

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.)

สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

Consumer's Satisfaction of Loans Service Given by Bank for Agriculture and Agriculture Cooperatives in Phasi Charoen Branch Bangkok

ปรเมษฐ์ ยอดเครือวัลย์

นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง และสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติไคสแควร์

ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20- 30 ปี มีสถานเป็นโสด มีอาชีพเกษตรกร มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีรายได้ 10,000 บาท - 20,000 บาท นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการกับครอบครัวมากที่สุด มาใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน นิยมมาใช้บริการในวันจันทร์ และนิยมใช้บริการสินเชื่อเพื่ออุปโภคบริโภค นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านบุคลากร รองลงมาได้แก่ ด้านกระบวนการ และมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านสถานที่

การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ สถานะภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ บุคคลที่ไปใช้บริการร่วมกัน ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และเวลาที่เลือกใช้บริการมีความพึงพอใจการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ / สินเชื่อ / ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.)

Abstract

The objectives of this study were to explore the personality, consumer behavior and consumer satisfaction of loans service given by bank for agriculture and agriculture cooperatives in Phasi Charoen branch, Bangkok. The samples used for this study were 400 consumers of loans service given by bank for agriculture and agriculture cooperatives in Phasi Charoen branch, Bangkok. The samples are purposive sampling. Questionnaires were used to collect data. The data was analyzed as frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. Chi-square test was used for analysis. The results of the study are as follows:

Most consumers were female, aged between 20 - 30 years, single, worked in farmers, hold high school degree and earned between 10,000 - 20,000 baht. Most of them consume with their family. The most consumers used 2 times per month and used servicing on Monday and used servicing consumption credit. In addition, the research found that overall of the level of service satisfaction of loans service given by bank for agriculture and agriculture cooperatives in Phasi Charoen branch, Bangkok was high level. The highest satisfaction was the staff, followed by the process. The lowest satisfaction was place.

Hypothesis testing revealed that individual factors of gender, age, marital status, occupation, educational level, and income per month were related of consumer satisfaction of loans service given by bank for agriculture and agriculture cooperatives in Phasi Charoen branch, Bangkok. Besides, it also has found that consumer behavior such as, individuals to share services, frequency of used, period of used and choosing time were related of consumer satisfaction of loans service given by bank for agriculture and agriculture cooperatives in Phasi Charoen branch, Bangkok too.

Keyword: Consumers satisfaction / Credit, Bank for agriculture and agriculture cooperatives

