

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ
กรณีศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์¹

FACTORS AFFECTING SERVICE SATISFACTION OF BANK FOR
AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES,
WANG PONG BRANCH, PHETCHABUN PROVINCE

ดวงพร รัตนศิลป์²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานและรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน คือ การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวนจำแนกทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : ความพึงพอใจในการใช้บริการ, ส่วนผสมทางการตลาด

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์

² นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวีปริญญาโท หลักสูตรทวีปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ABSTRACT

This study Objectives 1) to study the factors of marketing mixes affecting the satisfaction of using Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Wang Pong Branch, Phetchabun Province 2) to study the level of satisfaction in using the Bank for Agriculture service. and Agricultural Cooperatives, Wang Pong Branch, Phetchabun Province 3) to study the factors affecting satisfaction in using the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Wang Pong Branch, Phetchabun Province. The questionnaire was used as a tool to collect data and analyze the data with descriptive statistics, i.e. percentage, mean, standard deviation, hypothesis testing and inferential statistical reporting. The one-way discriminant variance test and Pearson's correlation coefficient of the data analysis revealed that 1) different personal factors had no effect on the satisfaction of using the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives,Wang Pong Branch. 2) Marketing mix factors affecting satisfaction in using the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives, Wang Pong Branch, Phetchabun Province. The overall level was at the highest level 3) The level of satisfaction in using the services of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives ,Wang Pong Branch, Phetchabun Province found that the overall level was at the highest level.

Keywords: Satisfaction in using service marketing ingredients

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในภาวะที่เศรษฐกิจของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น มีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกิจการการติดต่อสื่อสารกระจายไปทุกหนแห่งทั่วโลก ความต้องการใช้เงินลงทุนในธุรกิจต่างๆ ย่อมเพิ่มสูงขึ้น ธนาคารจึงจัดว่าเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทางเศรษฐกิจไม่ว่าเรื่องใดล้วนต้องพึ่งพาธนาคารอันเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญ เพราะธนาคารเป็นกลไกที่ทรงพลังในระบบการเงินของประเทศ ธนาคารเปรียบเสมือนเสาหลักต้นหนึ่งของเศรษฐกิจทั้งระบบ ซึ่งเป็นหลักที่มั่นคงและอำนวยทุนเกื้อหนุนเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตขึ้น มีบทบาทในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ และยังมีหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ออมและผู้ลงทุน ธนาคารจึงเป็นธุรกิจอย่างหนึ่งที่มีการแข่งขันกันสูงและมีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ สภาพการแข่งขันในระบบธนาคารและสถาบันการเงินต่าง ๆ มีความรุนแรง มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และด้านการให้บริการ เพื่อที่จะตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งธนาคารยังคงประสบปัญหาการให้บริการที่ส่งผลให้ผู้มาใช้บริการเกิดความไม่พอใจ เช่น ผู้ให้บริการมีสีหน้าเคร่งเครียด ไม่ยิ้มแย้มให้บริการล่าช้า ไม่มีช่องทางด่วนเปิดให้บริการเมื่อมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก มีขั้นตอนการให้บริการที่ยุ่งยากซับซ้อน เป็นต้น ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 มีการคัดกรองลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการและจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ทำให้ลูกค้าบางส่วนไม่พอใจในการบริการของธนาคาร ปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ธนาคารอยู่รอดได้ก็คือ คุณภาพของการให้บริการ คือ การสร้างความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้กับลูกค้า รวมถึงธนาคารจำเป็นต้องมีการสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาระบบการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นเกิดประสิทธิผล กระตุ้นให้พนักงานมีจิตสำนึกในด้านการให้บริการมากขึ้น ซึ่งสถาบันการเงินแต่ละแห่งใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่น การใช้กลยุทธ์การตลาด (7Ps) ในการวัดความพึงพอใจในการบริการขององค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เหนือกว่า คู่แข่งขัน

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นรัฐวิสาหกิจ ในสังกัดกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงิน ได้มีการพัฒนาประสิทธิภาพในเชิงรุก ทั้งทางด้านการบริหารและการปฏิบัติงานในทุก ๆ ด้าน เพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานและสร้างจิตสำนึกให้พร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการให้บริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและเกิดความพึงพอใจตลอดจนได้ปรับปรุงพัฒนาการบริการให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ก็เพื่อรักษาฐานและเพิ่มจำนวนลูกค้าของธนาคารให้คงอยู่และเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นข้อมูลในการปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการของธนาคารให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการของธนาคารและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริการลูกค้าและตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการอย่างตรงจุด เน้นความคาดหวังก้าวสู่การบริการที่เป็นเลิศอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือไม่
2. ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือไม่
3. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด(7Ps)ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์

แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด

Philip Kotler (1997, p. 92 อ้างถึงใน ชญาธิ์น ขนอม 2563 หน้า 5) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแต่เดิมส่วนผสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปรได้แก่บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการให้บริการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดแบบ 7Ps

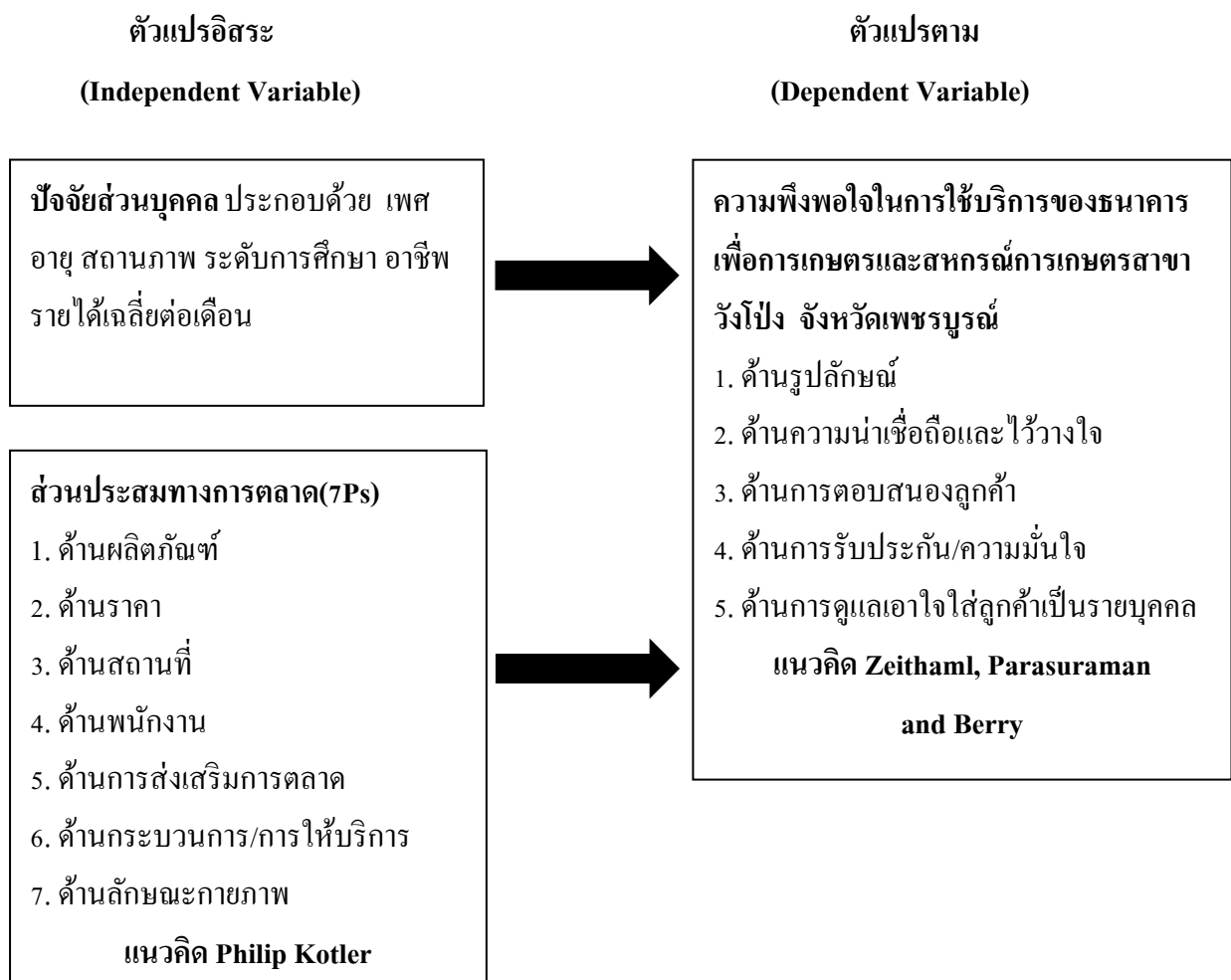
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Zeithaml, Parasuraman and Berry (1990, อ้างถึงใน วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ 2555 หน้า 6-8) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจในการบริการนั้นขึ้นอยู่กับความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการ ซึ่งเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของผู้รับบริการที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังหรือคาดหวังกับการบริการของพนักงานอย่างไร เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างสูงสุด และสามารถวัดระดับความพึงพอใจในการบริการลูกค้า สามารถแบ่งเป็น 5 ด้านโดยมีลักษณะดังนี้ ด้านรูปลักษณ์ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าผู้รับบริการ (Assurance) ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

