

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้านาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุษินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ สรุปผลการศึกษา
ตามลำดับ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการศึกษา
2. สมมติฐานของการศึกษา
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
7. สรุปผลการวิจัย
8. อภิปรายผลการวิจัย
9. ข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของลูกค้านาคารเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของธนาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุษินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร สาขาอุษินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดของลูกค้านาคารที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุษินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์
4. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ของลูกค้านาคาร
เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาอุษินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีเพศ อายุ
การศึกษา รายได้ และอาชีพแตกต่างกัน

5. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน

สมมุติฐานในการศึกษา

1. ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

2. ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ นารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

3. ลูกค้าที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

4. ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

5. ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ แตกต่างกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ในปี พ.ศ. 2550 รวมทั้งสิ้น 14,000 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 389 คน โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากการใช้สูตรของยามานะ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูมินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูล เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสินค้าของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาภูมินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้บริการแต่ละครั้ง ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ ประเภทบริการที่ใช้ ประเภทบริการที่ใช้โดยส่วนใหญ่ ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการ และบริการที่ต้องการเพิ่มเติม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของ ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูมินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 39 ข้อ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านพนักงาน ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ มาตราส่วนประมาณค่า

ตอนที่ 4 คุณภาพการบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาภูมินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 27 ข้อ ประกอบด้วย ความไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการ ความสามารถ การเข้าถึงได้ ความสุภาพ การติดต่อสื่อสาร ความน่าเชื่อถือได้ ความปลอดภัย และความเข้าใจลูกค้า ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรา ส่วนประมาณค่า ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างพร้อมกับตรวจสอบ เอกสาร
2. ขออนุญาตราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือประชากรกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม

3. แจกแบบสอบถามให้ลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ วันละจำนวน 20 ฉบับ ตั้งแต่วันที่ 1-30 มิถุนายน 2552 ซึ่งผู้ศึกษาได้อธิบายวิธีการ กรอกแบบสอบถาม ความมุ่งหมายในการศึกษา ให้ลูกค้าได้ทราบ และรอเก็บคืน จนได้จำนวน 389 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 พร้อมทั้งรอเก็บกลับคืน โดยตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ก่อนเก็บกลับคืนด้วย

4. เมื่อได้รับแบบสอบถามแล้วนำมาสำรวจความสมบูรณ์ของการกรอก และนำแบบสอบถามทั้งหมด มาตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของเนื้อหาแล้ว นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ของลูกค้า ใช้วิธีประมวลทางด้านหลักสถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวม และเป็นรายด้าน นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการศึกษา ซึ่งกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้

| | |
|--------------------------------------|------------------|
| ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นมากที่สุด | กำหนดให้ 5 คะแนน |
| ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นมาก | กำหนดให้ 4 คะแนน |
| ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นปานกลาง | กำหนดให้ 3 คะแนน |
| ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อย | กำหนดให้ 2 คะแนน |
| ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อยที่สุด | กำหนดให้ 1 คะแนน |

จากนั้นดำเนินการหาค่าคะแนนเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์ การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร สาขาภูหินรายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่ รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ใช้วิธีการหาค่าความถี่ แล้วสรุปออกมาเป็นคำร้อยละ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูหินรายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้วิธีประมวลทางด้านหลักสถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทาง สถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ ตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการศึกษา ซึ่งกำหนดการให้คะแนนคำตอบ ของแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นมากที่สุด กำหนดให้ 5 คะแนน

ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นมาก กำหนดให้ 4 คะแนน

ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นปานกลาง กำหนดให้ 3 คะแนน

ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อย กำหนดให้ 2 คะแนน

ระดับความสำคัญ/ความคิดเห็นน้อยที่สุด กำหนดให้ 1 คะแนน

จากนั้นดำเนินการหาค่าคะแนนเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยมีเกณฑ์ การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ให้ความสำคัญ/ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกัน โดยใช้ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t -test (Independent samples) กลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of variance : ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มี เพศ อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ แตกต่างกัน โดยใช้ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ t -test (Independent Samples) กลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance : ANOVA) และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ เชฟเฟ