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเกษตรกรรมนั้นยังมีฐานะยากจน ขาดเงินทุนในการประกอบอาชีพ เพราะในแต่ละฤดูกาลจำเป็นที่จะต้องมีความจำเป็นต้องมีเงินทุนเพื่อหมุนเวียนเป็นค่าใช้จ่ายในการผลิต ทั้งค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่าจ้างแรงงาน ค่าเช่าแม่แลง รวมถึงการลงทุนในด้านชลประทาน ปัจจุบันนี้แล้วแต่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเติบโตของพืชและความสมบูรณ์ของผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับ การหาแหล่งเงินทุนในการทำมาลงทุนและจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์การเกษตร จึงมีความสำคัญยิ่งต่อเกษตรกร หากขายปัจจุบันต่างๆ แล้วอาจส่งผลกระทบต่อความเสียหายของพืชผลที่ปลูกและทำให้อาหารที่จะมามาเลี้ยงคนในครัวเรือนไม่เพียงพอ และการขาดรายได้จากการขายผลผลิตส่วนที่เหลือด้วย รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของสินค้าการเกษตรจึงทำการจัดตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรขึ้น เพื่อให้บริการด้านสินเชื่อแก่เกษตรกรรายย่อย และสินเชื่อสหกรณ์การเกษตร เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการทำเกษตรของเกษตรกรในแต่ละฤดูกาล และช่วยเสริมสภาพคล่องด้านการเงินให้กับภาคเกษตรกรรมของประเทศ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นสถาบันระดับชาติ มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงการคลัง จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เพื่อการเกษตร ปี พ.ศ. 2509 ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก ให้แก่เกษตรกร อย่างกว้างขวางทั้งในด้านเกษตรกรโดยตรง และผ่านทางสถาบันการเกษตร เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีแหล่งเงินทุนที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ให้เกษตรกร มีเงินทุนและอุปกรณ์การเกษตรที่สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้เพื่ออำนวยความสะดวกการผลิตแก่เกษตรกร รวมทั้งทำหน้าที่เป็นแหล่งเงินทุนอำนวยความสะดวก แก่สหกรณ์ที่อยู่ในประเทศไทย (ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร, 2553) การบริหารงานของธนาคารนั้นจะต้องมีการบริหารงานให้เกิดรายได้และ ควบคุมค่าใช้จ่ายให้น้อยที่สุดเพื่อให้เกิดผลกำไร ในปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีอัตราเงินกู้ที่น้อยกว่าเงินฝากกว่าหนึ่งแสนล้านบาท ซึ่งตามนโยบายการบริหารจัดการของธนาคารนั้น ปริมาณเงินกู้ต่อเงินฝาก (Load/Deposit) ต้องควบคุมให้อยู่ในอัตราส่วน 1 ต่อ 1 จึงจะมีความเหมาะสม แต่สถานการณ์ปัจจุบันปริมาณเงินฝากมีมากกว่าปริมาณสินเชื่อทำให้ดอกเบี้ยเงินฝากส่วนที่ไม่สามารถ ปลดปล่อยได้ในส่วนนี้เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านดอกเบี้ยที่ธนาคารต้องแบกรับภาระ ทำให้ธนาคารต้องหาวิธี เพื่อลดภาระด้านค่าใช้จ่ายตรงนี้

การไม่ได้รับการบริการที่พึงพอใจด้านสินเชื่อ (ขนิษฐา บริพรรณ, 2551) ข้อสันนิษฐานนี้ได้ข้อมูล จากการออกพื้นที่ของพนักงานพัฒนาธุรกิจเพื่อพบปะพูดคุยสนทนากับลูกค้าและรับทราบถึงความต้องการ ที่จะให้ธนาคารปรับปรุงการบริการและผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อต่าง ๆ การจะทำการปรับปรุงการบริการ ด้านสินเชื่อจะต้องทำการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มนี้ว่ามีความพึงพอใจต่างกันอย่างไร เพื่อที่จะ ปรับปรุงการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ปัจจุบันธนาคารได้มีนโยบาย ให้แต่ละสาขามีการขยายการให้สินเชื่อขึ้นเพื่อเป็นการลดสภาพคล่องที่สูงเกินความจำเป็น และสร้างรายได้ ด้านดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อชดเชยกับภาระดอกเบี้ยเงินฝากที่ต้องจ่าย ผู้ศึกษาจึงทำการศึกษาความพึงพอใจของ ลูกค้าต่อการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ว่ามีความพึงพอใจด้านสินเชื่อมากเพียงใด และมีข้อบกพร่องประการใด อันจะนำมาสู่ การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและส่งผลต่อการขยายสินเชื่อของธนาคาร ตลอดจนตระหนักถึงการบริการ อันจะทำให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้มาใช้บริการสินเชื่อ

ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการด้านสินเชื่อ ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และส่งผลต่อการขยายสินเชื่อของธนาคาร ตลอดจนตระหนักถึงการบริการอันจะทำให้เกิดความประทับใจ แก่ลูกค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้มาใช้บริการสินเชื่อต่อไป

