

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา
ขุนหาญของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ

Factors affecting the decision to use the services of the Bank for Agriculture and
Agricultural Cooperatives, Khun Han Branch, of customers in the Khun Han District area.
Sisaket Province

จิตติชัย พะโยมเยี่ยม

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ (3) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ขณะใช้บริการของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ในเขตพื้นที่อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างโดย วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานคือ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (t-test) การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มสามกลุ่มขึ้นไป (one-way anova) , และการวิเคราะห์การถดถอย(Multiple Regression)

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 91 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้เฉลี่ย มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการสัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านพฤติกรรมต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ , ด้านความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองความต้องการ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการรับรู้ปัญหาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ , ด้านการตอบสนองความต้องการ และการให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการศึกษาข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ , การตอบสนองความต้องการ และการเอาใจใส่หรือเข้าถึงจิตใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ และการเอาใจใส่หรือเข้าถึงจิตใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ และการเอาใจใส่หรือเข้าถึงจิตใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านพฤติกรรมต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การตัดสินใจ , คุณภาพการให้บริการ , ประชากรศาสตร์

บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ในสังกัด สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีแนวทางการปฏิบัติงาน ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และพันธกิจของ ธนาคารฯ คือ ให้ความช่วยเหลือทางการเงิน แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตรสำหรับการ , เป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้านหรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใดที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน ปัจจุบันจังหวัดศรีสะเกษมีสาขาของ ธ.ก.ส. ที่ให้บริการในสังกัด สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดศรีสะเกษ 20 สาขา ที่ให้บริการลูกค้าในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเกษตรกรและลูกค้าทั่วไปในจังหวัดได้ทั่วถึง (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร : 2562) เนื่องจากจำนวนเกษตรกรผู้ถือครองการทำเกษตรในจังหวัดมีจำนวนมากถึง 281,858 ราย แบ่งเป็น ขึ้นทะเบียนเกษตรกร 278,411 ราย และไม่ขึ้นทะเบียนเกษตรกร 3,447 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ : 2567)

ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรหรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาด หรือเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ดังนั้น เพื่อเป็นการตอบสนอง วัตถุประสงค์และพันธกิจของ ธนาคารฯ ดังกล่าว ซึ่งในเขตพื้นที่อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ มีธนาคารที่ให้บริการอยู่จำนวนมาก จึงมีผลิตภัณฑ์หลากหลายและบริการที่แตกต่างกันไป ทำให้ผู้ใช้บริการในเขตพื้นที่ดังกล่าว เกิดการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

การเกษตร สาขานวนหาญ ของลูกค้า ในเขตพื้นที่ อำเภอนวนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ โดยการวิจัยในครั้งนี้จะนำผลที่ได้ไปพัฒนาและต่อยอดให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และพันธกิจของ ธนาคารฯ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขานวนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอนวนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้านานการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ อำเภอนวนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ
3. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ขณะใช้บริการของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอนวนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ

สมมุติฐานการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขานวนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอนวนหาญ จังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน
2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขานวนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอนวนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ สุนทร ประสิทธิ์วัฒนเสรี (2562) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับขนาดหรือจำนวนคน การกระจายตัวในด้านพื้นที่ของประชากร รวมถึงองค์ประกอบต่างทางประชากร ประชากรศาสตร์ หรือ Demography เป็นคำที่มาจากภาษากรีก 2 คำ ได้แก่ Demos ที่แปลว่า People (ประชากร) Graphie ที่ Describing แปลว่า การพรรณนา (การพรรณนาหรือบรรยาย) ดังนั้น ประชากรศาสตร์ (Demography) จึงหมายถึง หรือบรรยายเกี่ยวกับประชากร ลักษณะสถิติของประชากรศาสตร์ (Static Aspects) เป็นการศึกษาลักษณะเฉพาะ (Characteristics) ณ ช่วงเวลาใดช่วงเวลานึง เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ สถานะภาพสมรส การศึกษาประชากรศาสตร์ส่วนมากเป็นการศึกษาเพื่อหาขนาดหรือจำนวน ประชากร(Population Size) ในแต่ละพื้นที่และรูปแบบการเปลี่ยนแปลงขนาดประชากร ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย การเกิด การตายและการกระจายตัวของประชากร (Population Distribution) โดยต้องศึกษาถึงความหนาแน่น (Density) ของประชากรในแต่ละพื้นที่ องค์ประกอบทางประชากร (Population Composition) เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา สภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ Parasuraman (1985 อ้างถึงในไพลิน ลิ้มวัฒนกุล, 2563) ได้พัฒนาและสร้างรูปแบบ เครื่องมือในการวัดคุณภาพการบริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ถูกลำนำไปใช้