สรุปผล

การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ สรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. ลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.49 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 41.54 ระดับการศึกษา ประถมศึกษา ร้อยละ 36.67 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 32.05 อาชีพ เกษตรกรรม ร้อยละ 35.90

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.10 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.38 เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเข้าใจลูกค้า ($\bar{X}=4.18$) และ ความสุภาพ ($\bar{X}=4.18$) รองลงมา คือ ความปลอดภัย ($\bar{X}=4.15$) และความสามารถ ($\bar{X}=4.11$) ความน่าเชื่อถือได้ ($\bar{X}=4.11$) และการเข้าถึงได้ ($\bar{X}=4.11$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความไว้วางใจได้ ($\bar{X}=4.01$) เมื่อนำมาสรุปผลเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านความไว้วางใจได้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.01 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การปฏิบัติ

ต่อลูกค้าด้วยความสม่ำเสมอ ($\bar{X}=4.14$) รองลงมา คือ การเอาใจใส่ต่อปัญหา เช่น การประเมินราคาหลักทรัพย์ การให้บริการ ($\bar{X}=4.04$) และการจัดสินค้าให้ตรงตามความต้องการ ($\bar{X}=3.84$)

2.2 ด้านการตอบสนองความต้องการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.07 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.50 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการผ่อนชำระ การพักชำระหนี้ ($\bar{X}=4.12$) รองลงมา คือ มีบริการสินเชื่อและบริการให้ตามที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{X}=4.09$) และมีจำนวนเงินให้กู้เพียงพอตามจำนวนที่ต้องการ ($\bar{X}=4.00$)

2.3 ด้านความสามารถ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.11 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความเชี่ยวชาญในงานบริการ ($\bar{X}=4.15$) รองลงมา คือ การให้คำปรึกษา/ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับการบริการ ($\bar{X}=4.06$)

2.4 ด้านการเข้าถึงได้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.11 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.52 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีขั้นตอนการบริการที่ไม่ซับซ้อนและเหมาะสม ($\bar{X}=4.12$) รองลงมา คือ ลูกค้าสามารถติดต่อได้ไม่ยาก ($\bar{X}=4.10$)

2.5 ด้านความสุภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.18 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.51 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้นขณะบริการ ($\bar{X}=4.22$) รองลงมา คือ พนักงานมีบุคลิกภาพเหมาะสม ($\bar{X}=4.18$) และพนักงานมีการต้อนรับและทักทาย ($\bar{X}=4.17$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ พนักงานมีการแสดงออกถึงการให้เกียรติลูกค้า ($\bar{X}=4.16$)

2.6 ด้านการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.02 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.48 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำบริการต่างๆ ได้ ($\bar{X}=4.09$) รองลงมา คือ การติดต่อประสานงานและการ

ให้บริการ ($\bar{X}=4.05$) และการแจ้งให้ลูกค้าทราบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้าและบริการ/ราคาอัตราดอกเบี้ย ($\bar{X}=3.93$)

2.7 ด้านความน่าเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.11 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการให้บริการอย่างมีจรรยาบรรณ ($\bar{X}=4.18$) รองลงมา คือ ความถูกต้องของข้อมูลในการออกใบเสร็จ ($\bar{X}=4.16$) และการบริการให้ตรงตามความต้องการ ($\bar{X}=4.01$)

2.8 ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.15 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเทคโนโลยี และระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลของลูกค้า ($\bar{X}=4.20$) รองลงมา คือ การรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเป็นความลับ ($\bar{X}=4.17$) และความถูกต้องของสัญญาเงินกู้ประเภทต่างๆ ($\bar{X}=4.15$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การรักษาความปลอดภัย ($\bar{X}=4.06$)

2.9 ด้านความเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.18 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีการแนะนำบริการต่างๆ ของธนาคารให้ทราบ ($\bar{X}=4.21$) รองลงมา คือ มีการช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการใช้บริการให้ตามที่ลูกค้าต้องการ ($\bar{X}=4.19$) และ3 การแก้ไขข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากการให้บริการของธนาคาร ($\bar{X}=4.17$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้า ($\bar{X}=4.15$)