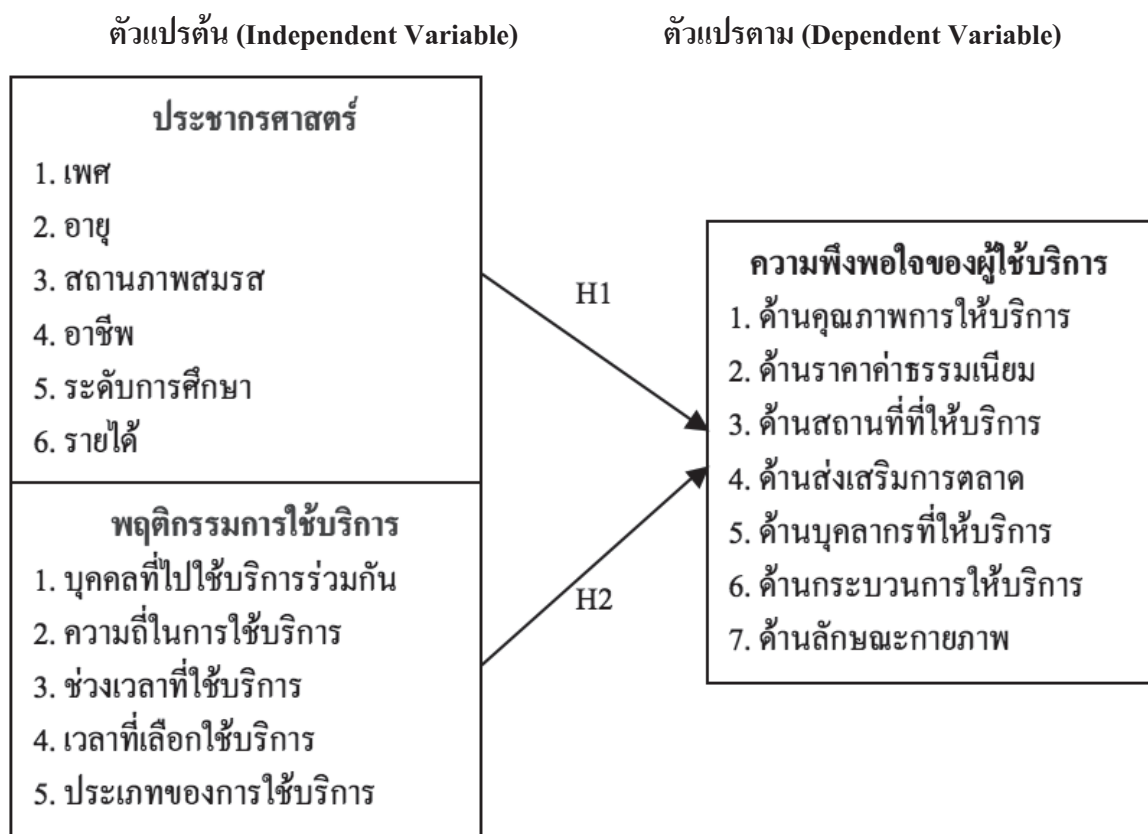
วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้าน สินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อบริษัทเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร
2. พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อบริษัทเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

จากสมมติฐานดังกล่าวข้างต้น สามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



แนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546, หน้า 199-201) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคลดังนี้ (1) อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน (2) วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน (3) อาชีพ (Occupation)

อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน (4) โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือรายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน และ (5) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

ทฤษฎีและแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543, หน้า 5) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทำเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านี้ ส่วนคอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 160) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคทั้งที่เป็นส่วนบุคคล กลุ่มและองค์กรนั้น เลือกรับซื้อ ใช้ และไม่ชอบสินค้า บริการ ความคิดหรือประสบการณ์ ที่สร้างความพึงพอใจตามความต้องการ และความปรารถนาของตนได้อย่างไร นอกจากนี้ คารา ทีปะปาน (2542) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าว เพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

ส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ (Kotler, 2000, p. 14) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย ส่วนอดุลย์ จาตุรงคกุล (2543, หน้า 26) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดถือว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขนิษฐา บริพรรณ (2551) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาในสังกัดสำนักงานเขต 18 พบว่า 1) พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมและเป็นรายด้าน 5 ด้านอยู่ในระดับสูง คือ ด้านลักษณะงาน ด้านความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านนโยบายและการบริหาร