บ่อที่สุด สำหรับการวัดคุณภาพการบริการ เป็นการเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะเข้าพบการบริการ และเป็นการวัดการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ โดยได้พัฒนารูปแบบ โมเดลและสรุปรวมมิติสำคัญที่บ่งชี้ถึงคุณภาพการบริการจาก 10 ด้านเหลือ 5 ด้านดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) คือ การบริการที่นำเสนอในลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึง สิ่งต่างๆ ที่มองเห็น จับต้องได้ เช่น เครื่องมือ หรืออุปกรณ์ บุคลากรหรือพนักงาน และการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสาร ป้ายต่างๆ ที่ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร อาคาร สถานที่ สำนักงาน การตกแต่ง และบริเวณที่ให้บริการลูกค้า อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย การแต่งกายของผู้ให้บริการ เป็นต้น

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ เป็นความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับ ผู้รับบริการทุกครั้ง ซึ่งมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการที่จะทำให้ ผู้รับบริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจ ได้

3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) คือ ผู้ที่ให้บริการนั้น มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะ ให้บริการแก่ลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ อย่างรวดเร็ว และผู้รับบริการสามารถ เข้าถึงบริการได้ง่าย ได้รับความสะดวกสบายจากการมาใช้บริการ

4. การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ (Assurance) คือ ผู้ให้บริการนั้น มีทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ และ ความสามารถในการให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้รับบริการได้ ด้วยความสุภาพ เรียบร้อย มี กิริยา ท่าทาง และมารยาทที่ดีในการให้บริการ รวมทั้ง สามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจ และเกิดความ มั่นใจในการรับบริการได้

5. การเอาใจใส่หรือ เข้าถึงจิตใจ (Empathy) คือ ผู้ให้บริการมีความสามารถในการดูแลความเอาใจใส่เข้าอก เข้าใจต่อผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกัน ผู้ให้บริการสามารถแสดงถึงความเข้าใจที่มีต่อผู้รับบริการได้ ชู ชัย สมितिไกร (2553, หน้า 369-373) อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ในการประเมินคุณภาพการ บริการร้านอาหารไทย จากมุมมองผู้รับบริการนั้น ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพบริการ โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ ของผู้รับบริการต่อการบริการที่ได้รับ หากบริการที่ได้รับ สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของ ผู้รับบริการได้จะถือว่าบริการนั้นเป็นบริการที่มีคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้นำเกณฑ์การวัดคุณภาพการ โดยมีเกณฑ์ ของ Parasuraman, et al. (1988) ที่ได้กล่าวในประเด็น SERVQUAL ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการ ให้บริการ ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการและความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ ดังที่กล่าวมาแล้ว เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้วัดระดับความคาดหวังคุณภาพในการ ให้บริการของลูกค้าได้ดีที่สุด

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตัดสินใจ สิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษณะานนท์ และศุภร เสรีรัตน์, 2552 (อ้างถึงใน อภิชา พิพัฒสุนธา , 2563) รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคทั้ง 3 แบบ มีลักษณะขั้นตอนที่ ใกล้เคียง หรือแตกต่างกันตรงที่การตัดสินใจอย่างง่ายไม่จำเป็นต้องมีการประเมินทางเลือก สามารถตัดสินใจซื้อได้