3. พฤติกรรมการใช้บริการส่วนใหญ่ ความถี่ในการใช้บริการ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 34.36 วันในสัปดาห์ที่ใช้บริการ วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 62.56 ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 07.00-12.00 น. ร้อยละ 62.31 เวลาในการใช้บริการโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 15 นาที ร้อยละ 58.72 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 100 บาท ร้อยละ 54.87 บริการที่ใช้ในแต่ละครั้ง ผัก/ถอน ร้อยละ 68.46 บริการที่ใช้โดยส่วนใหญ่ ผัก/ถอน ร้อยละ 62.31 บริการที่ใช้โดยส่วนใหญ่ ผัก/ถอน ร้อยละ 62.31 ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ญาติ/พี่น้อง ร้อยละ 41.28 บริการที่ต้องการให้ ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เพิ่มเติม ที่จอดรถ ร้อยละ 62.56

4. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.07 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.36 เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.18$) รองลงมา คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=4.15$) และด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.13$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.97$) เมื่อนำมาสรุปผลเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.98 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.49 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสินเชื่อที่ตรงตามความต้องการ ($\bar{X}=4.08$) รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของธนาคาร ($\bar{X}=4.07$) และจำนวนเงินที่ได้กู้ของสินเชื่อแต่ละประเภท ($\bar{X}=3.99$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บริการที่หลากหลาย ได้แก่ บริการสินเชื่อประเภทต่างๆ ($\bar{X}=3.80$)

4.2 ด้านราคา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.04 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.41 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายแสดงอัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายบริการอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.12$) รองลงมา คือ ถูกกว่าหรือเท่ากับธนาคารอื่น ($\bar{X}=4.09$) และอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าหรือเท่ากับธนาคารอื่น ($\bar{X}=4.08$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ถ้าปฏิบัติตามระเบียบของธนาคารจะได้รับส่วนลดพิเศษ ($\bar{X}=3.89$)

4.3 ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.13 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เป็นธนาคารเก่าแก่มีชื่อเสียง ($\bar{X}=4.16$) และจัดตกแต่งธนาคารสวยงามเป็นระเบียบ ($\bar{X}=4.16$) รองลงมา คือ จัดสถานที่ การให้บริการเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ ($\bar{X}=4.14$) และทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง ($\bar{X}=4.09$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความสะดวกของที่จอดรถ ($\bar{X}=4.08$)

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.95 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้ค่าตอบแทนแก่ลูกค้าที่มาชำระเงินกู้ตรงเวลาและสม่ำเสมอ ($\bar{X}=4.05$) รองลงมา คือ มีการแจกรางวัล ชิงโชค และให้ทุนการศึกษา ($\bar{X}=4.02$) และการให้บริการนอกสถานที่ ($\bar{X}=3.97$ และมีการจัดช่วงลดค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ยเป็นระยะๆ ($\bar{X}=3.97$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ทางวิทยุ ($\bar{X}=3.77$)

4.5 ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.17 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.46 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานรู้ขั้นตอนการ/ให้บริการอย่างรวดเร็ว ($\bar{X}=4.25$) รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้ และสามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาอย่างถูกต้องโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ($\bar{X}=4.22$) ส่วนและ พนักงานมีจำนวนมากพอในการให้บริการ ($\bar{X}=4.20$) ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ ($\bar{X}=4.06$)

4.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.15 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.43 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อากาศเย็นสบาย ปลอดโปร่ง ไม่อึดอัด ($\bar{X}=4.17$) และทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.17$) รองลงมา คือ ความสะอาดของที่จอดรถ ($\bar{X}=4.16$) และแสงสว่างที่เพียงพอภายในร้าน ($\bar{X}=4.16$) และมีมุมเก้าอี้สำหรับนั่งพักหรือนั่งรอ ($\bar{X}=4.15$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความสะอาด และเรียบร้อยภายนอกอาคาร ($\bar{X}=4.10$)