พุดหัส สิงหรงกิจ (2552) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาคเขต 24 พบว่า 1. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สังกัดเขตส่วนภูมิภาคเขต 24 โดยภาพรวมและเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านคุณภาพผู้ให้บริการ ด้านพฤติกรรมการให้บริการ ด้านการสร้างบรรยากาศงานบริการ และด้านการให้บริการทางโทรศัพท์อยู่ในระดับมาก

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมผู้ใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 – เดือนมกราคม พ.ศ. 2558

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขา ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อความแม่นยำของข้อมูลในการเก็บตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้างโดยแบ่งออกเป็น ส่วนที่ 1 ครอบคลุมเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ส่วนที่ 2 ครอบคลุมเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ บุคคลที่ไปใช้บริการ ร่วมด้วย ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เวลาที่เลือกใช้บริการ และประเภทของการใช้บริการ ใช้มาตรวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนที่ 3 ครอบคลุมเกี่ยวกับพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านราคาค่าธรรมเนียม ด้านสถานที่ที่ให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ใช้มาตรวัดแบบช่วงระยะ (Interval scale) ซึ่งประกอบด้วยความคิดเห็นระดับความสำคัญ มากที่สุด = 5, ระดับมาก = 4, ระดับปานกลาง = 3 ระดับน้อย = 2 และระดับน้อยที่สุด = 1

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 08.00 น. ถึง 17.00 น. จำนวนวันละ 40 ตัวอย่าง เป็นเวลา 10 วัน โดยจะเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการทุกๆ รายที่เข้ามาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 - เดือนมกราคม พ.ศ. 2558

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร และใช้สถิติไคสแควร์ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2557) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 และใช้สถิติในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยผลการตรวจสอบคุณภาพทดสอบความเชื่อมั่น $\alpha = 0.918$

ผลการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.00 และ 44.00 ตามลำดับ มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50 สถานภาพสมรสเป็นโสดมากกว่าสมรส คิดเป็นร้อยละ 51.50 ทำอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 67.7 มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 50.50 และมีรายได้ 10,000 บาท - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.50

พฤติกรรมการใช้บริการ

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการกับครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมามีบริการกับญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 28.00 และใช้บริการคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 5.50 ส่วนความถี่ในการใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ จะมาใช้บริการ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนหรือคิดเป็นร้อยละ 36.25 และมากกว่า 3 ครั้งและน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.75, 13.00 ตามลำดับ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการ ในวันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาใช้บริการในวันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 17.00 และใช้บริการในวันพุทธน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.25 ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อเพื่ออุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาใช้บริการสินเชื่อเพื่อการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 16.1

ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมาได้แก่ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.34$) และน้อยที่สุด คือ ด้านสถานที่ให้บริการ ($\bar{X} = 4.15$) จากการสัมภาษณ์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะความสะอาดภายในธนาคาร การบริการที่มีคุณภาพ มีการกำหนดราคาค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของทางธนาคาร และมีการอบรมมารยาทในการให้บริการของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความกระตือรือร้นและการดูแลเอาใจใส่ในการบริการ ตลอดจนทางธนาคารมีการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนการรับเรื่องเอกสาร ส่วนเรื่องที่จ่อครยนต์ที่มีจำนวนจำกัดอาจจะเป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านสถานที่ให้บริการ แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจการใช้บริการด้านสินค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านคุณภาพการให้บริการ	4.33	0.395	มากที่สุด
ด้านราคาค่าธรรมเนียม	4.21	0.465	มากที่สุด
ด้านสถานที่ในการใช้บริการ	4.15	0.465	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.30	0.654	มากที่สุด
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.40	0.642	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.34	0.726	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.21	0.839	มากที่สุด
รวม	4.26	0.660	มากที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ และสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ส่วนอายุและอาชีพมีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะกายภาพ สำหรับระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และรายได้มีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร						
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการ	ด้านลักษณะกายภาพ
เพศ	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
อายุ	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
สถานะภาพสมรส	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
อาชีพ	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗
รายได้	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗

หมายเหตุ : หมายถึง ✓ มีความสัมพันธ์กัน หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า บุคคลที่ไปใช้บริการร่วมกัน และประเภทของการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ส่วนความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการและเวลาที่เลือกใช้บริการมีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการกับความพึงพอใจการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการใช้บริการ	ความพึงพอใจการใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร						
	ด้านคุณภาพ	ด้านราคา	ด้านสถานที่	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านกระบวนการ	ด้านลักษณะกายภาพ
บุคคลที่ไปใช้บริการร่วมกัน	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗
ความถี่ในการใช้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
เวลาที่เลือกใช้บริการ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
ประเภทของการใช้บริการ	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗

หมายเหตุ : หมายถึง ✓ มีความสัมพันธ์กัน หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สรุปและอภิปรายผล

1. ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อบริการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เพราะก่อนที่ผู้ใช้บริการจะใช้บริการ จะต้องมีการประเมินทางเลือกธนาคารที่เหมาะสมกันตัวเองที่สุดเพื่อที่จะตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งการประเมินทางเลือกนั้นผู้ใช้บริการจะคำนึงหรือให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ราคาค่าธรรมเนียมหรือดอกเบี้ยที่เหมาะสม ความรวดเร็วในการให้บริการและมีความสะดวกในการเดินทางไปยังธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นวิธีการที่บุคคลควรประพฤติเพื่อให้ได้ผลสูงสุด โดยมีวิธีการตัดสินใจ 6 ขั้นตอน คือ (1) ค้นหาความต้องการในการตัดสินใจ (2) สร้างเกณฑ์ในการตัดสินใจ (3) แบ่งน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์ (4) พัฒนาทางเลือก (5) ประเมินผลทางเลือก และ (6) เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อบริการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยผู้ที่มีอายุต่างกันย่อมมีความพึงพอใจมากขึ้นแตกต่างกันไปตามประสมการณ์ในการเคยใช้บริการ นอกจากนี้คนที่มีการศึกษาสูงจะมีการพิจารณาหรือหาข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการ ส่วนคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมีแนวความคิดค่านิยมที่ต่อการบริการแตกต่างกันออกไปตามอาชีพที่ประกอบอยู่ ส่วนคนที่มีรายได้สูงย่อมมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกับผู้มีรายได้ต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานของชนิษฐา บริพรรณ (2551) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาในสังกัดสำนักงานเขต 18 พบว่า พบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาในสังกัดสำนักงานเขต 18

3. จากผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ บุคคลที่ไปใช้บริการร่วมกัน ความถี่ในการใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เวลาที่เลือกใช้บริการ และประเภทของการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อบริการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจจะเนื่องจากพฤติกรรมการใช้บริการเป็นตัวนำทำให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและส่งผลทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ หรืออาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยทางการตลาดเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของดารา ทีปะปาน (2542) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าวเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการในด้านบุคลากรมากที่สุด ดังนั้นธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ จึงควรมีการอบรมมารยาท การแต่งกาย บุคลิกภาพ และการช่วยเหลือแก้ปัญหาของพนักงานให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ใช้บริการ

เกิดความพึงพอใจสูงสุด และจากความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านสถานที่นั้น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ช.ก.ส.) สาขาภาษีเจริญ ควรจัดหาสถานที่จอดรถยนต์เพิ่มเติม หรืออาจจะจัดให้มีบริการรถบัสเพื่อรับส่งให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจในการใช้บริการ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

เอกสารอ้างอิง

- ขนิษฐา บริพรธม. (2551). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาในสังกัดสำนักงานเขต 18. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ชุศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2553). ความเป็นมาของธนาคาร. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2557. จาก <http://www.baac.or.th/index-ceo57.html>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การอ้างอิงประชากรเพื่อใช้เครื่องแบบมาตราส่วนประมาณค่ากับกลุ่มตัวอย่าง. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- พฤษ สิงหรรกิจ. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management (The Millennium edition)**. Upper Saddle River, NJ: Person Prentice Hall.