ทันที ส่วนอื่น ๆ ของกระบวนการนั้นจะแตกต่างกันที่ความพยายามในการซื้อ มีระดับแตกต่างกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อจะประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อ เมื่อการที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการในสินค้า โดยที่สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเป็นสิ่งที่กระตุ้นภายในร่างกายหรือจากนักการตลาดที่สร้าง สิ่งกระตุ้นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าและบริการ หากมีแรงกระตุ้นมากพอไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคก็จะพยายามที่จะหาทางตอบสนองต่อความปรารถนาและเกิดความต้องการในสินค้าและบริการ

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้วหรือได้รับแรงกระตุ้นให้รับรู้ถึงปัญหาแล้ว ผู้บริโภคจะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จัดจำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ เพิ่มเติม โดยผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน (Internal Search) และหากข้อมูลมีไม่เพียงพอก็จะหาจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Search) ข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นข้อมูลภายนอกที่ผู้บริโภคค้นคว้าหาจาก แหล่งอื่น ๆ โดยไม่ได้มาจากความทรงจำ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation Of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่สนใจก็จะนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการเลือก โดยมีการกำหนดความต้องการของตนเองขึ้นพิจารณา ลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์รายี่ห้อต่าง ๆ มาทำการเปรียบเทียบข้อดี – ข้อเสีย ของแต่ละยี่ห้อ และเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตน ตั้งไว้ โดยจะมีเรื่องของความเชื่อต่อตรา ยี่ห้อ และเรื่องของทัศนคติต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องก่อนที่จะตัดสินใจเลือกตรา ยี่ห้อที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อผ่านขั้นของการประเมินทางเลือก ต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคจะได้สินค้าตรา ยี่ห้อที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด ที่ตั้งใจจะซื้อ นั่นคือ ผู้บริโภคจะเกิดความต้องการที่จะซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น แต่บางครั้งแม้ว่าผู้บริโภคได้ตัดสินใจซื้อแล้วก็ตาม อาจมีปัจจัยบางอย่างเข้ามากระทบต่อการตัดสินใจซื้อ ทำให้เกิดการล่าช้า ลังเล กลัวที่จะต้องจ่ายเงินค่าสินค้าแล้วเงินไม่พอในการใช้จ่าย ไม่แน่ใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการว่าจะดีจริงตามที่โฆษณาหรือไม่ เพื่อน หรือ คนใกล้ชิดแนะนำให้ลองทบทวนดูอีกที ดังนั้น การโฆษณาควรหาวิธีในการโฆษณาเพื่อเร่งรัดให้เกิดการตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น วิธีเร่งรัดการตัดสินใจ

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้ซื้อ ผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้ว พฤติกรรมหลังจากซื้อบางอย่างก็จะตามมา หากผลที่ได้รับเป็นไปตาม ความคาดหวัง ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ มีทัศนคติที่ดี มีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อซ้ำ แต่ถ้าหากผลที่ได้รับไม่เป็นไปตามคาด ก็จะเกิดความไม่พอใจ และเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ ตามมาหลาย ประการ เช่น ผู้บริโภคหยุดการใช้สินค้าและบริการหลังจากการใช้ครั้งแรก ถ้าความต้องการหยุด ลง หรืออาจเก็บเป็นความไม่พอใจไว้ จนกระทั่งเกิดการซื้อในครั้งต่อไปเนื่องจากสินค้ามี

เงื่อนไข พิเศษที่ดึงดูดใจในด้านการลดราคา ผู้บริโภคมองหาหรือวิธีการแก้ไขจากพนักงานขาย หรือขอคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญเพิ่มเติม เพราะอาจเกิดจากการใช้ผิดวิธีทำจึงทำให้รู้สึกไม่น่าพอใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ประชากร (Population) ที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรผู้ใช้บริการกับ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวอย่างลูกค้าที่ใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ซึ่งจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่ อีกทั้งทำให้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ซึ่งคำนวณจากการกำหนดขนาดตัวอย่างที่มีความคลาดเคลื่อนที่ 5 % และกำหนดความน่าเชื่อถือไว้ที่ 95 % และใช้สูตรคำนวณ (Cochran W.G. , 1977) จากการคำนวณจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยจะนำมาวิจัยในครั้งนี้เป็นจำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่

เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท (Nominal Scale)

อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท (Nominal Scale)

รายได้ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ประกอบไปด้วย 5 ข้อ ได้แก่ 1. ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4. การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ (Assurance) 5. การเอาใจใส่หรือเข้าถึงจิตใจ (Empathy)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาขุนหาญ ได้แก่ 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือก 4. การตัดสินใจใช้บริการ 5. พฤติกรรมหลังจากซื้อ

ผลการวิจัย

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 364 คน คิด

เป็นร้อยละ 91 มีอาชีพเกษตรกร จำนวน 375 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.8

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาขุนหาญ ในเขตพื้นที่อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ โดยภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 เมื่อพิจารณาในด้าน พบว่า ความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.88 รองลงมา คือ การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ เท่ากับ 4.61 และการตอบสนองความต้องการ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาขุนหาญ ในเขตพื้นที่อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ โดยภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.46 เมื่อพิจารณาในด้าน พบว่า พฤติกรรมต้องการซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.90 รองลงมา คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ เท่ากับ 4.88 และการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 3.64 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ลูกค้าที่มีเพศที่ต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอายุ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยเครื่องมือทางสถิติ LSD พบว่า การเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจโดยภาพรวมกับอายุ โดยเฉลี่ยมีนัยสำคัญ 7 คู่ คือ ระหว่างช่วงอายุ 20-29 ปี กับ 30-39 ปี , ระหว่างช่วงอายุ 20-29 ปี กับ 40-49 ปี , ระหว่างช่วงอายุ 20-29 ปี กับ 50-59 ปี , ระหว่างช่วงอายุ 30-39 ปี กับ 60 ปี ขึ้นไป , ระหว่างช่วงอายุ 40-49 ปี กับ 50-59 ปี , ระหว่างช่วงอายุ 40-49 ปี กับ 60 ปี ขึ้นไป , ระหว่างช่วงอายุ 50-59 ปี กับ 60 ปี ขึ้นไป

3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยเครื่องมือทางสถิติ LSD พบว่า การเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจโดยภาพรวมกับระดับการศึกษา โดยเฉลี่ยมีนัยสำคัญ 3 คู่ คือ ระหว่างระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับระดับการศึกษาปริญญาตรี , ระหว่างระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี , ระหว่างระดับการศึกษาปริญญาตรี กับระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

4. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยเครื่องมือทางสถิติ LSD พบว่า การเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจโดยภาพรวมกับอาชีพ โดยเฉลี่ยมีนัยสำคัญ 3 คู่ คือ ระหว่างพนักงานบริษัท กับเกษตรกร , ระหว่างข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับเกษตรกร, ระหว่างข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับ ประกอบธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

5. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านรายได้เฉลี่ย มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยเครื่องมือทางสถิติ LSD พบว่า การเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจโดยภาพรวมกับรายได้เฉลี่ย โดยเฉลี่ยมีนัยสำคัญ 9 คู่ คือ ระหว่างต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ 10,001 - 15,000 บาท , ระหว่างต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ 15,001 - 20,000 บาท , ระหว่างต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ 20,001 – 25,000 บาท , ระหว่างต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป , ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท กับ 15,001 - 20,000 บาท , ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป , ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท กับ 20,001 – 25,000 บาท , ระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป , ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท กับมากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขามหาสารคาม ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอมหาสารคาม จังหวัดศรีสะเกษ ต่างกัน

1. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ , ด้านความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองความต้องการ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการรับรู้ปัญหาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ , ด้านการตอบสนองความต้องการ และการให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการศึกษาข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ , การตอบสนองความต้องการ และการเอาใจใส่หรือเข้าถึงจิตใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการประเมินทางเลือก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านอื่นๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการสัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ , ความน่าเชื่อถือ , การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ และการเอาใจใส่หรือเข้าถึงจิตใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านพฤติกรรมต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และด้านความน่าเชื่อถือ , การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ

และการเอาใจใส่หรือเข้าถึงจิตใจ สัมพันธ์กับการตัดสินใจด้านพฤติกรรมต้องการซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดศรีสะเกษ ตามวัตถุประสงค์งานวิจัย พบว่า การตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดศรีสะเกษ ให้มีความสำคัญกับพฤติกรรมต้องการซื้อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ การประเมินทางเลือก เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับ (ภูมิ พงสุวรรณ , 2564) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ จากการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับเห็นด้วย จากพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อตามลำดับ เนื่องจาก ในเขตพื้นที่อำเภอกันทรวิชัยมีธนาคารให้บริการทางการเงินที่หลากหลายมีทางเลือกให้ลูกค้าเลือกใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่ด้วยประชากรในพื้นที่ดังกล่าวมีอาชีพเกษตรกรเป็นส่วนใหญ่ ลูกค้าจึงให้ความเห็นในด้านการประเมินทางเลือกจากตัวผลิตภัณฑ์ของธนาคาร โดยการประเมินทางเลือกด้วยตนเอง จากคำบอกเล่าจากลูกค้าที่เคยใช้บริการให้ทราบถึงข้อมูลและรายละเอียดของตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินและด้านสินเชื่อ หรือโครงการจากรัฐบาลที่สนับสนุนเกษตรกร อีกทั้งยังได้รับคำแนะนำจากพนักงานผู้ให้บริการ ได้รับความบริการได้อย่างตรงวัตถุประสงค์และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยมาตรฐานของธนาคารที่กำกับโดยธนาคารแห่งประเทศไทย และในส่วนของ ธ.ก.ส. ก็ยังมีมาตรฐานที่รักษาผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก โดยการยอมรับให้เรื่องของมาตรฐานจึงทำให้เกิดการบอกต่อปากต่อปากให้ลูกค้ารายใหม่เข้ามาใช้บริการกับธนาคารมากขึ้นอีกด้วย

2. จากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดศรีสะเกษ ตามวัตถุประสงค์งานวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุ 50-59 ปี การศึกษาดำรงตำแหน่ง อาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ (นวลพรรณ อองละออง , 2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาจันทร์บุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศ และสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างไม่มีความนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องด้วย กลุ่มเป้าหมายหลักของ ธ.ก.ส. คือกลุ่มเกษตรกร จึงเน้นการทำการเกษตรเป็นหลักแทนการศึกษาต่อในวุฒิที่สูงขึ้น รายได้หลักจะมากจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตของสินค้า ฐานลูกค้าในปัจจุบันยังคงเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะเกิดความคุ้นเคยในการใช้บริการ เกิดการบอกต่อของลูกค้าที่มาใช้บริการในเขตพื้นที่เดียวกัน สามารถเข้าถึงในตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และ ธ.ก.ส. มีผลิตภัณฑ์ที่ออกมารองรับลูกค้าที่สูงอายุ เช่นสินเชื่อเพื่อการเกษียณ อีกทั้งยังการมีรับนโยบายจากทางรัฐบาลมาช่วยเหลือกลุ่มเปราะบางหรือผู้สูงอายุโดยผ่านการให้บริการของ ธ.ก.ส. อย่างก็ตาม ธ.ก.ส. ก็ให้ความสำคัญกับการดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ

โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ ซึ่งมีอายุเฉลี่ยที่ลดลง ธ.ก.ส. จึงมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้มากขึ้น เช่น การให้บริการทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัล เพื่อให้ทันต่อยุคสมัยในปัจจุบัน

3. จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ขณะใช้บริการของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามวัตถุประสงค์งานวิจัย พบว่า คุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางบาล ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสำคัญกับความน่าเชื่อถือ การให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ และการตอบสนองความต้องการ ในการใช้บริการกับทางธนาคารฯ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ (นวลพรรณ อองละอ , 2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาจันทบุรี พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการตอบสนองส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขาจันทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เนื่องด้วย ธ.ก.ส. เป็นสถาบันการเงินของรัฐ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในภาคเกษตรกรรม มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ธ.ก.ส. มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการทางการเงินแก่ภาคเกษตรกรรมมานานหลายปี ทำให้เข้าใจความต้องการของเกษตรกรและสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ได้อย่างตรงจุด จึงได้รับการให้ความเชื่อถือและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมายของลูกค้าที่มาเข้ารับบริการ โดย มีแบบแผนและนโยบายจากรัฐบาลที่คอยสนับสนุนเป็นมาตรฐานเดียวกัน

4. สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางบาล ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ (วรสิริญา ศุภชนโชติพงศ์ , 2562) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ ชำของลูกค้านักท่องเที่ยวชาวไทย (มหาชน) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน มีการกลับมาใช้บริการ ธนาคารชำ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจใช้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเป็นธนาคารที่ช่วยเหลือเกษตรกรและส่งเสริมการพัฒนาความรู้ของเกษตรกรให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และยังยื่น มีรายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุด เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรจึงให้ความสำคัญในการทำการเกษตรมากกว่าการศึกษาเพิ่มในระดับสูง

5. สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาบางบาล ของลูกค้าในเขตพื้นที่ อำเภอบางบาล จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ต่างกัน พบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อการตัดสินใจในการรับรู้ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (บุญญาพร บุญธรรมมา , 2563) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความเป็น

รูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและปัจจัยด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผล ต่อความตั้งใจในการใช้บริการ โรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วรสิริญา สุภธนโชติพงศ์, 2562) ได้ศึกษา คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ ซ้ำของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น โดย ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่า การใช้บริการธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาขุนหาญ ของลูกค้าในเขตพื้นที่อำเภอขุนหาญ ได้ให้ความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นธนาคารของรัฐที่มีการควบคุมและดูแลของกระทรวงการคลัง ซึ่งมีนโยบายช่วยเหลือเกษตรกรทั้งด้านการเงินและความรู้ เพื่อให้เกิดความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมต่างๆของเกษตรกร ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเทคโนโลยีเพื่อให้บริการทางการเงินที่สะดวกและรวดเร็ว เช่น ระบบ BAAC Mobile รวมถึงการใช้ช่องทางออนไลน์ในการติดต่อและดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ ซึ่งเพิ่มความสะดวกสบาย ลดความยุ่งยากในการทำธุรกรรม และมีความปลอดภัยในการให้บริการแก่ลูกค้าที่ใช้บริการ

2. ด้านการตอบสนองความต้องการ ธนาคารมีการให้บริการทางการเงินที่หลากหลาย เช่น การให้สินเชื่อแก่เกษตรกร การฝาก-ถอนเงิน การโอนเงิน การลงทุน และบริการทางการเงินอื่นๆ เนื่องจากธนาคารมีผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของธนาคารฯ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่างๆของธนาคาร การให้บริการเคลื่อนที่ และให้ความรู้ด้านการเงินให้กับลูกค้า เพื่อเสริมสร้างความรู้และพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของเกษตรกรตามนโยบายของธนาคารที่ได้กำหนดไว้

3. ด้านการให้ความมั่นใจหรือความไว้วางใจ ธนาคารฯ จำเป็นต้องเน้นย้ำในเรื่องของการแนะนำข้อมูลของผลิตภัณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ อย่างตรงไปตรงมา เพื่อรักษาผลประโยชน์ของลูกค้าจะได้รับในอนาคต ปฏิบัติตามหลักการให้บริการลูกค้าอย่างเป็นธรรม

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการแนะนำผู้บริหารองค์สำหรับการจัดการคุณภาพการให้บริการ การรักษาคุณภาพการให้บริการส่งผลให้เกิดการพัฒนาขององค์กรให้มีการเติบโต ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ารายใหม่ที่มาใช้บริการมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการทำวิจัยในครั้งต่อไปควรนำปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ เช่น ประเภทผลิตภัณฑ์ของธนาคารฯ มาเป็นส่วนหนึ่งของตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารฯ เพื่อทราบความต้องการผลิตภัณฑ์ของธนาคารฯแต่ละประเภทส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารฯแตกต่างกันหรือไม่

บรรณานุกรม

กานดาดี มณีวรรณ (2561) ทักษะการตัดสินใจและแก้ปัญหา สืบค้น 15 กันยายน 2567 จาก

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjz8O_7_7eKAxVGTWcHHbKPKFYQFnoECBsQAQ&url=https%3A%2F%2Fdltv.ac.th%2Futills%2Ffiles%2Fdownload%2F161171&usg=AOvVaw2Rbdz8s5fVzOABMpaz00O&opi=89978449

ณัฐณี คุรุกิจวานิชย์ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์ของ

ธนาคารออมสิน ในเขตธนาคารออมสินภาค 3 (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ทัตเทพ พบครุฑ (2565) ปัจจัยการซื้อสถานะในอุดมคติมีอิทธิพลต่อส่วนประสมการตลาดของ

บ้านจัดสรรราคาระดับ Main Class ในเขตจังหวัดชลบุรี (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2562) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และค่านิยม สืบค้น 15

กันยายน 2567 จาก <https://www.baac.or.th/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) โครงสร้างระบบสถาบันการเงินไทย สืบค้น 22 กันยายน

2567 จาก <https://www.bot.or.th/>

นวลพรรณ อองละออ (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารออมสิน สาขา

จันทบุรี (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ปริศรา ธานีใหญ่ (2565) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าทำงานในองค์กรของคน

Generation Z (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

บุญญาพร บุญธรรมมา (2563) คุณภาพการบริการและพฤติกรรมกรเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจ

ในการใช้บริการ โรงแรม ขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

ไพลิน ลิ้มวัฒนกุล (2563) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ

ผู้ให้บริการโมบายแบงก์กิง (MyMo) ของธนาคารออมสิน (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยบูรพา

ภูมิ พบสุวรรณ (2564) ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการร้านอาหาร

ขนาดเล็ก ประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร

วรสิริญา สุขธนโชติพงศ์ (2562) คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะใช้บริการ ข้าวของ

ลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

- วิลาสินี จงกลพีช (2563) คุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อธุรกิจเครื่องแก้ว
วิทยาศาสตร์ ภูมิศึกษา บริษัท เอ็น เค แลบบอราทอรี (ประเทศไทย) จำกัด (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ศศิพร บุญชู (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ใน
พื้นที่ เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี (วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย) มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (ม.ป.ป.) ความหมายของธนาคาร สืบค้น 22 กันยายน 2567 จาก
<http://legacy.orst.go.th/?knowledgeธนาคาร-๔-กรกฎาคม-๒๕๕๓>
- สรินโย สอดสี (2565) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าด้านราคาที่
ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการร้านอาหารระดับหรู ของผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร (งานนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2567) ข้อมูลเกษตรกรในอำเภอขุนหาญ สืบค้น 15 กันยายน 2567 จาก
<https://esurvey.nso.go.th/portal/apps/dashboards/532c3757fe2c4277b95702e04bcffcd>
- สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒน์เสรี (2562) ลักษณะทั่วไปของประชากรศาสตร์ สืบค้น 15 กันยายน 2567
จาก http://www.sukon.cmustat.com/STAT208343/chap1_343.pdf
- อภิชา พิพัฒสุนธา (2563) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูในร้านผ่านตลาด
กลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อสาพ พิมโพธิ์ (2565) การศึกษาปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของ
สถาบันการเงินเฉพาะกิจใน จังหวัดปทุมธานี (ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี
- อิทธิฉนา โฉม (ทางเกตุ) (2561) คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ่อ
ใหญ่ อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม (วิทยานิพนธ์ ปริญญาพุทธศาสตรมหาบัณฑิต)
- Cochran, W. G. (1977) *Sampling Techniques (3rd ed.)*. New York : John Wiley and Sons.
- Mandala Team (2024) ข้อมูลประชากรศาสตร์ คืออะไร สืบค้น 15 กันยายน 2567 จาก
<https://blog.mandalasystem.com/th/demographic>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) *Marketing Management (15th ed.)* London: Education, Inc.
- Parasuraman , (1994) Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). *Reassessment
of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further
Research. Journal of Marketing*, 58, 111–124.
- Survey Slash (2564) คุณภาพการบริการ (Service Quality) สืบค้น 22 กันยายน 2567 จาก
https://www.surveyslash.com/article/21/service_quanlity