4.7 ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.05 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.47 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีเวลาเปิด-ปิดของธนาคารที่ชัดเจน ($\bar{X}=4.09$) รองลงมา คือ มีความรวดเร็วในการชำระเงินทอนเงิน ($\bar{X}=4.08$) และความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น ความรวดเร็วของระยะเวลาการประเมินหลักทรัพย์ ($\bar{X}=4.06$) และมีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ ($\bar{X}=4.06$) ส่วนค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ บริการด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ระบบบาร์โค้ด ($\bar{X}=3.94$)

5. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำแนกตาม เพศ สรุปผลได้ คือ ลูกค้ำที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านความสุภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจลูกค้ำไม่แตกต่างกัน เมื่อนำมาสรุปผลเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

5.1 ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความสุภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และด้านความเข้าใจลูกค้ำไม่แตกต่างกัน

5.2 ลูกค้ำที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความสุภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านความไว้วางใจได้ ด้านความสามารถ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และด้านความเข้าใจลูกค้ำไม่แตกต่างกัน

5.3 ลูกค้ำที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความสุภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และด้านความเข้าใจลูกค้ำไม่แตกต่างกัน

5.4 ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และด้านความเข้าใจลูกค้ำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความสุภาพ และด้านการติดต่อสื่อสาร ไม่แตกต่างกัน

6. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำแนกตาม เพศ

สรุปผล ได้ คือลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน เมื่อนำมาสรุปผลเป็นรายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

6.1 ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้าน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน

6.2 ลูกค้าที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้าน ทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน

6.3 ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

6.4 ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานของการศึกษาไว้ว่าลูกค้าที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน

มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน และลูกค้าที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกัน ซึ่งผลการศึกษามีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูธินารายณ์ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ สรุปผลได้ดังนี้

1.1 ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพบริการ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะเพศหญิงจะมีการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการเร็วกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การตัดสินใจซื้อบริการใดๆ ของผู้บริโภคจะมีสาเหตุหรือปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ 2 ประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 54) ได้แก่ การซื้อด้วยเหตุผล การซื้อด้วยเหตุผลเป็นการซื้อบริการโดยการหาข้อมูลมาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจเป็นลูกค้าธุรกิจให้บริการหนึ่ง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าการใช้บริการนั้นมีความคุ้มค่าหรือไม่ การตัดสินใจแบบนี้มักพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากเพศชายมีภาวะทางอารมณ์ที่ค่อนข้างคงที่และมั่นคงกว่าเพศหญิง การซื้อด้วยอารมณ์ การซื้อด้วยอารมณ์มักเกิดกับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย การตัดสินใจแบบนี้จะเป็นการตัดสินใจใช้บริการอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับข้อมูลบางอย่างที่มากระตุ้นต่อมความต้องการ การลดราคาเป็นการกระตุ้นต่อมให้เกิดพฤติกรรมทันที ส่วนด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านความสุภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ และด้านความเข้าใจลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้ อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีเพศ แตกต่างกันให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่ต่อปัญหา เช่น การประเมินราคาหลักทรัพย์ การให้บริการ การให้บริการผ่อนชำระ การพักชำระหนี้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของภทร ภัทฤกุล (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาโกสุมพิสัย อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษา พบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ โดยจำแนกตามลักษณะพื้นฐานบางประการด้านสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรลูกค้า ได้แก่ เพศ อายุ แหล่งที่มาของรายได้หลัก และการฝึกอบรมหรือ

ศึกษาดูงานด้านการประกอบอาชีพและจำแนกตามลักษณะการกู้ยืมเงิน คือ จำนวนเงินกู้ พบว่า มีความแตกต่างกัน

