลูกค้าเพศชายจะมีความพึงพอใจมากกว่า

กลุ่มลูกค้าเพศหญิงเนื่องมาจากโดยธรรมชาติของเพศชายมีความเจ้าระเบียบน้อยกว่าเพศหญิง ทำให้การบริการที่ผิดพลาดของพนักงานในบางครั้งเป็นเรื่องเล็กน้อยในสายตาของเพศชาย จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าที่ธนาคารให้ความสำคัญจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีหน้าที่การงานที่มั่นคง มีธุรกิจส่วนตัวที่มีรายได้ค่อนข้างมาก เนื่องมาจากลูกค้ากลุ่มนี้มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ส่งผลให้ธนาคารมีความสนใจและต้องการลูกค้ากลุ่มนี้เป็นตลาดเป้าหมาย ประเภทการมาใช้บริการของลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นทางด้านเงินกู้ อาจเป็นเพราะว่าธนาคารเป็นแหล่งเงินทุนที่มีการบริการเป็นกันเองและมีความมั่นคงและตอบสนองกับลูกค้าด้านอาชีพการเกษตร กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ได้ใช้บริการกับธนาคารมานาน แล้ว แสดงว่าธนาคารมีศักยภาพในการดูแลลูกค้าได้เป็นอย่างดีทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและจงรักภักดีต่อธนาคาร

ซึ่งงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและทฤษฎีการให้บริการ โดยพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าวประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้น ก็คือกระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว (Precede) สิ่งที่มีมาก่อนเหล่านี้หมายถึง ลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่

ว่าในขณะที่ขณะหนึ่งที่มีผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นเขาจะมีกระบวนการทางจิตวิทยา และสังคมวิทยาต่างๆ ที่มีส่วนสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติและค่านิยมของเขามาอยู่ก่อนแล้วเสมอ

ทฤษฎีการให้บริการนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะถ้าทางผู้ให้บริการ ให้บริการถูกใจลูกค้า และลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการแล้วก็ส่งผลดีต่อองค์กร สร้างความประทับใจทั้งผู้บริโภคและผู้ให้บริการอีกด้วยซึ่งในงานวิจัยนี้ก็คือสหกรณ์การเกษตร (ช.ก.ส.) สาขาสลกบาตรต่อไปได้สังเกตเห็นความสำคัญด้านการบริการ เพื่อจะได้นำไปปรับปรุงการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตร

### ข้อเสนอแนะ

1. ด้านพนักงานและการต้อนรับ พนักงานมีความคล่องตัวในการให้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้จากความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งได้ค่าเฉลี่ย 2.89 ดังนั้นธนาคารควรปรับปรุงโดยการอบรมพนักงานให้บริการลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้รวดเร็ว ไม่ควรให้ลูกค้ารอนานเกินไป และควรจัดสถานที่ให้มีพื้นที่กว้างเพื่อให้พนักงานมาบริการลูกค้าได้อย่าง คล่องแคล่วว่องไว

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่) ธนาคารได้จัดที่จอดรถไว้บริการแก่ลูกค้าอย่างเพียงพอซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านนี้ ในระดับปานกลาง โดยได้ค่าเฉลี่ย 3.35

ดังนั้นธนาคารควรปรับปรุงโดยการเพิ่มสถานที่จอดรถให้มากขึ้นกว่าเดิม และจัดระเบียบของการจอดรถของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อให้เพียงพอต่อลูกค้าและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ

3. ด้านการส่งเสริมการตลาดธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์โดยการสนับสนุนสังคมด้านต่างๆ เช่น แพทย์เคลื่อนที่ทุนการศึกษา ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจในด้านนี้ในระดับปานกลางโดยได้ค่าเฉลี่ย 3.23 ดังนั้นธนาคารควรปรับปรุงโดยการสนับสนุนโครงการต่างๆ ที่ช่วยเหลือสังคม เช่น สมทบทุนผู้ประสบภัยในด้านต่างๆ สงเคราะห์มูลนิธิเด็กกำพร้าและคนชรา ทุนการศึกษาสำหรับเด็กยากจนแต่เรียนดี