Kotler (1997, p.611 อ้างถึงใน ดลพร รุ่งปัจฉิม 2556 หน้า 15) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นการแสดงที่องค์กรสามารถเสนอให้อีกองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มียุติกรรมและไม่มีผลลัพธ์ความเป็นเจ้าของในสิ่งใด นั่น โดยที่การผลิตอาจไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพ ดังนั้นในการรักษาคุณภาพการบริการที่ดีจึงจำเป็นต้องควบคุมในทุกๆหน่วยบริการเกิดความพึงพอใจของลูกค้าผู้มารับบริการเสมอ คือ จะต้องมีการบริการดีทั้งองค์กร ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีนั้น ขึ้นอยู่กับผู้มารับบริการว่ามีความคาดหวังมากน้อยเพียงใด และในการสร้างธุรกิจขององค์กรทุกองค์กรต้องรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการให้อยู่ตลอด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้ได้รับบริการจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษานี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่เรียบเรียงขึ้นเอง โดยจากการศึกษา ทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ศึกษาการสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิด จากนั้นนำกรอบแนวคิดที่ได้ไปสร้างแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. สร้างแบบสอบถาม (questionnaire) เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดพฤติกรรมภายในของบุคคลเกี่ยวกับความรู้สึกรู้สึก ความคิดเห็น เจตคติ เกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิ่งโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ ทั้งนี้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรและสหกรณ์ สาขาวิ่งโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารเพื่อเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวิ่งโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบเนื้อหา นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นเอง โดยจากการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมีความครบถ้วนและสอดคล้องตรงกับเนื้อหาที่เรื่องที่จะศึกษา

การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้ทำการนำเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Pilot Test) กับกลุ่มทดสอบ โดยมีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน ก่อนการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Internal Consistency Method) ด้วยการหาค่าสัมสิทธิ์ Cronbach's Alpha เพื่อตรวจสอบความแม่นยำและความเหมาะสมของแบบสอบถาม เพื่อสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจตรงกัน โดยผู้วิจัยได้ใช้สูตร Cronbach, (1970) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากการทำ Pilot Test ในการทดสอบ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในทุก ๆ ด้านจึงรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ประเภท ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลเชิงสำรวจ การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ดำเนินการ ดังนี้

1.1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

1.2 นำแบบสอบถามไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และประสานงานกับพนักงานธนาคาร เพื่ออนุเคราะห์การเก็บรวบรวม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการสนับสนุนการศึกษาให้มีความสมบูรณ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รวมทั้งข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการบรรยายข้อมูลด้วยสถิติเบื้องต้น ดังนี้

1.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ โดยใช้ค่าสถิติดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อทดสอบหาความแตกต่าง ด้วยการทดสอบค่าเฉลี่ยแบบที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA)

2.2 การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ซึ่งเป็นการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่อยู่ในมาตรวัดระดับ Interval Scale หรือ Ratio Scale ค่าที่ได้เรียกว่า “สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์” ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น/ต่ำกว่า อาชีพเกษตรกร/ธุรกิจส่วนตัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -15,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ จากผลการศึกษา พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า ลำดับที่ 1 คือ ด้านพนักงาน รองลงมา คือ ด้านสถานที่ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ จากผลการศึกษา พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อแล้วพบว่า ลำดับที่ 1 คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล รองลงมาคือ ด้านรูปลักษณ์ ด้านการรับประกัน/ความมั่นใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สรุปผลได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันโดยภาพรวม ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับสูงมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ทัศนศึกษา ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางการศึกษาไว้ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ธนาคารควรเพิ่มเครื่องถอนเงิน (ATM) เครื่องฝากเงิน (CDM) อัตโนมัติ ตามแหล่งชุมชนต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ ธนาคารควรส่งเสริมให้ลูกค้าได้ทำบัตร ATM เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และเป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียมในการใช้บัตร ATM อีกด้วย อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาเรื่องจำนวนลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด ธนาคารควรมีการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารหรือจัดงานให้เพิ่มขึ้น และเพิ่มกิจกรรมให้หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคารได้มากยิ่งขึ้น หรือร่วมจัดกิจกรรมกับผู้นำท้องถิ่น ส่วนงานราชการ เพื่อช่วยทำให้ลูกค้าได้ทราบถึงการข่าวสารของธนาคาร ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

3. ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ธนาคารควรสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าผู้มาใช้บริการว่าธนาคารสามารถรักษาความลับของลูกค้าเมื่อลูกค้ามาติดต่อธุรกรรมต่างๆ ไม่ให้รั่วไหลออกไปสู่บุคคลภายนอก เช่น ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ข้อมูลเงินฝาก ข้อมูลเงินกู้ เป็นต้น

4. ด้านการตอบสนองลูกค้า ธนาคารควรพัฒนาระบบการให้บริการโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาเพื่อลดขั้นตอนในการทำงาน มีการพัฒนาระบบงานในการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพ ไม่มีข้อผิดพลาด สามารถตรวจสอบได้ ตลอดจนควรมีพนักงานให้คำแนะนำต่อรูปแบบการให้บริการประเภทต่างๆ มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พนักงานเกิดความชำนาญในตำแหน่งของตนเอง ไม่เกิดข้อผิดพลาดส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการบริการต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการซักซ้อมการปฏิบัติงานในช่วงตอนเช้าก่อนที่จะเปิดทำการของธนาคาร มีการจัดเตรียมความพร้อมในการบริการ เช่น จัดเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ความพร้อมของพนักงาน เพื่อพร้อมให้บริการต่อผู้ให้บริการ

2. ควรเพิ่มปุ่มแสดงความคิดเห็นการใช้บริการทุกเคาน์เตอร์การให้บริการเพื่อวัดความพึงพอใจในการใช้บริการของพนักงานรายคน นำไปสู่การประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นทางการ

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาวังโป่ง จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งทราบถึงระดับความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า เท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะขยายสถานที่ในการวิจัยให้ครอบคลุมหลายสาขา ในจังหวัดเพชรบูรณ์ จะทำให้ผลการวิจัย มีประโยชน์ต่อธนาคารมากยิ่งขึ้น

2. ควรจะมีการวิจัยอย่างต่อเนื่อง หลังจากที่มีการปรับปรุงการให้บริการเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจ พัฒนากลยุทธ์ของธนาคารทุกด้านซึ่งจะเป็นประโยชน์กับธนาคารในการสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการและประเมินผลการบริการของธนาคารในระยะเวลาที่ผ่านมา

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสาขาต่างๆ ในจังหวัดเพื่อจะได้นำผลการศึกษามาปรับปรุงการบริการ อันนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง การบริการที่เป็นมาตรฐานต่อไป

บรรณานุกรม

- แก้วขวัญ ผดุงพิพัฒน์บวร. (2559). ปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคาร บนโทรศัพท์มือถือของธนาคารกรุงไทย (KTB Netbank). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรฤฎา สุนทรวารภาส, สิริพันธ์ วงศ์อินทวัง. (2561). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาพุนพิน. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยการค้าไทย.
- ชุตินันท์ เจ้าเจริญ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระ(พาณิชยศาสตร์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชญาสิน ขนอม. (2563). ส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) สำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาเขาปีบ จังหวัดชุมพร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐพล อารีรักษ์. (2560). ความพึงพอใจการใช้บริการธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่. กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระธุรกิจมหาบัณฑิต
- คณพร รุ่งปัจฉิม. (2556). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการบริการของธนาคารออมสินในจังหวัดระนอง. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญญาภา นาคสินธุ์ (2559). ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาท่าเรือแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประพันธ์ แถวกระต่าย. (2556). ความพึงพอใจที่มีผลต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาวิทยลัยศรีปทุม.
- พรภัสส์ สีส่วน. (2562). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.)สาขาทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรเทพ อยู่ญาติวงศ์.(2563). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาพุทธมณฑลสาย 5 การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- รศ.ดร.สุวรรณิ แสงมหาชัย. (2556). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัชรภรณ์ จันทร์สุวรรณ. (2555). ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)สาขาพุนผล จังหวัดภูเก็ต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- รายงานประจำปี. (2562). ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- สมพร สิ้นเจริญ. (2560). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- หทัยรัตน์ บันลือ. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาสวนจิตรลดา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อัญชญา สายสนั่น ณ อรุณา. (2558). การศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล.การค้นคว้า อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Yamane, Taro. (1973). *Introductory Analysis*. 3rded. Tokyo : Harper International Edition
- Parasuraman,A, Zeithaml,and Berry,L.L.(1994). "Alternative scale for Measuring Service Quality;A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria" *Journal of Retailing*.