1.2 ลูกค้ำที่มีอายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความสุภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และ ด้านความเข้าใจลูกค้ำ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษา ปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้ำส่วนใหญ่มีอายุที่ใกล้เคียงกัน บริการที่ใช้ส่วนใหญ่ เป็นการกู้ยืมเงินทำให้อายุของลูกค้ำไม่มีความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของ ธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุเทพ เถลิงแสน (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้ำที่มีต่อการให้บริการ สินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผล การเปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้ำ จำแนกตามลักษณะพื้นฐานบางประการ ทางสังคมและเศรษฐกิจ และสาขาของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งเรื่องคุณภาพการ ให้บริการสินเชื่อ การให้เกษตรกรลูกค้ำกู้เงิน และการดำเนินงานหลังการให้เกษตรกรลูกค้ำ กู้เงิน เมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจจำแนกตามลักษณะการประเมินเกษตรกรลูกค้ำ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในเรื่องคุณภาพการให้บริการสินเชื่อ และ การดำเนินงานหลังการให้เกษตรกรลูกค้ำกู้เงิน

1.3 ลูกค้ำที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพ การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้าน การตอบสนองความต้องการ ด้านการเข้าถึงได้ และด้านความสุภาพ แตกต่างกันมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นด้านการตอบสนองความต้องการ สูงกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็น ด้านการเข้าถึงได้ สูงกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ลูกค้ำที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นด้านความสุภาพ สูงกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และลูกค้ำที่มีการศึกษา ระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็น ด้านความสุภาพ สูงกว่า การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อการใช้บริการแตกต่างกัน เช่น บางคนให้ความสำคัญกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรมีบริการสินเชื่อ และบริการให้ตามที่ลูกค้าต้องการ มีขั้นตอนการบริการที่ไม่ซับซ้อนและเหมาะสม และพนักงานมีความกระตือรือร้นขณะบริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิริภักฎญา อ่วมอิมคำ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารออมสินภาคนครหลวง 2 เมื่อเปรียบเทียบตามระดับการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความชำนาญ ทัศนคติ ใจไม่ตรี ความไว้วางใจ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร การเข้าใจ/รู้จักลูกค้าจริง สิ่งสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัย การตอบสนอง และความเชื่อถือได้ แตกต่างกัน ส่วนด้านความไว้วางใจได้ ด้านความสามารถด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และด้านความเข้าใจลูกค้า

ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าให้ความสำคัญต่อการที่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีจำนวนเงินให้กู้เพียงพอดตามจำนวนที่ต้องการ ลูกค้าสามารถติดต่อได้ไม่ยาก ซึ่งลูกค้าที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน ก็มีความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรังสิตรา สังข์อร่าม (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน ผลการวิจัยพบว่า ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสุภาพ/ทัศนคติ ใจไม่ตรี ด้านความปลอดภัย ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่งที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

1.4 ลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความสุภาพ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และด้านความเข้าใจลูกค้า ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการบริการที่ไม่ต่างกัน จาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เช่น ต้องการจำนวนเงินให้กู้เพียงพอดตามจำนวนที่ต้องการ การให้คำปรึกษา ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับการบริการ สามารถติดต่อได้ไม่ยาก พนักงานมีการแสดงออกถึงการให้เกียรติ พนักงานสามารถให้คำแนะนำบริการต่างๆ ได้ และมีการให้บริการอย่างมี

จรรยาบรรณ สอดคล้องกับผลการศึกษานักเรียน ปานานาค (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อกองการธนาคารประชาชน ผลการวิจัย พบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการพบว่า โดยภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านการรับประกัน และด้านความเอาใจใส่ลูกค้าไม่แตกต่างกัน

1.5 ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือได้ ด้านความปลอดภัย และด้านความเข้าใจลูกค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ด้านความไว้วางใจได้ 1) ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 2) ลูกค้าที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 3) ลูกค้าที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพเกษตรกร 4) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการตอบสนองความต้องการ 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความน่าเชื่อถือได้ จำแนกตามอาชีพ พบว่า 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความปลอดภัย จำแนกตามอาชีพ พบว่า 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านความเข้าใจลูกค้า จำแนกตามอาชีพ พบว่า 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 3) ลูกค้าที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มี

ความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการจำนวนเงินที่กู้ไม่เท่ากัน ความสามารถในการชำระหนี้ หรือการได้รับสิทธิพิเศษแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรังสิตรา สังข์อร่าม (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพ การให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน ด้านความไว้วางใจได้ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสามารถ ด้าน การเข้าถึงบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับสูง ส่วนด้าน ความสุภาพ/อหยาบคายไม่ตรี ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง และด้านสิ่ง ที่สามารถสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม อยู่ในระดับสูงที่สุด การเปรียบเทียบระดับคุณภาพ การให้บริการของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขารัชโยธิน ตามหน่วยงานที่ ให้บริการ พบว่า ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงบริการด้านการติดต่อสื่อสาร และด้าน ความน่าเชื่อถือ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ส่วนด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงได้ ด้านความสุภาพ และด้าน การติดต่อสื่อสาร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผล การศึกษาของสิริกัญญา อ่วมอิมคำ (2545 : บทคัดย่อ) พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านความไว้วางใจ การเข้าถึงบริการ การติดต่อสื่อสาร สิ่งสัมผัสได้/บริการที่เป็นรูปธรรม ความปลอดภัยและการตอบสนอง ไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ลูกค้าทุกอาชีพต่างก็ต้องการให้บริการของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ที่ สามารถติดต่อได้ไม่ยาก ขั้นตอนการบริการที่ไม่ซับซ้อนและเหมาะสม

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด ที่มีความสำคัญ ต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูมินารายณ์ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ สรุปผลได้ ดังนี้

2.1 ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านราคา ด้านการส่งเสริม การตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าที่เป็นเพศหญิงจะมีการตัดสินใจเร็วกว่าเพศชาย เช่น ถ้าปฏิบัติตามระเบียบของธนาคารจะได้รับส่วนลดพิเศษ หรือมีการแจกรางวัล ชิงโชค และ ให้ทุนการศึกษา ก็จะมีผลทำให้เพศหญิงตัดสินใจใช้บริการได้ง่าย สอดคล้องกับผลการศึกษา ของอรุณี สุขเรือง (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อ

การบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี พบว่า ลูกค้ำที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านอาคารสถานที่ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ แยกแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย และด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยดังกล่าวไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเพราะลูกค้ำส่วนใหญ่ ต้องการจำนวนเงินที่ได้กู้ของสินเชื่อแต่ละประเภทที่เพียงพอกับความ ต้องการ รวมทั้งการจัดสถานที่ การให้บริการเป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการติดต่อและใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา สมสวย (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิก ต่อการส่งเสริมและการให้บริการของสหกรณ์ การเกษตรเมืองขอนแก่น จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการส่งเสริมของสหกรณ์ โดยภาพรวมพบว่าสมาชิก มีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ ด้านสินเชื่อ ด้านการรับฝากเงิน ด้านการรวบรวมผลผลิต ด้านการหาสินค้ามาจำหน่าย และด้านสวัสดิการของสหกรณ์ สมาชิกมีความพึงพอใจในระดับมาก

2.2 ลูกค้ำที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ลูกค้ำ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีความต้องการใช้บริการแต่ละด้าน ใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ยถูกกว่าหรือเท่ากับธนาคารอื่น ทำให้ที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง และบริการที่หลากหลายได้แก่ บริการสินเชื่อประเภทต่างๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอรุณี สุขเรือง (2546 : บทคัดย่อ) พบว่า เมื่อเปรียบเทียบตามอายุของผู้ใช้บริการพบว่า โดยภาพรวมและด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านการรับประกัน ด้านความเอาใจใส่ลูกค้ำ และด้านสิ่งสัมผัสได้ แตกต่างกัน