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ใน การ ศึกษา วิจัย ครั้ง นี้ ได้ ทำ การ ศึกษา แบบ สอบถาม เป็น เครื่องมือ ในการ วิจัย เพียง อย่าง เดียว ขอ เสนอแนะ ให้ ในการ ทำ วิจัย ครั้ง ต่อ ไป ควร ใช้ วิธี อื่นๆ เช่น การ สัมภาษณ์ พฤติกรรม การใช้บริการของลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส) สาขา สกล บาดร

2. ขอ เสนอแนะ ในการ ทำ วิจัย ครั้ง ต่อ ไป ควร ศึกษา เกี่ยวกับ ความ พึงพอใจ ต่อ ลูกค้า ที่มี ต่อ การ บริการ หน้า เคาน์เตอร์ ธนาคาร เพื่อ การ เกษตร และ สหกรณ์ การ เกษตร (ธ.ก.ส) สาขา สกล บาดร

3. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรใช้แบบสอบถามที่มีคำถามที่กระชับรัดกุม และไม่ควรมีคำถามมากเกินไป ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจง่าย และใช้เวลาเร็วขึ้น

#### บรรณานุกรม

- จรียา กู้เมือง. (2542). ความพึงพอใจของลูกค้าต่ออบุคลิกภาพและการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาชลบุรี. ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(การบริหารองค์กร). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- โชติช่วง ภิรมย์. (2538). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการสินเชื่อของธนาคารอาคารสงเคราะห์. ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชรินทร์ พันชนิดิ. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการดำเนินงานรูปแบบใหม่ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขามหาสารคาม. ภาคนิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชรัศักดิ์ วรสุข. (2537). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอำนาจเจริญ. ภาคนิพนธ์ พัฒนาบริหารศาสตรมหา



- บัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นันทพร ดำรงพงศ์. (2541). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารเอเชียจำกัด(มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาอัมรินทร์พลาซ่า. ภาคนิพนธ์ พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- นิคม สะอาดเอี่ยม. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาซีคอนสแควร์. ภาคนิพนธ์ พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปรีศนิญา สันทัด. (2543). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขากาญจนบุรี. โครงการศึกษาอิสระ การจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยคริสเตียน.
- ปฐมพงศ์ ปรานีประหาราชกูร์. (2543). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านเงินฝากธนาคารเพื่อเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พฤทธิสิทธิ์ บุญทน. (2539). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) สาขาชุมพวง จังหวัดนครราชสีมา. ภาคนิพนธ์ พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วรชวิษ จารุจินดา. (2540). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาศรีนครพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุกิจ เกริกไกรสุวรรณ. (2542). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและผู้รับบริการต่อการปรับปรุงกระบวนการให้บริการใหม่ of ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีสาขารามาริบดี. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก.
- สุทธิชัย จริยวิทยานนท์. (2543). ความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี. ภาคนิพนธ์ ปริญญาพัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- สุรศักดิ์ นานานุกูล. (2538). **ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาอุบลราชธานี**. ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมพร ตั้งสะสม.(2537). **ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด**. ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). **ความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาเล็งนกทาและสาขามุกดาหาร**. ภาคนิพนธ์พัฒนาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Applewhite, Phillip B. (1973). **Organization**. NY: McGraw-Hill.
- Campbell, A. (1976). **Subjective measures of well-being**. American Psychologist. 117-124.
- Davis, Kaith. (1976). **Human relation at work: the dynamic of organizational behavior**.NY: McGraw-Hill.
- Donabedian, A. (1980). **The definition of quality and approaches to its assesment**. Michigan: Health Administration Press.
- John D. Millet (1954). **Management in the public service**. NY: McGraw-Hill.
- Maslow, A.H. (1987). **Motivation and personality**. 2<sup>nd</sup> ed. NY: Harper & Row.
- Parasuman, A., L.L. Berry & V.A. Zeithaml,(1985). **A conceptual model of service quality and Its implications for future research**: Journal of Marketing. Chicago.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L. (1988). **“SERVQUAL: A Multi-item Scale for measuring consumer perception of service quality.”** Journal of Retailing 64(1): 12- 40.