2.3 ลูกค้ำที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะ

ทางกายภาพ และด้านกระบวนการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ด้านสถานที่และ การจัดจำหน่าย ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า ระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการส่งเสริมการตลาด 1) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า ระดับประถมศึกษา 2) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีความคิดเห็นด้วยกับปัจจัยทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด สูงกว่า ระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านลักษณะทางกายภาพ ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า ระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านกระบวนการ 1) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีความคิดเห็นสูงกว่า ระดับสูงกว่าปริญญาตรี 2) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า ระดับสูงกว่าปริญญาตรี 3) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษานุปริญญา มีความคิดเห็น สูงกว่า ระดับประถมศึกษา 4) ลูกค้ำที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีความคิดเห็นด้วยกับปัจจัยทางการตลาด ด้านกระบวนการ สูงกว่า ระดับประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีคุณภาพดี มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า และมีเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการมากกว่าโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของภทร ภัทรกุล (2546 : บทคัดย่อ) ผลการวิจัย พบว่า ผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของเกษตรกรลูกค้ำต่อการให้บริการด้านสินเชื่อโดยจำแนกตามลักษณะพื้นฐานบางประการด้านสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรลูกค้ำ ได้แก่ เพศ อายุ แหล่งที่มาของรายได้หลัก และการฝึกอบรมหรือศึกษาดูงานด้านการประกอบอาชีพและจำแนกตามลักษณะการกู้ยืมเงิน คือ จำนวนเงินกู้ พบว่า มีความสถานที่ประกอบการ ด้านพนักงานพัฒนาธุรกิจ ด้านการรับบริการด้านสินเชื่อ และด้านข้อมูลข่าวสาร

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านบุคลากร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้ำให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยที่ถูก การพักชำระหนี้ หรือการส่งเสริมการตลาดที่ธนาคารจัดขึ้นเป็นประจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของของสุเทพ เฉลิมแสน (2544 : บทคัดย่อ) พบว่าเกษตรกรลูกค้ำร้อยละ 68.2 มีความสามารถในการชำระหนี้ได้หมด เกษตรกรลูกค้ำร้อยละ 47.8 ชำระหนี้โดยใช้รายได้จากการเกษตร ร้อยละ 43.9 ประกันเงินกู้โดยใช้บุคคลค้ำประกัน

2.4 ลูกค้ำที่มีรายได้อ่างแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทาง

การตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และการจัดจ้ําหน่าย แดกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ลูกค้ำที่มีรายได้อ่างไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นด้วยกับปัจจัยทางการตลาด ด้านสถานที่และการจัดจ้ําหน่าย สูงกว่ารายได้อ่าง 15,000-20,000 บาท และลูกค้ำที่มีรายได้อ่างไม่เกิน 5,000 บาท มีความคิดเห็นสูงกว่ารายได้อ่าง 10,001-15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้ำที่มีรายได้อ่างแตกต่างกันจะให้ความสำคัญต่อการเดินทางมาใช้บริการ เช่น ทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวกต่อการเดินทาง ความสะดวกของที่จอดรถ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจ้ําเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 : 205) และในทำนองเดียวกัน รายได้อ่างของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เราตัดสินใจซื้อ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะการอนุมัตินเชื่อให้ลูกค้ำแต่ละรายจะพิจารณาตามรายได้อ่าง และความสามารถในการชำระหนี้ของลูกค้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยนารีรัตน์ สิริสาร (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้ำธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สุรินทร์ จำกัด ผลการวิจัย พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้ำ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สมาชิกที่มีระยะเวลาการเข้าเป็นสมาชิก และจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ในสกต. แดกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบางประเด็น ส่วนสมาชิกที่มีรายได้อ่างที่เป็นเงินสดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการไม่แตกต่างกันทุกประเด็นที่ศึกษา

2.5 ลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด

ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ใช้บริการของธนาคาร โดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่และการจัดจ้ําหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ แดกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้ำที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการสนใจใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ไม่เหมือนกัน เช่น บางอาชีพให้

ความสำคัญกับอัตราค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายบริการ อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าหรือเท่ากับธนาคารอื่น มีการแจกรางวัล ชิงโชค และให้ทุนการศึกษา และการให้ค่าตอบแทนแก่ลูกค้าที่มาชำระเงินกู้ตรงเวลาและสม่ำเสมอ สอดคล้องผลการศึกษาของ อรุณี สุขเรือง (2546 : บทคัดย่อ) ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่า ด้านราคา 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็น สูงกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน 3) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็น อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านการส่งเสริมการตลาด 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4) ลูกค้าที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านลักษณะทางกายภาพ 1) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 2) ลูกค้าที่มีอาชีพ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 3) ลูกค้าที่มีอาชีพ เกษตรกรรม มีความคิดเห็นสูงกว่า อาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4) ลูกค้าที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นด้วยกับปัจจัยทางการ ด้านลักษณะทางกายภาพ สูงกว่า อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการศึกษาปรากฏเช่นนี้อาจเป็นเพราะลูกค้าส่วนใหญ่ทราบ ว่า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ให้สินเชื่อบริการในด้านใดบ้าง และลูกค้ายังมีความรู้จักและคุ้นเคยกับบุคลากรของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สอดคล้องกับ

งานวิจัยของชัยรัตน์ รัตนา (2543 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของเกษตรกร ในอำเภอปาง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อการบริการสินเชื่อเพื่อการเกษตรของธนาคารพาณิชย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารพาณิชย์ มีผลิตภัณฑ์ที่ดีอยู่แล้ว ด้านการบริการของพนักงานด้านสินเชื่อ มีความเห็นว่า มีการบริการที่ดีแล้วด้านกระบวนการ ขั้นตอนของการบริการด้านสินเชื่อ มีความเห็นว่า ขั้นตอนต่าง ๆ มีความสะดวก รวดเร็ว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ครั้งนี้ ผู้ศึกษา จะขอนำเสนอ ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าธนาคาร เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนำผลการศึกษา ไปใช้ให้เกิดประโยชน์และปรับปรุงการให้บริการ อีกทั้งเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ การให้บริการลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาในการส่งชำระเงินกู้ และจำนวนเงินที่ได้กู้ของสินเชื่อแต่ละประเภท ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรมีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่างๆ อย่างเหมาะสม รวมถึงพิจารณาการให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่เหมาะสม โดยควรอ้างอิงจากสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.2 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ ทางวิทยุ ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางด้านสื่อทีวี หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงบริการที่ธนาคารฯ มีไว้บริการลูกค้า อันจะเป็นการสื่อให้ลูกค้ารับทราบถึงบริการต่างๆ ที่ธนาคารฯ มี และอาจนำไปสู่การใช้บริการในอนาคตได้

1.3 ความไว้วางใจได้ จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การจัดสินค้าให้ตรงตามความต้องการ การเอาใจใส่ต่อปัญหา เช่น การประเมินราคาหลักทรัพย์ การให้บริการ ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรให้ความสนใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจมาใช้บริการของธนาคารในด้านอื่นๆเพิ่มมากขึ้น

1.4 ด้านการติดต่อสื่อสาร จากการศึกษา พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้บริการ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ การแจ้งให้ลูกค้าทราบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประเภทสินเชื่อ และบริการ/ราคาอัตราดอกเบี้ย ดังนั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ควรเพิ่มช่องทาง และความถี่ในการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางอินเทอร์เน็ต แพลตฟอร์ม หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

2.1 ศึกษาทัศนคติ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการของธนาคาร เพื่อทราบถึงความคาดหวัง และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคาร

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร ในหลาย ๆ สาขา เพื่อศึกษารูปแบบวิธีการดำเนินการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน อันจะส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรเพื่อให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่ยั่งยืน

2.3 ควรมีการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการบริการของสำนักงานธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร เพื่อจะให้ทราบถึงความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้า

2.4 ควรมีการศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์ และคุณภาพการให้บริการของธนาคารอื่นๆเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของธนาคารในด้านต่างๆให้ เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าใช้บริการกับธนาคารในระยะยาว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจของธนาคารให้สามารถทัดเทียมคู่แข่งขั้นได้ต่อไปในอนาคต

2.5 ควรมีการศึกษาคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพด้านบริการของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นระยะ ๆ ทั้งนี้เนื่องจากสถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลง

อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ย่อมอาจจะมีผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพด้าน
บริการ ของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เปลี่ยนแปลงไปด้วย



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY